

E. DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET COMMERCE - LES ENJEUX

I. Introduction

Dans cette section, nous présentons et évaluons un certain nombre de facteurs qui entravent l'expansion du commerce et de l'investissement canadiens en Inde. Les obstacles qui empêchent les entreprises canadiennes de donner toute la mesure de leurs capacités comprennent notamment la méconnaissance des marchés, l'incapacité à comprendre la complexité du milieu des affaires en Inde, les barrières actuelles qui limitent l'accès aux marchés, ainsi que le financement restreint et les risques politiques et économiques.

II. Cadre de développement

La stratégie de développement économique de l'Inde doit tenir compte du fait que 300 millions d'Indiens vivent sous le seuil de la pauvreté. Le gouvernement de l'Inde fournit des ressources considérables aux plus défavorisés sur le plan de l'alimentation, de la santé et de l'éducation de base. Aussi, il y a eu, vers la fin des années 1980 et le début des années 1990, une baisse proportionnelle du niveau de pauvreté. Par l'intermédiaire de l'Agence canadienne de développement international, le Canada soutient les efforts d'organisations gouvernementales et non gouvernementales en finançant des projets dans les domaines de l'agriculture, du développement rural et des infrastructures sociales et humaines, et en fournissant des produits et des services aux secteurs de l'énergie et des transports.

La stratégie indienne de développement a changé au cours de dix dernières années. Grâce à un programme de réforme des politiques économiques, l'économie indienne s'est davantage ouverte sur le monde, ce qui a encouragé le secteur privé à jouer un rôle plus important dans le développement. Une grande partie du programme de l'ACDI vise à réduire la pauvreté, mais l'on reconnaît aussi l'importance de contribuer à la croissance économique du secteur privé indien. C'est pourquoi l'ACDI encourage de plus en plus la formation de coentreprises indo-canadiennes. Elle cherche également, de concert avec les principales institutions du pays et avec les responsables de l'élaboration des politiques, à faciliter le développement du secteur privé indien. Il s'agit du volet ACDI de la stratégie Pleins feux sur l'Inde.

III. Connaissance des marchés

Les intérêts commerciaux canadiens en Inde souffrent avant tout d'une méconnaissance des marchés, et ce, à un double titre : au Canada, on connaît relativement peu le potentiel du marché indien, et en Inde, le Canada n'est pas considéré comme un partenaire économique de premier plan.