

relativement peu le potentiel du marché indien, et en Inde, le Canada n'est pas considéré comme un partenaire économique de premier plan.

## 1. Connaissance de l'Inde au Canada

Jusqu'à présent, l'Inde n'a pas représenté un pôle d'intérêt politique ou économique important au Canada. Les Canadiens ont mis du temps à reconnaître les immenses possibilités commerciales qu'offre maintenant ce pays. Les entreprises canadiennes, en particulier les PME, ont peu d'expérience en Inde et, de ce fait, elles connaissent mal ce marché. La perception de l'Inde au sein du milieu des affaires au Canada est empreinte de stéréotypes : violence intercommunautaire, pauvreté, bureaucratie d'une autre époque, pratiques commerciales inefficaces. Ces stéréotypes ne correspondent pas à la réalité de l'Inde moderne.

Nous courons le risque de voir nos concurrents étrangers obtenir de meilleurs résultats sur ce marché en pleine expansion, parce qu'ils sont en mesure d'apprécier à sa juste valeur le potentiel de l'Inde et connaissent les modalités de son activité commerciale. « L'Inde a amorcé sa marche vers l'avant; ceux qui ne saisissent pas l'occasion maintenant ne pourront s'en prendre qu'à eux-mêmes pour avoir raté le bateau! ».

## 2. Connaissance du Canada en Inde

On note aussi une méconnaissance, en Inde, des atouts concurrentiels du Canada. Nos concurrents étrangers qui ont pris conscience du potentiel du marché indien et y sont plus présents ont obtenu de meilleurs résultats. Bien que le Canada ait été le huitième investisseur étranger en Inde au cours du premier trimestre de 1994, nos investissements atteignant 50 millions de dollars, le Canada n'apparaissait pas sur la liste publiée en mai 1994 par le ministère indien des Affaires extérieures et qui ciblait 18 pays comme sources d'investissements neufs dans le domaine des infrastructures et ainsi que dans les nouvelles industries, par exemple, l'industrie alimentaire.

Les importations indiennes provenant du Canada ne représentaient que 0,8 % du total en 1993, par rapport à 1,8 % en 1992. L'industrie canadienne est donc en train de perdre sa part de marché à un moment crucial du développement économique de l'Inde. Cette situation pourrait également être interprétée par l'Inde comme un manque d'intérêt de la part du Canada. Bien que des entreprises canadiennes aient connu des succès éclatants en Inde, les capacités industrielles canadiennes ne sont pas reconnues à leur pleine valeur et ne sont donc pas recherchées.