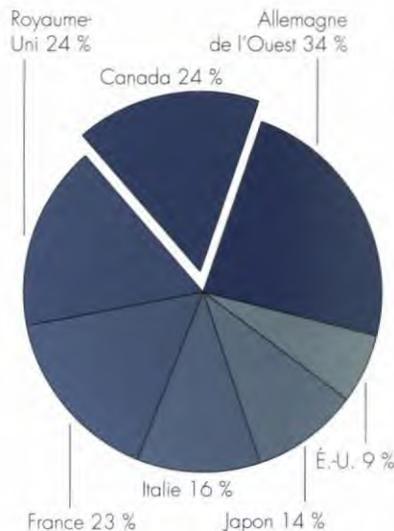


**«Le monde occidental se tourne vers les industries du haut savoir et le Canada doit en faire autant. Nous voulons nous faire connaître non seulement comme une nation riche en ressources naturelles, non seulement comme une nation commerçante, mais aussi comme une nation réputée pour ses ressources intellectuelles, ses idées et ses réalisations dans les domaines de l'éducation et du haut savoir. L'enjeu est d'autant plus fondamental qu'il s'agit de savoir comment le Canada subviendra à ses besoins dans les années 1990 et au-delà.»**

*Le très honorable Brian Mulroney  
Discours sur la recherche et le développement  
à l'Université de Waterloo,  
le 4 mars 1987*

## EXPORTATIONS DE PRODUITS ET SERVICES

(COMME PART DU PNB/PIB  
EN 1989)



Source : L'annuaire du FMI

## STRATÉGIES ET PROGRAMMES

Horizon Le Monde est un ensemble quinquennal de 93,6 millions de dollars comportant diverses initiatives visant à faire en sorte qu'un plus grand nombre d'entreprises canadiennes soient prêtes à se lancer dans l'exportation. C'est là une hausse d'environ 15 % des efforts d'AECEC en matière de commerce extérieur. Les trois piliers de la stratégie Horizon Le Monde sont les marchés qui ont le plus d'importance pour le Canada, tant actuellement qu'à l'avenir, à savoir :

### DÉBOUCHÉS AUX ÉTATS-UNIS PACIFIQUE 2000 EUROPE 1992

#### ÉTATS-UNIS

Aux États-Unis, la mise en place de l'Accord de libre-échange (ALE) progresse comme prévu. Les droits tarifaires seront éliminés sur 10 ans et les obstacles non tarifaires sont abattus; ajoutons qu'il y a amélioration constante de l'accès pour les gens d'affaires qui voyagent. Les mécanismes administratifs sont en place, y compris les modalités de règlement des litiges. Signe de leur hâte de voir la libéralisation des échanges entre les deux pays, des entreprises, de part et d'autre de la frontière ont exercé des pressions pour accélérer l'élimination des droits tarifaires dans de nombreux secteurs. Le défi qui demeure, aux États-Unis, est de regagner notre part du marché, car nous avons depuis 15 ans cédé la place aux Japonais et aux Européens.

#### ASIE-PACIFIQUE

En Asie du Pacifique, c'est-à-dire le marché qui connaît la croissance la plus rapide au monde, nous devons radicalement améliorer notre présence commerciale. Il y a dix ans, 34 % du commerce canadien à l'extérieur des États-Unis se faisait en Asie du Pacifique. Le pourcentage est désormais à 50 % et augmente. Pourtant, la part du Canada sur le marché des importations en Asie du Pacifique demeure à 2 % à peine.

#### EUROPE

En Europe, il est essentiel d'établir notre base commerciale avant les grands changements liés au marché unifié de 1992. Les États-Unis, le Japon et d'autres pays ont consenti d'importants investissements en installations de production, de façon à s'intégrer à la CE avant 1992. Le Canada doit viser les secteurs clés de croissance de ses exportations et promouvoir les investissements bilatéraux.

Horizon Le Monde est une stratégie conjointe d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et d'Investissement Canada. Contrairement aux initiatives antérieures, Horizon Le Monde insiste sur la technologie, les investissements et le maillage et les associations de commercialisation en tant que techniques de pénétration des marchés étrangers. Horizon Le Monde est conçu comme une association entre le gouvernement et l'entreprise. Cette stratégie porte sur l'emploi, la croissance et la prospérité économiques à long terme, ainsi que la mise en place de capacités internes pour être concurrentiels sur le marché international.