

COMMERCE ET TRANSPORT

La plupart des Canadiens comprennent l'importance nationale du **commerce**. Les statistiques montrent que le commerce extérieur compte pour plus de 30 pour cent du revenu national. Plus de 3 millions d'emplois canadiens dépendent de l'exportation. Tous les secteurs de notre économie et toutes nos régions sont affectés par la performance de notre commerce.

Le commerce extérieur est une activité hautement concurrentielle. En 1985, par exemple, les exportations ont représenté 27,8 pour cent de notre produit intérieur brut; les chiffres comparables pour quelques autres pays industrialisés s'établissaient comme suit: France: 22,2 pourcent; Italie: 23,7 pourcent; Royaume-Uni: 26,5 pourcent; République fédérale d'Allemagne: 32,2 pourcent. Les économies d'échelle et la saturation des marchés intérieurs forcent les pays à rechercher des ventes à l'étranger. Dans cet environnement, le Canada doit exploiter ses points forts tout en tentant de protéger et de renforcer sa compétitivité au plan international. Des améliorations sont possibles. En 1985-1986, le Canada se classait au sixième rang pour les niveaux du commerce; mais quelques années auparavant, il occupait le quatrième rang.

La compétitivité exige que l'on suive de près les marchés et les coûts. Après le coût de production, le coût du transport est habituellement le deuxième plus important facteur de coût dans le prix des marchandises débarquées sur les marchés extérieurs. Les coûts de transport sont habituellement un élément plus important que les droits de douane ou les taxes de vente. À titre d'exemple, les deux tiers du groupe-témoin de 30 exportateurs établi en 1985 (dans les secteurs des produits forestiers, des pièces automobiles, des aliments conditionnés et des métaux) ont déclaré que le transport représentait 10 pour cent ou plus du prix au débarquement de leurs exportations vers toutes destinations étrangères. En fait, près de la moitié de ces exportateurs ont déclaré que le transport composait plus de 20 pour cent du prix de leurs produits débarqués à l'étranger.

Si les États-Unis dominent nettement l'activité commerciale du Canada, les entreprises canadiennes ont toujours tenté de diversifier leurs opérations en desservant des marchés autres que l'Amérique du Nord. La diversification des ventes est une approche prudente, et des horizons plus larges permettent à nos sociétés de se développer et d'optimiser les économies d'échelle et notre avantage comparatif.

Par conséquent, il n'est pas étonnant que les pays moins avancés (PMA) soient d'importants marchés pour nombre de nos sociétés. Les PMA ont acheté pour 8 milliards \$ de marchandises canadiennes en 1985, et pour 8,5 milliards \$ en 1986. L'an dernier, ces ventes constituaient le tiers de nos exportations à l'étranger (c'est-à-dire à l'extérieur des États-Unis).