

## Le bruit

Le domaine de la lutte contre le bruit fait figure de parent pauvre puisque moins de 10 p. 100 des dépenses environnementales lui sont consacrées. Il n'existe pas d'industrie spécifique dans ce domaine même si d'importants progrès ont déjà été réalisés dans la mesure et le contrôle du bruit, ainsi que dans la mise en oeuvre de solutions pour réduire le bruit sur les routes. Le problème majeur dans ce secteur s'avère être celui du financement.

Cependant, avec l'entrée en vigueur (1<sup>er</sup> janvier 1996) de la Nouvelle réglementation acoustique (NRA) applicable à l'ensemble des logements neufs, et la publication de nouveaux arrêtés relatifs à la loi sur le bruit (31 décembre 1992), la croissance annuelle de ce marché est estimée à environ 4 p. 100. Les professionnels du secteur restent cependant prudents, car le marché demeure très lié à la conjoncture dans le bâtiment.

Grâce à la réglementation qui favorise le développement des activités d'ingénierie, le secteur de la lutte contre le bruit pourrait offrir des débouchés aux sociétés canadiennes d'ingénierie prêtes à s'allier avec des partenaires locaux pour la réalisation des travaux. Les études d'ingénierie en acoustique, par exemple, connaissent un essor régulier.

Enfin, le marché français n'est fermé par aucune barrière commerciale spécifique et le faible taux du dollar contribue à stimuler l'importation des produits canadiens. Les investissements étrangers sont bien accueillis par les agences françaises de développement économique et peuvent être admissibles à des subventions ou autres incitatifs. Les autorités nationales et régionales encouragent aussi fortement la

coopération scientifique et les alliances stratégiques entre les firmes françaises et étrangères.

## B. Les contraintes

Puisque la demande française provient surtout du secteur public dont les méthodes d'approvisionnement sont très complexes, les sociétés canadiennes ont en général intérêt à s'allier avec un partenaire local déjà bien introduit dans le milieu.

L'établissement d'une base sur place, la prise de participation dans des sociétés existantes ou l'acquisition d'entreprises et la création d'une filiale, constituent également des moyens de conquérir de nouveaux marchés.

En ce qui concerne les accords de distribution, il faut savoir que de nombreux importateurs français sont disposés à représenter une ligne de produit à condition d'en avoir l'exclusivité dans un secteur géographique défini.

## C. Les objectifs quinquennaux

**Objectif : Coopération commerciale et industrielle avec l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) en matière de réhabilitation des sites et sols contaminés afin d'amener les entreprises canadiennes à se tailler 5 p. 100 de ce marché.**

Ce secteur d'activités constitue le seul domaine où l'ADEME possède sa propre expertise qui lui permet d'intervenir directement dans des projets de restauration de sites pollués. L'ADEME opère sur ces chantiers en partenariat avec des firmes spécialisées dans divers procédés de réhabilitation des sites et sols contaminés. Par l'intermédiaire de l'ADEME, les sociétés canadiennes

