

le succès sont légion : machines et biens d'équipement, matériel et services informatiques, produits culturels, matériel médical, produits alimentaires transformés, équipement et services de sécurité, produits chimiques, composants électroniques et bien d'autres. Cela dit, dans chaque secteur, les entreprises canadiennes se heurteront à des compétiteurs de haut niveau et il faut étudier la concurrence avec soin avant de s'engager dans la bataille. Parmi les éléments clés du succès pour pénétrer le marché français : le prix, la qualité, le design, l'innovation, une présence ou une représentation efficace sur le marché et, dans le cas des produits électriques et électroniques, être prêt à investir le temps et l'argent nécessaires dans le processus de certification et d'homologation.

Les dernières prévisions de la Commission européenne pour les années 2000 et 2001 confirment que la reprise économique en cours va se renforcer dans tous les pays de l'Union. La croissance devrait s'accélérer pour passer de 2,1% en 1999 à 2,9% en 2000 puis 3% en 2001. La France participera à ce mouvement, avec des taux de 2,8% en 1999 puis 3% en 2000. Il est évident que l'économie française traverse une période de transition. L'achèvement du marché intérieur européen, la mondialisation des échanges et les pressions fiscales sont quelques-uns des facteurs qui alimentent une transformation du rôle de l'État dans l'économie française, tout en le gardant prépondérant. Le gouvernement du Premier ministre Lionel Jospin, qui a mis la lutte pour l'emploi au premier rang de ses priorités, mise activement sur le développement des PME et des nouvelles technologies.

La France jouit d'une position géographique privilégiée au sein de l'Europe. Elle est placée au centre de l'Union, au carrefour du Nord et du Sud. Elle dispose de réseaux d'infrastructures de premier ordre (télécommunications, énergie, transports) et d'un savoir faire technologique reconnu. Sa main d'oeuvre est qualifiée et ses coûts moyens sont parmi les plus bas des pays d'Europe du Nord. Avec plus de 70 millions de visiteurs par an, la France est aussi la première destination touristique internationale.

Le Canada est très bien placé pour profiter des atouts de l'économie française. La France est en pleine reprise économique. Les perspectives qu'ouvre la France aux exportateurs et investisseurs canadiens s'avèrent prometteuses. La déclaration de "partenariat renforcé" entre la France et le Canada, signée en janvier 1997 lors de la visite du Premier ministre Jean Chrétien, ainsi que le Programme d'action, signé en décembre 1998 lors de la visite au Canada du Premier ministre Lionel Jospin, le reconnaissent. Tous deux ont pour objectif d'augmenter les échanges entre les deux pays et d'approfondir la coopération bilatérale et multilatérale.

B. Un des moteurs de l'Union européenne

La France est l'un des membres prédominants de l'Union européenne. Les liens économiques étroits entre les pays membres de l'Union permettent aux exportateurs canadiens de profiter du système communautaire. Les entreprises faisant affaire en France ont un accès facilité vers le marché européen et, réciproquement, des activités dans un autre pays de l'Union permettent d'atteindre plus facilement le marché français.

Au niveau géographique, la France peut aisément être considérée comme une porte d'entrée de l'Europe. Elle est située au carrefour des réseaux de transports européens et le train à grande vitesse (le TGV) donne accès à la plupart des grandes capitales européennes en moins de quatre heures.