



proviennent de ces exportations. Environ 80 % des ventes s'effectuent aux États-Unis, le plus grand marché du monde. L'Europe et le Japon offrent aussi des débouchés. Le taux de croissance annuel moyen des industries de l'environnement dans le monde devrait être de 7 % jusqu'en l'an 2000. On s'attend à ce que les entreprises canadiennes s'emparent de 2,6 % du marché mondial.

- ▲ **Les industries forestières.** Les produits primaires constituent le gros de la production de ce secteur. Celui-ci comprend plus de 4 000 établissements, de propriété canadienne pour la plupart, répartis à la grandeur du pays. Les expéditions en 1995 se sont élevées à 57 milliards de dollars, dont 41 milliards au titre des exportations. Les importations ont atteint 6 milliards de dollars. Les États-Unis constituent le marché prioritaire du secteur; viennent ensuite l'Union européenne et le Japon. Le Canada est le plus important exportateur mondial de produits forestiers (il détenait 18 % du marché en 1990).
- ▲ **Technologies de l'information et télécommunications.** Ce secteur a fait état de recettes de 54 milliards de dollars en 1994, les exportations manufacturières se chiffrant à 16 milliards de dollars et les importations, à 33 milliards. Le secteur se compose de 15 280 établissements, qui emploient 312 776 personnes. Les multinationales ont recueilli 75 % des recettes tirées des exportations; par ailleurs, 40 % des PME exportent leurs produits ou services.
- ▲ **Le tourisme.** Ce secteur emploie 538 100 personnes réparties dans plus de 70 000 entreprises de toute taille, dans chaque province et territoire. Il a injecté 41,8 milliards de dollars dans l'économie canadienne en 1996, soit 4,7 % de plus qu'en 1995. Les dépenses des visiteurs ont augmenté de 2,1 % et sont passées à 12,1 milliards de dollars, ce qui classe le Canada au dixième rang mondial pour les recettes tirées du tourisme international. Bien que le bénéfice global pour l'économie canadienne provenant du tourisme continue d'augmenter, la source de la croissance, qui se trouvait outre-mer, se trouve maintenant sur les marchés nord-américains.

Défis

Bien que les secteurs pris individuellement soient effectivement confrontés à des problèmes précis, la plupart des secteurs ont des difficultés semblables à surmonter. La Stratégie canadienne pour le commerce international donne une idée des problèmes à résoudre par tous les secteurs, notamment :

- le financement, y compris celui des projets des institutions financières internationales;
- les barrières non tarifaires ou les restrictions relatives à l'accès aux marchés;
- l'obtention de renseignements fiables et rentables au sujet des marchés, et ce, en temps opportun;
- l'élaboration de stratégies de marketing efficace, destinées à promouvoir les capacités canadiennes et la reconnaissance des marques canadiennes à l'étranger.

2.2.1 Agriculture et agroalimentaire

L'industrie agroalimentaire représente 9 % du PIB du Canada et emploie près de 2 millions de personnes. Les consommateurs canadiens dépensent 87 milliards de dollars pour les produits agricoles et agroalimentaires; par ailleurs, les exportations de produits agroalimentaires atteignent en ce moment 20 milliards de dollars, ce qui représente environ 3 % du commerce agroalimentaire mondial. L'industrie s'est fixé un nouvel objectif : compter pour 4 % des exportations mondiales de produits agricoles et agroalimentaires d'ici 2005.

Les produits qui ont une plus grande valeur jouissent des taux de croissance du commerce les plus élevés. À l'heure actuelle, la valeur des exportations canadiennes comprend environ 60 % de produits en vrac et 40 % de produits transformés, mais des efforts seront faits pour inverser cette proportion.

Huit marchés prioritaires ont été définis pour ce secteur, et des plans d'action ont été conçus à l'égard de chacun : les États-Unis, le Japon, l'Union européenne, la Chine/Hong Kong, la Corée du Sud, Taïwan, le Mexique et le Brésil. Au cours des quatre dernières années, ces marchés ont représenté près de 85 % de la valeur des exportations agroalimentaires canadiennes. On a également identifié des marchés en émergence, qui risquent d'être importants dans cinq à dix ans. Des plans stratégiques devant être finalisés en juillet 1998 ont été élaborés pour les Philippines, Singapour, la Colombie et la Fédération de Russie.

Des consultations avec des groupes de l'industrie tels que le Conseil canadien de commercialisation des produits agroalimentaires (CCCPA) et les associations nationales, régionales et sectorielles permettent au secteur privé de s'exprimer. La collaboration fédérale-provinciale en matière de PCI est renforcée par la présence d'un Conseil fédéral-provincial de développement des marchés, d'un Comité de la politique commerciale et d'une équipe d'investissement fédérale-provinciale.

2.3 Composition du milieu des exportateurs

Les exportateurs canadiens représentent une faible proportion du nombre total d'entreprises canadiennes : environ 75 000 sociétés canadiennes exportent, sur un total de près de 1 million de compagnies enregistrées. Près de 90 % de ces 75 000 exportateurs sont de petits exportateurs. Statistique Canada définit une « petite entreprise » comme étant une entreprise qui compte moins de 100 employés dans la fabrication, et moins de 50 dans le secteur des services; quant aux entreprises moyennes, elles comptent entre 100 et 500 employés. De plus, on suppose que les petites entreprises ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à 10 millions de dollars et les moyennes entreprises, de moins de 50 millions de dollars. En dépit de leur nombre, les petites entreprises représentent moins de 10 % de la valeur des exportations canadiennes.