

technologie d'un investisseur étranger ou aux marchés d'un nouveau partenaire.

Récemment, dans le cadre du Programme de développement des investissements du gouvernement fédéral, on a mis sur pied un projet sur les produits logiciels dans le but de favoriser la formation de nouveaux partenariats entre les entreprises canadiennes et les multinationales.

L'accroissement de la compétitivité du Canada passe aussi par l'amélioration de son marché intérieur. Un marché où les consommateurs exigent ce qui se fait de mieux. Un marché où les entreprises fournissent ce qui se fait de mieux.

Un marché dans lequel ni les consommateurs ni les fournisseurs ne sont gênés par des lois désuètes sur la propriété intellectuelle ou par des règlements qui ne servent plus l'intérêt public. Un marché qui n'est pas divisé par des barrières commerciales internes.

Que pouvons-nous faire de plus pour favoriser l'émergence d'un marché qui soit propice à vos entreprises?

Enfin, la création de nouvelles possibilités commerciales constitue le cinquième facteur permettant d'accroître la compétitivité du Canada.

En dépit de la proximité des États-Unis et des pays riverains du Pacifique, qui représentent des marchés énormes, de nombreuses entreprises canadiennes trouvent difficile de s'établir à l'étranger. Par exemple, au moins deux tiers des 40 000 entreprises de fabrication du Canada n'exportent pas -- même vers notre partenaire commercial le plus rapproché, les États-Unis.

Le secteur des technologies de l'information constitue cependant une exception notable. Comme cette industrie s'est développée parallèlement à la progression de la mondialisation, plusieurs entreprises de ce secteur ont pu acquérir le savoir-faire leur permettant de prospérer sur le marché mondial.

Elles ont établi, sur place, des réseaux de commercialisation et de distribution, et possèdent une bonne compréhension de leurs marchés.

Comment faire en sorte qu'un plus grand nombre de sociétés de services informatiques profitent de l'expérience acquise par ces entreprises?

Comment pouvons-nous améliorer la qualité de nos renseignements commerciaux sur des marchés précis, et nous sensibiliser davantage aux différentes cultures qui y sont établies? Comment les entreprises peuvent-elles mieux utiliser les réseaux de