

en priorité les marchés américain et asiatique. Les statistiques d'exportation sont là pour le démontrer. Pour la totalité des entreprises exportatrices de notre étude, les États-Unis constituent, et de loin, le principal marché d'exportation. Qui plus est, la moitié des entreprises exportatrices ne s'intéresse pas au marché européen et ne se prépare d'aucune façon à aborder Europe 1992. Le marché unique européen ne réussira pas à les distraire de ces priorités sinon marginalement. Par conséquent, dans la plupart des cas, les entreprises canadiennes de l'agro-alimentaire ne seront pas touchées par le premier groupe d'effets.

Par ailleurs, elles risquent d'être beaucoup plus affectées par le second groupe, c'est-à-dire par la nouvelle capacité concurrentielle des entreprises européennes. Comme nous l'avons mentionné précédemment, Europe 1992 amènera des mouvements de concentration importants. Cette concentration, favorisée par la circulation plus libre des capitaux, la concentration des réseaux de vente au détail et une standardisation des habitudes de consommation, permettra aux entreprises européennes de profiter d'économies d'échelle appréciables réduisant d'autant leurs coûts de production et augmentant sensiblement leur efficacité. Ces mouvements de concentration sont déjà bien amorcés dans plusieurs secteurs.

Dans ce nouveau contexte, les entreprises européennes risquent de se montrer

beaucoup plus intéressées, beaucoup plus combattives sur les marchés d'exportation. De plus, leur nouvelle taille permettra plus facilement d'investir à l'étranger. Déjà en bonne place dans les importations canadiennes de viandes, de produits laitiers, de boulangeries, de spiritueux et de vin, elles viseront certainement à accroître leur part du marché canadien soit en exportant davantage, soit en investissant directement. L'évolution 1984-1988 des importations canadiennes en provenance de la CE montre déjà dans plusieurs groupes de produits une tendance à la hausse (voir tableau A.4). Leur nouvelle capacité concurrentielle leur permettra sûrement d'accentuer cette tendance. Compte tenu du fait que les goûts du consommateur canadien sont peut-être plus compatibles avec ceux du consommateur européen et compte tenu aussi de l'Accord de libre-échange canado-américain, il se pourrait que les entreprises de la CE voient le Canada comme une première ouverture sur le marché nord-américain.

Accroissement des importations européennes, accroissement des investissements et des prises de contrôle européennes au Canada, accroissement de la part de marché des entreprises européennes sur nos marchés d'exportation, voilà vraisemblablement les effets d'Europe 1992 les plus susceptibles d'affecter les entreprises canadiennes du secteur de l'agro-alimentaire.