

Par contre, les règlements sur le «contenu européen» et le «pays d'origine» pourraient amener les manufacturiers canadiens à entretenir des relations plus étroites avec des sous-traitants européens sous forme de «coentreprises» ou d'achat direct.

Il est aussi fort peu probable que le marché européen uni constitue en soi un facteur important d'expansion pour les compagnies canadiennes. Cependant, une centralisation du marketing et de la distribution pourrait améliorer la pénétration des marchés ainsi que l'image de marque et la visibilité des produits canadiens, leur donnant ainsi la possibilité de s'approprier les créneaux moyen et haut de gamme.

On peut aussi présumer que les progrès continus des techniques et du savoir-faire canadien se poursuivront sur le marché nord-américain. La concurrence y est suffisamment forte pour stimuler le progrès technique qui devrait pouvoir être commercialisé à profit en Europe.

b) Textiles et vêtements

Il ne fait pas de doute que l'industrie canadienne du textile doit faire face aux mêmes problèmes que ceux de son homologue européenne, c'est-à-dire être capable de concurrencer les importations bon marché des pays nouvellement industrialisés (et aussi des États-Unis) dans le secteur des textiles divers. Elle doit aussi rester concurrentielle dans les sous-secteurs des «textiles de base» et des «moquettes et tapis» qui exigent une rapidité et une souplesse d'adaptation particulières face aux changements fréquents de l'environnement commercial. Il est fort peu probable que cette situation favorise une expansion importante des exportations vers l'Europe, la préoccupation majeur devant être les mises au point requises par l'entente de libre-échange du moins à court et à moyen terme. Cette évolution exigera fort probablement un réalignement des opérations canadiennes. Le fait que l'industrie soit largement à propriété étrangère semblerait indiquer que la stratégie des sociétés visera à occuper des créneaux sur le marché local et à réaliser des objectifs de volume en sous-traitance pour le marché des États-Unis. En général, il ne s'agit pas d'une situation propice au développement du marché européen. La CE reste le plus important exportateur de textiles au monde dans les segments moyen et haut de gamme et est un importateur dans le segment bas de gamme, segment dans lequel les produits canadiens ne sont pas concurrentiels.

Quant à l'industrie canadienne du vêtement, il est fort peu probable qu'elle devienne un facteur important sur le marché européen, du moins en ce qui concerne le segment à fort volume. Il est cependant possible que des individus, designers ou manufacturiers, puissent exploiter le segment du design sur le