

canadiennes pour la fourniture des viseurs de nuit infra-rouge de ses postes de tir, nouvellement reprises par Thomson-CSF Systems Canada.

B. Les contraintes

Le coût toujours croissant des grands programmes tant civils que militaires, conduit l'industrie française à rechercher activement de nouveaux partenaires dans le cadre de réalisations conjointes. Comme elle produit et exporte du matériel très sophistiqué, la France recherche surtout des produits ou des services de haute technologie. Pénétrer le marché français oblige souvent à s'associer avec des sociétés locales en concluant des accords de représentation mutuelle, de développement conjoint, de coproduction ou d'autres formes d'alliances stratégiques. Outre la nécessité d'avoir un produit jouissant d'avantages comparables (c.-à-d. technologie nouvelle, qualité supérieure, prix concurrentiel), il est essentiel pour les dirigeants d'entreprise de se faire connaître de façon soutenue pour pénétrer le marché français. Cet aspect marketing exige généralement des ressources financières importantes et un effort de temps.

Il existe donc des ouvertures pour la fourniture d'équipements en coopération ou en sous-traitance lorsque les firmes canadiennes réunissent les conditions suivantes : elles apportent une valeur ajoutée spécifique en terme de technologie ou de présence commerciale nord-américaine; elles ont une démarche volontariste en amont des programmes; elles peuvent tirer parti des compensations industrielles âprement négociées, ou prennent en charge une partie des frais généraux du programme du donneur d'ordre qui seront amortis sur les séries; elles partagent les coûts de R&D ou offrent localement le service et l'assistance technique aux clients. Pour le marché de la défense, la DGA (Direction générale de l'armement) est l'organisme gouvernemental chargé de définir les besoins en matière d'équipement et d'acheter le matériel pour les forces françaises, et le processus d'approvisionnement, tant public que privé, demeure complexe et des règles précises doivent être observées, avec l'appui pratique des services officiels du poste.

C. Les activités

- i) Les informations commerciales, notes de synthèses et analyses conjoncturelles portant sur l'industrie aérospatiale et le secteur de la défense (destinées à l'industrie, aux PME, aux associations professionnelles et aux représentants de ces secteurs) sont accessibles sur site Web (<http://www.dfait-maeci.gc.ca>).
- ii) Une étude portant sur les principaux systémiers français de l'aéronautique sera actualisée l'analyse des politiques d'achats des partenaires européens du groupe Airbus sera menée à bien.
- iii) Les services de l'ambassade du Canada encourageront la participation de l'industrie canadienne et des associations professionnelles, aux tribunes qui sont des lieux privilégiés de rencontres et d'échanges pour découvrir des partenaires commerciaux régionaux et industriels, et pour suivre l'évolution des normes européennes et des certifications techniques.
- iv) Les services de l'ambassade du Canada organiseront une mission d'acheteurs français responsables de la sous-traitance de centres opérationnels aéronautiques afin qu'ils poursuivent leurs rencontres avec des PME canadiennes plus précisément ciblées. Le recrutement sera effectué en consultation avec les comités AERO-PME nouvellement créés