



Au cours des 10 prochaines années, les réseaux locaux et interurbains du Canada seront améliorés pour permettre une capacité en large bande interactive et bilatérale. Lorsque ces travaux seront achevés, environ 85 % de toutes les entreprises et résidences du Canada auront accès aux voies et technologies multimédias de l'autoroute de l'information. Le Canada s'est donné pour objectif de mettre en place le réseau d'information de la meilleure qualité et le moins coûteux au monde.

En 1997, les ventes canadiennes de matériel de télécommunications à l'étranger, principalement à des clients des États-Unis, de la Chine et du Royaume-Uni, ont dépassé 10,7 milliards de dollars. Les entreprises

canadiennes se spécialisent dans plusieurs domaines des télécommunications, y compris les systèmes de commutation, les produits et services multimédias et à large bande, les câbles à fibre optique, les communications rurales, la conception et la mise en place de systèmes de câbles sous-marins, les réseaux par satellite, l'intégration téléphonique par ordinateur et la téléphonie mobile et cellulaire. Du reste, il y a très peu de domaines de la technologie des communications et de l'information où les sociétés canadiennes ne sont pas à l'avant-garde.

Le désir de former des alliances stratégiques et de transférer la technologie est une caractéristique indispensable à tout bon partenaire. De nombreuses possibilités d'échanges et d'investissements mixtes ont été réalisées après que des représentants d'autres pays aient visité le Canada grâce au programme d'éducation de l'Institut des cadres supérieurs en gestion des télécommunications du Canada. De nombreux pays s'orientent vers le développement de systèmes économiques plus ouverts qui acceptent une saine concurrence de l'étranger et la formation de coentreprises sur leur territoire.

Le Canada lui-même encourage la concurrence et l'investissement étranger. Son agence de réglementation, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), a ouvert les services téléphoniques locaux et internationaux à la concurrence de tous les fournisseurs, y compris des entreprises de télédistribution, des revendeurs et des fournisseurs de services sans fil. Les sociétés de télécommunications peuvent donc offrir de nouveaux services d'information et multimédias, comme les opérations bancaires et le magasinage à domicile, le télé-enseignement et la télémédecine.

TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION

Le Canada exporte de plus en plus de produits de technologie de l'information, y compris des ordinateurs, des produits électroniques de consommation, des périphériques et des logiciels. Vu les résultats impressionnants et la capacité croissante du Canada, les sociétés et investisseurs étrangers souhaitent vivement conclure des alliances au Canada.

Les compétences du Canada en technologies de l'information ont toujours été et demeurent dans les domaines des logiciels, des produits multimédias et des solutions géomatiques. En 1998, les 100 plus importants fabricants de logiciels

**LE CANADA FAIT PARTIE
DU PELOTON DE TÊTE
SUR DES MARCHÉS
SPÉCIALISÉS COMME CEUX
DE L'INFOGRAPHIE,
DES OUTILS POUR
L'INTERNET, DE LA
GESTION DE
DOCUMENTS, DES
SYSTÈMES D'INFORMATION
GÉOGRAPHIQUE, DE
L'ÉLABORATION DE
SYSTÈMES ET DE LA
GESTION DE LA
TECHNOLOGIE DE
L'INFORMATION.**

ont réalisé un chiffre d'affaires global de plus de 3,4 milliards de dollars (en hausse de 35 % par rapport à 1997), dont 85 % à l'exportation. De même, les recettes des 50 premières entreprises de services ont augmenté de 105 % pour atteindre 3,8 milliards de dollars en 1998. Un grand nombre de ces firmes ont formé des alliances stratégiques avec des partenaires étrangers afin d'améliorer leurs circuits de distribution et de favoriser la mise au point de nouveaux produits.

Le Canada fait partie du peloton de tête sur des marchés spécialisés comme ceux de l'infographie, des outils pour l'Internet, de la gestion de documents, des systèmes d'information géographique, de l'élaboration de systèmes et de la gestion de la technologie de l'information. Grâce au programme Rescol – fruit de la collaboration entre le gouvernement fédéral et ceux des provinces et des territoires –, le Canada assure l'accès à l'Internet dans presque toutes les classes, bibliothèques et localités du pays afin d'aider ses citoyens à acquérir les compétences dont ils ont besoin pour répondre aux exigences de l'économie et de la société de l'information du XXI^e siècle.

Dans le domaine des nouveaux médias ou des multimédias, les entreprises canadiennes créent des produits d'enseignement et de formation de haute qualité et excellent sur des marchés spécialisés comme ceux de l'animation, de la simulation en trois dimensions et des applications photographiques. D'ailleurs, environ 60 % des logiciels utilisés pour les films produits par Hollywood (Apollo 13, Titanic et Godzilla, par exemple) viennent du Canada.

Les États-Unis sont le plus important débouché étranger des industries canadiennes du logiciel et des nouveaux médias, mais les entreprises canadiennes s'emploient rapidement à conclure des alliances dans des pays comme le Royaume-Uni, le Brésil, le Pérou, la Norvège et Singapour.

La géomatique, domaine dans lequel le Canada s'est imposé sur la scène internationale, consiste en l'acquisition, l'entreposage, l'analyse, la distribution et la gestion d'une information à référence géographique. Cette technologie permet de gérer les données dans des domaines aussi divers que l'exploitation des ressources naturelles, les prévisions météorologiques et la perception des impôts. Grâce à des alliances conclues entre l'industrie et le secteur public, des entreprises canadiennes ont pu décrocher des contrats dans le cadre de plusieurs projets de géomatique à l'étranger.

Le Canada est également bien placé pour soutenir la concurrence dans le domaine du commerce électronique grâce à une réglementation très favorable, notamment dans le domaine du cryptage, ainsi que dans celui de la protection des renseignements personnels et des signatures numériques (projets de loi déposés à l'automne de 1998). Un régime de protection des consommateurs est présentement en voie d'élaboration grâce à la collaboration de représentants de l'industrie et des consommateurs. Ce cadre favorable comprend également la neutralité fiscale et un examen exhaustif des droits de propriété intellectuelle.

