

touristes français en voyage au Canada est passé de 110 000 par an à 465 000 en 1996. Ce taux de croissance devrait fléchir légèrement à l'avenir en raison d'une concurrence plus vive dans le secteur français du tourisme, mais nous sommes convaincus que le Canada demeurera une destination de choix pour les touristes français (au 2^e rang, derrière les États-Unis).

L'image du Canada comme « destination nature » est un atout qui joue de plus en plus en notre faveur, tout comme l'attitude favorable des Français qui tendent de plus en plus à considérer le Canada comme une destination susceptible de remplacer leurs vacances de ski en Europe.

7. Espace, sciences et technologie :

La France possède l'une des structures de services publics de recherche les plus complètes d'Europe et se situe aux premiers rangs des pays du G-7 pour l'importance relative de ses dépenses en recherche et développement (R-D). La France est donc un chef de file mondial dans des secteurs stratégiques comme les télécommunications, la recherche médicale, la biotechnologie, l'agriculture et l'espace, et elle continue d'offrir aux entreprises canadiennes des possibilités réelles d'acquisition de technologies clés dans ces domaines. La France a adopté une série de mesures incitatives afin d'encourager le secteur privé à faire des dépenses en R-D pour soutenir les PME. Le gouvernement français a mis en place plusieurs directives stratégiques visant les services publics de recherche, et désignant les technologies de l'information et la recherche médicale comme des moteurs de l'économie. Les transports, l'alimentation, la chimie, l'innovation et l'environnement sont également considérés comme des secteurs prioritaires.

Figure 7. Secteurs stratégiques offrant le meilleur potentiel de croissance et les plus grandes possibilités de partenariat stratégique pour 1997-2002

Secteur	Objectif du Canada
Télécommunications et technologies de l'information	Doubler la valeur des exportations canadiennes de produits de télécommunications (actuellement de 30 millions de dollars par an), porter notre part du marché du logiciel à environ 5 p. 100 (elle est d'environ 1 p. 100) et appuyer les partenariats stratégiques, notamment pour le développement de nouveaux produits et services.
Agriculture et agroalimentaire	Doubler nos exportations agro-alimentaires de façon à porter la valeur de nos exportations à 300 millions de dollars par an d'ici l'an 2002.
Aéronautique et industries de la défense	Parvenir à une croissance annuelle de nos ventes de 15 p. 100 (augmentation de 50 millions de dollars par an), l'accent étant mis plus particulièrement sur l'accroissement de la teneur en matériel et services canadiens dans les programmes des industries françaises de l'aéronautique et de la défense, y compris dans les projets où des pays tiers collaborent avec la France.
Environnement	Accroître la part du marché détenue par les entreprises canadiennes de l'environnement afin de la porter à 5 p. 100 (elle est actuellement de l'ordre de 1 p. 100), en mettant spécialement l'accent sur la promotion des compétences canadiennes dans la gestion des déchets, la remise en état des terrains et la décontamination des sols. Nous voulons aussi porter à 5 p. 100 la part de marché des fournisseurs de matériel de traitement de l'eau et des déchets (alors qu'elle est actuellement d'à peu près 1 p. 100).
Biens de consommation	Doubler la valeur de nos exportations de biens de consommation et de produits culturels pour la porter à 150 millions de dollars par an (80 millions en ce moment).
Tourisme	Porter à 750 000 le nombre de touristes français au Canada, ce qui produirait des revenus de 850 millions de dollars, créerait 23 000 emplois et rapporterait 195 millions de dollars en recettes fiscales à l'économie canadienne.
Espace, sciences et technologie	<ul style="list-style-type: none"> a) Établir une nouvelle collaboration bilatérale en R-D entre nos chercheurs du secteur public; b) influencer l'établissement de 20 partenariats bilatéraux de R-D dans le contexte des programmes de l'UE; c) participer à l'établissement de 10 partenariats entre des entreprises canadiennes et françaises, surtout des PME; d) renforcer au maximum les relations de coopération et de fournisseurs qui lient les entreprises spatiales canadiennes aux entrepreneurs et sous-traitants français, notamment en ce qui concerne les projets commerciaux européens d'envergure mondiale.

