

[Accueil](#)[Courrier électronique](#)[Nouveautés](#)[Recherche du site](#)

IV. La promotion des investissements et du partenariat

Domaines prometteurs

Technologies de l'information et des télécommunications
Sciences de la vie (produits pharmaceutiques et biotechnologies)
Chimie, chimie fine et pétrochimie
Agro-alimentaire
Partenariats financiers (capital de risque)
Transports (aérospatial, ferroviaire et automobile)
Sociétés de services dans d'autres secteurs
Ressources naturelles

A. Le potentiel

La France est aujourd'hui le cinquième investisseur étranger au Canada. Les efforts en vue d'accroître les ré-investissements de la part des sociétés déjà implantées au Canada et ceux visant à attirer de nouveaux investissements directs figurent parmi les priorités du gouvernement canadien.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) en collaboration avec Industrie Canada s'efforcent d'attirer au Canada des investissements directs étrangers créateurs d'emplois, ou contribuant au développement du potentiel technologique du pays. En 1998, la France était le cinquième investisseur mondial et se situait au troisième rang des investisseurs européens au Canada après la Grande-Bretagne et les Pays-Bas. Les investissements français au Canada sont passés de 2,21 à 6,14 milliards de dollars en dix ans, en augmentation de 178 p. cent. Le taux de croissance des investissements français au Canada a été, pour la même période, supérieur à ceux des États-Unis, de la Grande-Bretagne et de l'Allemagne. Parmi les 400 sociétés françaises établies au Canada, on retrouve plusieurs des fleurons de l'industrie française, notamment Air Liquide, Cogema, Framatome Connectors International, Rhône-Poulenc, Aérospatiale-Matra, Suez-Lyonnaise, GEC-ALSTHOM, Michelin, Pasteur-Mérieux-Connaught, Ubisoft, et Vivendi, pour n'en nommer que quelques-uns. Cet agrégat qui représente plus de 3 p. 100 des investissements étrangers au Canada, génère plus de 40 000 emplois et 1,5 milliards de dollars versés annuellement en salaires à des Canadiens.

Avec la mondialisation de l'économie, les sociétés françaises cherchent à se positionner rapidement sur les principaux marchés étrangers, en particulier sur celui de l'ALENA. Pour assurer leur croissance à l'étranger, la tendance pour un nombre élevé de sociétés françaises consiste à établir des filiales à l'extérieur de l'Union Européenne.

Le grand défi pour le Canada est de contrer une tendance naturelle chez les sociétés françaises à miser principalement sur le marché des États-Unis ou encore sur les avantages