

I. INTRODUCTION

A) CONTEXTE

i) Le marché mondial des exportations

La concurrence se fait de plus en plus vive sur les marchés d'exportation.

Aux États-Unis, le rythme de croissance économique a commencé à ralentir et, dans les pays de l'Europe occidentale, les gouvernements suivent des politiques de contraintes budgétaires qui laissent présager une croissance tout au plus modérée à moyen terme. Parallèlement, les pays de l'Europe orientale continueront probablement de restreindre la progression de leurs importations afin de maintenir leur endettement en monnaies convertibles à des niveaux raisonnables.

Ailleurs dans le monde, les perspectives ne sont guère plus reluisantes, sauf dans les pays de l'Asie du Sud et du Sud-Est, et en Chine. Les pays asiatiques ont facilement survécu à la récession et leur niveau d'importations devrait demeurer élevé. La situation économique et financière de nombreux pays africains est grave et les perspectives commerciales sont sombres.

Les pays d'Amérique latine, qui ont le plus souffert de la récession économique mondiale, se trouvent maintenant dans une phase d'ajustements structurels radicaux. Cela devrait les replacer dans une meilleure position pour connaître une croissance économique soutenue et viable. Le processus sera toutefois lent et les possibilités d'exportation seront limitées sur ces marchés, du moins pendant la présente décennie.

Si le Canada doit conserver et accroître sa part des marchés mondiaux, il importe de reconnaître que la compétitivité internationale, en particulier dans les pays du Tiers-Monde, ne se ramène pas à une simple question de prix ou de respect des spécifications techniques. Le prix et la qualité des marchandises ou des services sont des éléments essentiels de la compétitivité, mais ils ne suffisent pas en soi. Il existe d'autres éléments tout aussi importants, dont: a) la capacité de remplir les commandes; b) la fiabilité de l'entreprise ou du fabricant; c) la réputation acquise sur le marché; d) la connaissance détaillée du marché et le souci de respecter les coutumes locales et les pratiques commerciales; e) la volonté de collaborer à la traduction des manuels de formation dans les langues locales; f) la disponibilité du service et des pièces de rechange; g) la capacité de transférer la technologie au moyen de brevets, de co-entreprises et d'investissements directs; et h) le programme de