

## DÉBOUCHÉS AUX ÉTATS-UNIS

En 1989, les États-Unis demeuraient l'associé commercial le plus important du Canada, soit 71 % des exportations canadiennes et 69 % de l'ensemble des exportations. Les exportations du Canada aux États-Unis s'établissaient à 97,9 milliards de dollars, soit une hausse de 0,09 % par rapport à 1988, tandis que les importations des États-Unis se chiffraient à 93,4 milliards de dollars, donc une hausse de 3 % sur la même période.

Le commerce avec les États-Unis génère 2 millions d'emplois, ce qui correspond au quart du PNB canadien. La taille de ce marché, sa proximité et la connaissance qu'en ont les exportateurs canadiens, ainsi que l'importance accrue qui lui est accordée par suite de l'Accord de libre-échange, tout cela indique que les États-Unis demeureront le marché le plus prometteur pour le Canada. En supposant des importations d'environ 500 milliards de dollars par an aux États-Unis, une hausse de 1 % à peine de la part qu'occupe le Canada dans ce marché se traduirait par des exportations supplémentaires de 5 milliards de dollars et des milliers de nouveaux emplois.

L'ALE, pierre angulaire de la stratégie du gouvernement en matière de compétitivité, ouvre de nouveaux débouchés de vente, particulièrement pour les petites et moyennes entreprises canadiennes. Pour le moment, environ le quart seulement des 40 000 fabricants canadiens exportent. Il existe des perspectives considérables pour les entreprises canadiennes d'améliorer leur croissance et leur rentabilité en vendant leurs produits aux États-Unis.

Horizon Le Monde offre une vaste gamme de manifestations et d'occasions de publicité afin d'aider les entreprises à réussir leur commercialisation aux États-Unis. En voici les éléments clés.

## FOIRES ET MISSIONS COMMERCIALES

Les activités de promotion du commerce, par exemple, les missions et foires commerciales au Canada et à l'étranger, sont des instruments éprouvés qui favoriseront l'atteinte des objectifs commerciaux du gouvernement aux États-Unis. Les expositions aident les exportateurs à sonder le marché et à percevoir les tendances et les développements, à présenter leurs nouveaux produits, à établir des infrastructures de représentation et de distribution et à conclure des ventes.

En 1989, les entreprises canadiennes qui ont participé à des foires commerciales aux États-Unis avec l'aide d'AECEC ont enregistré des ventes sur place de 700 millions de dollars, avec des projections sur 12 mois de 1,5 milliard de dollars. Le rendement par dollar d'impôt dépensé était de 150 \$ en recettes d'exportation.

Le gouvernement lance une série d'expositions et de missions commerciales en 1990-1991, en concentrant ses efforts sur les secteurs offrant à toutes les régions du pays les meilleures perspectives d'exportation. Les manifestations sont choisies en consultation avec les bureaux commerciaux aux États-Unis, Industrie, Sciences et Technologie Canada, les centres du commerce international, les autres ministères fédéraux, les

## COMMERCE DES MARCHANDISES

(D'APRÈS LA BALANCE DES PAIEMENTS)

