

### **Compétitivité sur le marché intérieur**

Bien qu'il soit de plus en plus important pour les fabricants canadiens de soutenir la concurrence des entreprises américaines, le marché intérieur a tardé à adopter les TFP. Le fait que l'Amérique du Nord soit parfois considérée comme un seul marché sans frontière régionale ou nationale importante explique en partie cette situation. En mettant en évidence et en exploitant les débouchés étrangers qui seraient applicables aux principaux marchés canadiens — comme ceux de l'exploitation forestière et de la transformation du bois — les échanges commerciaux peuvent favoriser la compétitivité du secteur canadien des TFP.

### **Importance des marchés**

Pour la plupart des entreprises de TFP, les États-Unis constituent un marché d'exportation très important, certaines régions revêtant un intérêt primordial. Les sociétés canadiennes doivent en suivre l'évolution, et préserver et améliorer leur accès à ce marché et à la technologie américaine. L'importance des autres pays dépend largement de la technologie et des applications, qui tendent à être propres aux différentes sociétés. Il est essentiel de connaître les domaines d'intérêt de sociétés précises si l'on veut déterminer le degré de développement de leurs marchés, cerner leurs débouchés potentiels et en évaluer l'importance pour les entreprises canadiennes de TFP. Il faudrait utiliser des structures comme le Quatrième cadre de l'Union européenne pour resserrer les liens entre les entreprises canadiennes et les marchés intéressants.

### **Financement**

Les difficultés d'accès au capital, y compris au financement par actions et au financement bancaire, aux fins de la recherche et développement (R-D) et de l'expansion des entreprises, continuent à poser des défis de taille. On considère dans certains cas les crédits d'impôt à la R-D comme un facteur qui permettra de poursuivre les travaux de R-D au Canada.

### **Soutien à la clientèle**

La prestation de services de soutien et d'entretien représente souvent un défi pour les fournisseurs de TFP lorsque les clients exigent des services sur place, ce que les petites entreprises ont du mal à fournir. De nombreux fournisseurs optent pour les services de diagnostic à distance par ordinateur. Toutefois, certains clients, comme les entreprises de montage automobile, ont besoin de services de soutien dans tous les établissements de production qu'ils possèdent dans le monde.

### **Procédures**

Beaucoup de sociétés connaissent des difficultés liées aux procédures d'exportation et d'importation, notamment des retards lorsque les membres du personnel d'entretien doivent franchir la frontière américaine.

### **Orientation stratégique**

**Objectif stratégique :** D'ici l'an 2000, faire passer à quatre milliards de dollars la valeur des expéditions canadiennes de TFP sur les marchés canadiens et étrangers actuels et naissants.

**Démarche générale :** En ce qui concerne les marchés actuels et les nouveaux marchés que le secteur canadien des TFP a désignés comme correspondant le plus à ses points forts, améliorer les mécanismes pour mettre en rapport des entreprises canadiennes et des partenaires et clients éventuels, et faciliter l'entrée des sociétés canadiennes sur les marchés étrangers et la tenue des échanges. Pour réaliser l'objectif, on a arrêté les stratégies suivantes.

### **Stratégies**

- Faire valoir le secteur canadien des TFP en mettant en évidence ses caractéristiques et ses points forts aux chapitres du savoir-faire, de la technologie et de l'importance économique, en apprenant à connaître et en catégorisant les sociétés membres, et en regroupant et en résumant des statistiques sur le secteur.

- Recenser et examiner les principaux marchés étrangers des TFP et choisir ceux qu'il faudrait exploiter compte tenu des points forts du secteur canadien des TFP. Trouver notamment des moyens de sensibiliser les missions du Canada à l'étranger aux TFP, et encourager les sociétés canadiennes à tirer parti de leurs capacités.
- Pour créer des liens entre les sociétés canadiennes et leurs marchés, améliorer les renseignements sur les marchés étrangers des TFP, dresser une liste de sociétés étrangères précises et de leurs besoins par rapport aux points forts de la technologie canadienne, et améliorer les mécanismes et les moyens d'information permettant de mettre en valeur les sociétés canadiennes, en particulier les PME, à l'étranger.
- Élargir la portée des activités de prospection à l'étranger. Celles-ci devraient également viser les débouchés intéressants des secteurs importants de l'industrie canadienne susceptibles de favoriser le développement des capacités canadiennes en TFP.
- Explorer les alliances stratégiques, les coentreprises, les mécanismes d'investissement et les structures commerciales afin d'aider les fournisseurs canadiens de TFP à pénétrer les marchés étrangers; préciser et réduire les obstacles au commerce auxquels se heurtent les fournisseurs canadiens de TFP.
- Favoriser les échanges de personnel et les projets de recherche collectifs sur les TFP auxquels participeraient des sociétés canadiennes de TFP, des sociétés étrangères, des universités et des instituts de technologie.
- Resserrer les liens avec les centres de technologie pertinents et trouver des possibilités de sourcing en technologie sur les marchés importants des TFP.

### **Renseignements**

Industrie Canada  
Direction générale des technologies  
de fabrication et de transformation  
Téléphone : (613) 954-7812  
Télécopieur : (613) 941-2463  
Strategis : <http://strategis.ic.gc.ca>

Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international  
Direction des renseignements sur les marchés  
Téléphone : (613) 996-8086  
Télécopieur : (613) 944-0050  
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca>