

L'approche canadienne doit s'étendre non seulement aux entreprises qui ont réussi à devenir des chefs de file des chaînes de valeur mondiales (ce sont le plus souvent des multinationales), mais aussi aux petites et moyennes entreprises (PME) qui ressentent la pression d'innover et de moderniser leurs activités pour participer pleinement aux marchés internationaux. À mesure que les pressions concurrentielles mondiales se font sentir dans les marchés traditionnels, les PME doivent relever les défis et saisir les occasions que présentent les marchés émergents, soit directement, soit indirectement comme acteurs dans les grandes chaînes de valeur qui comprennent des partenaires des marchés émergents; leur croissance future, sinon leur survie, en dépend.

Les marchés comme la Chine, l'Inde, le Brésil et d'autres marchés émergents affichent des indicateurs de croissance tout à fait remarquables. Toutefois, la croissance n'est qu'un seul des éléments que le gouvernement doit prendre en compte au moment de choisir un marché cible. La première étape est de s'assurer que la demande du marché correspond à la capacité de l'offre canadienne.

S'adapter au nouveau paradigme

À l'instar d'autres pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), le Canada doit tenir compte d'une multitude de nouveaux intervenants efficaces et de nouvelles priorités à mesure que le rôle des marchés émergents prend de l'importance dans l'économie mondiale. Des difficultés d'ordre politique peuvent surgir lorsqu'il faut réaliser l'équilibre entre de solides relations commerciales et la promotion des droits de la personne et du développement durable.

Les marchés émergents offrent souvent des avantages sur le plan de la production, mais ils présentent parfois des risques, comme la protection limitée de la propriété intellectuelle et l'accès restreint aux marchés. Nous devons continuer de déterminer si l'ensemble actuel d'instruments politiques et d'outils de développement des affaires que possède le Canada suffit pour saisir les occasions offertes, relever les défis et affronter la concurrence sur ces marchés. Des mesures adéquates sont-elles prises pour encourager les investissements dans les deux sens? Quels sont les

meilleurs moyens de partager les technologies et de former de nouveaux partenariats qui favoriseront une mise en marché réussie de la recherche canadienne et une pénétration à long terme des marchés étrangers? Quelles combinaisons de compétences aideront le mieux les Canadiens à s'ajuster à la mobilité de la main-d'œuvre dans un contexte mondial et à en bénéficier?

Marchés émergents potentiels

On entend par « marché émergent » un pays, une région ou un secteur dont la croissance rapide et durable attire le plus souvent la participation active des sociétés multinationales, qu'elle soit directe ou indirecte. L'analyse des possibilités et des difficultés inhérentes aux activités commerciales avec des géants économiques comme la Chine, l'Inde et le Brésil nous aidera à définir un cadre de priorités et d'objectifs communs qu'une stratégie intégrée sera la plus apte à se réaliser.

Il va de soi que ces trois pays présentent à la fois des débouchés et des risques qui leur sont propres, d'où la nécessité d'évaluer avec soin les différentes « trousseaux d'outils » pouvant aider les entreprises canadiennes. Par ailleurs, d'autres pays ou régions sont aussi porteurs d'un énorme potentiel. Notre stratégie à l'égard des marchés émergents doit donc tenir compte des nouvelles réalités de l'intégration régionale, des demandes liées à la croissance de secteurs dans lesquels le Canada excelle, ainsi que du rôle de l'approvisionnement et de la fabrication à l'étranger, du financement et des investissements pour ouvrir la voie à des partenariats d'affaires stratégiques.

Chine

On trouve en Asie de l'Est quelques-unes des économies dont le taux de croissance est parmi les plus élevés au monde. La Chine, en particulier, joue un rôle moteur dans l'établissement de liens régionaux d'approvisionnement et de fabrication. Pays le plus peuplé et connaissant la croissance économique la plus rapide au monde (9,5 % en 2004), la Chine est un géant économique qui a remplacé le Japon comme deuxième partenaire commercial du Canada en 2003. En 2004, les exportations canadiennes vers la Chine se sont accrues de plus de 40 %. La croissance de la