

Multiplier les DÉBOUCHÉS

MAY 27 2003

Les missions d'Équipe Canada sont l'exemple le plus visible de la collaboration qui existe entre le gouvernement et le secteur privé pour faire connaître le Canada sur les marchés mondiaux. Pour les firmes canadiennes, elles créent des débouchés et accroissent les ventes. Pour le Canada, elles multiplient les emplois.

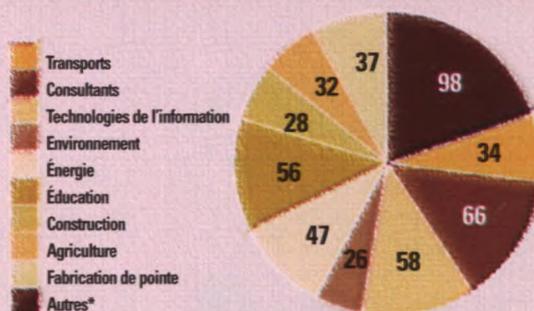
L'Amérique latine est un marché attrayant et largement inexploité par les petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes. Gilles Thériault, président de UNIC Marketing Group (Shediac), est convaincu que les Amériques seront la principale zone commerciale du monde d'ici 20 à 25 ans.

« Depuis le début des années 1980, l'Asie est le pôle d'attraction du commerce et de l'investissement, déclare M. Thériault, mais maintenant, nous nous tournons vers l'Amérique latine, un immense marché potentiel pour les entreprises canadiennes œuvrant dans les mines, la foresterie, les pêches, l'agroalimentaire et, surtout, la haute technologie. »

L'Amérique latine traverse présentement une période de grandes réformes économiques, de privatisation et de déréglementation. Cela ouvre d'immenses possibilités aux entreprises canadiennes. Le Canada a déjà des accords de libre-échange avec le Mexique et le Chili, et jouira d'un accès encore plus grand au reste de l'Amérique latine lorsqu'aboutiront les pourparlers en cours sur la création d'une zone de libre-échange des Amériques.

Nos exportations et nos investissements dans les quatre pays à l'itinéraire de la mission d'Équipe Canada s'élèvent respectivement à 3,3 milliards \$ et 20 milliards \$. Depuis sept ans, ils figurent parmi les dix pays dont les importations augmentent le plus rapidement. L'Argentine vient en tête

Équipe Canada 1998 : Compagnies participantes, selon le secteur



*Comprend les secteurs suivants : culture, tourisme, ressources naturelles, services juridiques, services financiers et soins de santé, ainsi que les gouvernements et municipalités.

de liste, avec une hausse de 34 %; elle est suivie du Brésil en sixième place, du Chili en neuvième et du Mexique en dixième.

Mais les vieux mythes ont la vie dure. « Nous sommes encore trop souvent perçus comme des bûcherons et des porteurs d'eau », de dire Susan Harper, déléguée commerciale principale du Canada en Argentine. Sauf quelques exceptions notables, les producteurs de matières premières tendent en effet à dominer parmi les grandes entreprises canadiennes.

« Cependant, ajoute M^{me} Harper, c'est le secteur de la petite entreprise qui illustre le mieux l'esprit d'entrepreneuriat canadien, car il est plus vaste, plus dynamique et davantage créateur d'emplois que les grosses firmes. Voilà ce qu'il faut dire au monde : que nous fabriquons des produits de qualité à valeur ajoutée, et que nous exportons aussi des produits finis. »

Être petit et voir GRAND

Il convient de souligner que 80 % des 532 hommes et femmes d'affaires qui étaient du voyage cette année venaient de PME — ou de compagnies employant moins de 500 personnes —, comparativement à seulement 20 % lors de la première mission d'Équipe Canada, en Chine, en 1994.

Cela a suscité un climat différent, plus fébrile que lors des missions précédentes. En effet, les efforts de promotion touchaient un éventail beaucoup plus large de produits et de services, et il a fallu coordonner un nombre considérablement plus élevé de signatures de contrats et de cérémonies. Pour le ministre du Commerce international Sergio Marchi, la mission illustre parfaitement la stratégie commerciale du gouvernement. « Ce sont les petites entreprises qui peuvent le plus profiter de ces missions, de souligner M. Marchi.



Le cas de CINAR Films Inc. (Montréal) illustre bien les divers secteurs d'activités des PME ayant participé à la mission commerciale de 1998; l'entreprise, qui produit des émissions éducatives et de divertissement, a signé au Mexique un contrat évalué à 2,2 millions \$.

Bien sûr, nous travaillons aussi avec les grandes sociétés, mais elles n'ont habituellement pas besoin de notre aide autant que les petites entreprises. Ce sont ces dernières qui bénéficient le plus des avantages conférés par la présence des dirigeants politiques. »

Donald Berggren, de BERG Chilling Systems Inc. (Scarborough), partage cet avis. « Quand vous faites partie d'Équipe Canada, les clients éventuels vous considèrent comme une grande entreprise, ce qui fait que vous en êtes une. Cela nous permet de montrer que nous pouvons être à la hauteur. » Et M. Berggren en a profité, car sa compagnie, qui compte 81 employés, a signé pendant cette mission trois protocoles d'entente et un accord de représentation d'une valeur d'environ 1,58 million \$, ainsi qu'un contrat de 42 000 \$ au Mexique.