

Les États-Unis

Les États-Unis sont notre principal partenaire commercial. Ils ont accueilli, en 1990, 75 p. 100 des exportations de marchandises du Canada, dont la valeur atteignait 105 milliards de dollars. Les entreprises de la plupart des secteurs de production y recherchent activement des débouchés sur les marchés commerciaux et des services de défense et sur les marchés publics. Les États-Unis représentent aussi notre première source d'investissements, de connaissances technologiques et de tourisme, et sont souvent le premier marché sur lequel les entreprises canadiennes acquièrent de l'expérience en matière d'exportations.

Le programme d'expansion des exportations visant cet énorme marché utilise des stratégies sectorielles individuelles, élaborées de concert avec les exportateurs, les associations, les provinces et d'autres ministères. Chaque stratégie sectorielle répond à des besoins et à des possibilités précises de l'industrie et exploite un ensemble de moyens, notamment le recensement et la motivation des nouveaux exportateurs, par l'entremise de programmes spéciaux à caractère éducatif, la création de vecteurs de diffusion de renseignements sur les marchés, la formation, la participation des entreprises prêtes à exporter à un important programme d'expositions commerciales d'envergure régionale et nationale, la mise sur pied de missions commerciales très spécialisées, dans des secteurs précis, ou la création d'occasions de conclure des associations stratégiques, et le parrainage de séminaires à caractère technique visant à faciliter l'accès au marché américain. Nos stratégies sectorielles s'étendent sur une période de trois à quatre ans et nous servent à établir un ordre de priorité parmi les événements et les activités.

Notre stratégie commerciale favorise des secteurs prioritaires, notamment l'informatique, les télécommunications et l'environnement, où les capacités d'approvisionnement et les compétences du Canada sont particulièrement bien adaptées à la demande du marché américain. Nous accordons aussi une attention particulière à l'information des nouveaux exportateurs qui se lancent sur le marché américain. On investit, parallèlement, des efforts précis pour aider les entreprises plus traditionnelles à trouver des créneaux de marché et pour inciter les sociétés de services à tirer parti des débouchés qui se multiplient dans les secteurs commerciaux non axés sur les biens.

L'accroissement des recettes touristiques du Canada revêt une grande importance dans ce contexte. L'industrie touristique canadienne engendre des revenus d'environ 26 milliards de dollars, soit l'équivalent d'environ 4 p. 100 du produit intérieur brut (PIB) du Canada.

Les programmes d'expansion des investissements et d'échange de technologies sont conçus de manière à optimiser le potentiel de croissance et la compétitivité des entreprises canadiennes. La mise sur pied d'alliances stratégiques figure parmi les principales activités destinées à encourager les investissements.