

Plus de 300 sociétés françaises et leurs filiales sont établies au Canada parmi lesquelles on retrouve les grands fleurons de l'industrie française tels que l'Air Liquide, Rhône-Poulenc, Péchiney, Aérospatiale, La Lyonnaise des eaux, GEC-ALSTHOM, Michelin, Pasteur-Mérieux-Connaught et d'autres.

IV. La promotion des investissements et des partenariats

A. Le potentiel

La France est aujourd'hui le cinquième investisseur étranger au Canada. Les efforts de maintien des investissements existants et les possibilités d'en attirer de nouveaux figurent parmi les priorités de la composante « investissements » du programme du gouvernement fédéral pour l'emploi et la croissance.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) doit mettre en oeuvre le programme pour l'emploi et la croissance en s'efforçant d'attirer au Canada des investissements étrangers créateurs d'emplois ou de technologies. Dans cette optique, ce plan d'action propose de nouvelles activités pour le marché français.

La France est le troisième investisseur européen après la Grande-Bretagne et les Pays-Bas. Son stock d'investissement au Canada s'élevait à 5,7 milliards de dollars en 1996, soit une croissance de 229 p. 100 sur une période de 10 ans. Le taux annuel de sa croissance moyenne de 12 p. 100 représente plus du double de la moyenne de la croissance des investissements étrangers au Canada estimés à 5,5 p. 100. Parmi les 380 sociétés françaises établies au Canada, on retrouve les grands fleurons de l'industrie françaises, notamment l'Air Liquide, Rhône-Poulenc, Péchiney, Aérospatiale, La Lyonnaise des eaux, GEC-ALSTHOM, Michelin, Pasteur-Mérieux-Connaught. Cet agrégat qui représente 3,2 p. 100 des investissements étrangers au Canada, génère 40 000 emplois, dont plus de 20 000 dans le secteur manufacturier, ce qui représente une masse salariale de plus de 1,5 milliards de dollars.

En France, l'industrie fait face à un marché du travail moins flexible que celui de ses principaux partenaires. Pour assurer leur croissance sur plusieurs marchés étrangers, de nombreuses sociétés envisagent de s'établir à l'extérieur de l'Union européenne. En 1999, la création de la monnaie unique en Europe aura tendance à uniformiser dans le temps les cycles et les fluctuations économiques. Il deviendra alors plus impératif de considérer les zones commerciales extérieures à l'UE. L'ALENA et l'ajout probable d'autres marchés de l'Amérique latine attire de plus en plus les entreprises françaises.

Le défi est de les amener à considérer le Canada comme une plate-forme attrayante vers ces marchés afin de contrer la tendance actuelle qui est de viser principalement le grand marché des États-Unis ou encore les avantages découlant d'une main d'oeuvre à bon marché au Mexique.

Domaines prometteurs

- **Technologies de l'information et télécommunications**
- **Sciences de la santé (produits pharmaceutiques, biotechnologies et matériel médical)**
- **Chimie, chimie fine et pétrochimie**
- **Agro-alimentaire**
- **Partenariats financiers (hors bourses)**
- **Transports (aérospatial, ferroviaire et automobile)**
- **Sociétés de services dans d'autres secteurs**
- **Mines et ressources**

