

Orientation stratégique

À l'issue de consultations entre l'industrie et le gouvernement, il a été décidé que la priorité en matière de commercialisation serait accordée aux secteurs suivants :

- télécommunications par satellites, notamment prépositionnement pour le marché en développement du service mobile, parallèlement à l'exploitation des marchés outre-mer de téléphonie par satellite fixe;
- télédétection, particulièrement coordination des efforts canadiens visant la vente des données RADARSAT, des systèmes et des logiciels de traitement d'images ainsi que des produits et services à valeur ajoutée;
- matériel du secteur terrestre, tant en télécommunications qu'en télédétection;
- petits satellites, notamment évaluation de ce marché qui semble appelé à se développer considérablement au cours de la prochaine décennie; et
- robotique spatiale comme technologie permettant la généralisation d'applications dans les domaines de la dépollution et de la maintenance des déchets dangereux, de la défense, de la médecine et de l'éducation.

Le Groupe de travail interministériel sur le commerce extérieur des produits spatiaux a été mis sur pied en 1993 et a reçu pour mandat d'assurer une meilleure coordination des activités de commercialisation des exportations au sein des ministères fédéraux, avec les gouvernements provinciaux ainsi qu'entre le secteur public et le secteur privé. Tous les ministères et organismes fédéraux concernés de même que les entreprises spatiales canadiennes sont encouragés à faire partie du groupe de travail. Les intérêts provinciaux y sont représentés par l'Agence de promotion économique du Canada Atlantique (APECA), le Bureau de développement économique de l'Ouest (BDEO), le Bureau fédéral de développement régional du Québec (BFDRQ) et le gouvernement de l'Ontario.

D'après son évaluation de la croissance et de la taille des marchés, des possibilités d'accès à ceux-ci et des perspectives canadiennes, un groupe composé des plus grandes entreprises spatiales canadiennes a proposé l'orientation suivante. Ce groupe estime que les États-Unis, l'Europe et le Japon, qui représentent les marchés les plus gros, les plus diversifiés et les plus avancés sur le plan technologique, restent d'une importance primordiale. Néanmoins, ils ne justifient pas, à ce stade-ci, que l'on y consacre des efforts particuliers, plus grands que ceux qui y ont été consentis jusqu'à présent. De plus, il a identifié trois nouveaux secteurs géographiques appelant des efforts commerciaux supplémentaires de développement et une attention particulière de la part du gouvernement : la Chine, le bloc Russie et Europe de l'Est, et les pays de la région du Pacifique (la République de Corée, la Thaïlande, Singapour, Taiwan, l'Indonésie, la Malaysia, le Viêt-nam et Hong Kong). Au nombre des régions d'intérêt moindre, mais néanmoins non négligeables, citons le Mexique et l'Amérique latine ainsi que le Moyen-Orient. Il reste de surcroît indispensable d'élargir et de renforcer les relations avec les autorités spatiales partout à l'étranger.

Pour développer une stratégie canadienne à l'égard des marchés spatiaux, il est essentiel d'avoir une meilleure compréhension des États-Unis, qui restent les fournisseurs principaux des produits et services spatiaux en même temps qu'ils constituent le principal marché de ce secteur. L'élaboration d'une telle stratégie constitue une priorité pour la communauté spatiale canadienne, plus particulièrement pour le groupe de travail sur les produits spatiaux, au cours de la prochaine année. Aussi, comme première étape de ce processus, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a-t-il décidé de financer une étude du marché spatial américain.

Ce sont les activités des gouvernements qui prédominent sur les marchés spatiaux du monde entier. Le gouvernement canadien peut donc jouer un rôle de premier plan en aidant l'industrie à trouver des débouchés et à promouvoir ses