

ARTS ET INDUSTRIES CULTURELLES

On regroupe sous la rubrique des arts et des industries culturelles les arts visuels et les arts du spectacle, l'édition, la musique, la production cinématographique et télévisuelle et l'industrie naissante du multimédia. On trouvera aussi une section sur la radiodiffusion et la câblodistribution.

Principaux enjeux

- Comme le Canada importe encore deux fois plus de produits culturels qu'il n'en exporte, il faut veiller à ce que les industries culturelles canadiennes aient accès à une part raisonnable du marché intérieur par le maintien des mesures de soutien existantes (et par l'introduction de nouvelles mesures au besoin).
- Il faut renforcer la présence canadienne sur les marchés traditionnels des États-Unis et de l'Europe de l'Ouest et pénétrer les nouveaux marchés de l'Asie-Pacifique, de l'Amérique latine et de l'Europe centrale.
- Le marché naissant du contenu destiné au multimédia n'est pas exempt de difficultés, mais il offre aussi des possibilités, tant à l'échelle nationale qu'internationale. De nouveau, il faudra s'assurer que les producteurs canadiens ont accès aux nouveaux systèmes de distribution sur le territoire national comme à l'étranger, et que l'accès limité au financement du contenu destiné au multimédia n'empêche pas le Canada de prendre une place importante sur l'autoroute de l'information.
- Il y a lieu d'améliorer la qualité des statistiques sur les arts et les industries culturelles (en particulier en ce qui concerne les exportations, les recettes provenant des ventes à l'étranger et la part de marché sur des territoires étrangers d'importance cruciale comparativement à d'autres pays) afin de mieux évaluer le succès des anciennes et des nouvelles initiatives.
- Il est important de prendre les mesures voulues pour que le grand réseau de missions du Canada à l'étranger fournisse une aide efficace au secteur des arts et de la culture grâce à un personnel qualifié et informé, connaissant bien le domaine et disposant d'informations pertinentes sur les industries culturelles du Canada. Ce personnel doit être en mesure de promouvoir les biens et services culturels canadiens, de recueillir des renseignements commerciaux pour les entreprises canadiennes et de les aider à nouer des relations avec leurs homologues à l'étranger.

Orientation stratégique

Le gouvernement, en collaboration avec l'industrie, prendra les mesures suivantes :

- il poursuivra sa campagne de défense de la culture canadienne aux États-Unis, en Europe et sur le territoire national pour expliquer la politique du Canada relativement aux industries culturelles et obtenir des appuis (ministère des Affaires étrangères et du Commerce international [MAECI], ministère du Patrimoine canadien [MPC]);
- il veillera à ce que la participation canadienne aux grands festivals, foires et marchés internationaux s'intensifie dans la mesure du possible, puisqu'il s'agit d'un moyen efficace pour faire la promotion des produits culturels canadiens, recueillir des renseignements commerciaux et nouer des relations avec des partenaires commerciaux étrangers (MAECI, MPC);
- au moyen de programmes de formation appropriés, il veillera à ce que le personnel des affaires étrangères et les délégués commerciaux du Canada à l'étranger se fassent les ambassadeurs des arts et de la culture du Canada et puissent fournir aux entreprises canadiennes une aide à l'exportation (MAECI, missions);
- il examinera la possibilité d'étendre l'aide à l'exportation et l'aide financière de même que les autres mesures de soutien au contenu destiné au multimédia pour que le Canada ne soit pas exclu de l'autoroute de l'information et que ses industries culturelles soient concurrentielles sur ce nouveau marché important (MAECI, MPC, Industrie Canada [IC]);
- il recueillera de meilleures statistiques sur le secteur, surtout en ce qui concerne les recettes et les ventes à l'étranger (MAECI, MPC, IC, Statistique Canada).

Renseignements

Ministère du Patrimoine canadien
Relations internationales
Téléphone : (819) 997-2730
Télécopieur : (819) 997-2553

Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
Direction de la promotion des arts et
des industries culturelles
Téléphone : (613) 944-0938
Télécopieur : (613) 992-5965

AUTOMOBILE

Le secteur canadien de la fabrication automobile comprend deux grandes industries : celle du montage des véhicules automobiles et celle de la production de pièces.

Le secteur fournit une vaste gamme de produits destinés aux fabricants d'équipement d'origine et aux fabricants de pièces de rechange. Outre les voitures particulières et les camions légers, ces produits comprennent les moteurs et les composantes principales du groupe transmission, les pièces de conduite et de suspension, les roues et les pièces de frein, les pièces embouties, les sièges, les garnitures intérieures et extérieures, les composantes électriques et les pneus.

Principaux enjeux

Le gouvernement devra continuer d'appliquer une politique industrielle et commerciale qui favorise le développement de l'industrie des véhicules, des pièces et de l'équipement; veiller à ce que le Canada demeure un endroit attrayant où investir dans la fabrication, le développement de la technologie et la recherche et développement (R-D); augmenter les possibilités de sourcing; et stimuler le commerce.

De son côté, l'industrie devra demeurer concurrentielle face à une concurrence de plus en plus vive, des regroupements et la baisse graduelle des tarifs douaniers internationaux et des autres obstacles au commerce. En continuant à améliorer sa productivité, la qualité de sa production et ses prix, elle se donnera les moyens voulus pour relever les défis qui l'attendent.

Pour multiplier les échanges sur les principaux marchés de l'automobile, il faudra continuer à mettre en valeur l'industrie canadienne. Le gouvernement devra veiller à ce que les principaux partenaires commerciaux et les nouveaux marchés soient au courant des capacités du Canada. Il doit aussi inciter l'industrie à tirer parti des débouchés qui s'offrent à elle.

Les écarts dans les données sur les échanges commerciaux et d'autres statistiques sont en voie d'être éliminés afin d'améliorer l'efficacité des analyses et d'assurer une comparabilité intégrale et équitable de l'information à l'échelle de l'Amérique du Nord. Il faudrait continuer à harmoniser, avec les autres administrations, les normes en matière de sécurité et d'émissions.

La réalisation d'analyses stratégiques ainsi que la diffusion en temps opportun de l'information et des

renseignements pertinents par tous les intervenants contribueront au développement des entreprises.

Orientation stratégique

Le plan d'action général pour le secteur gravite autour des éléments stratégiques suivants.

Coopération industrie-gouvernement

Le Comité consultatif sur l'automobile (CCA) entreprendra des activités et des analyses en collaboration avec les intervenants visés sur les aspects suivants :

- la simplification et l'harmonisation continues des données commerciales et des autres statistiques sur le secteur à l'échelle de l'Amérique du Nord avec les partenaires de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) : activité permanente (CCA/Comité international, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international [MAECI], Industrie Canada [IC], Association des fabricants de pièces d'automobile du Canada [AFPA], Association des industries de l'automobile du Canada [AIA], Association des fabricants internationaux d'automobiles du Canada [AIAMC], Japan Automobile Manufacturers Association [JAMA]);
- l'harmonisation des normes sur la sécurité et les émissions en Amérique du Nord : activité permanente (CCA/Comité des normes et règlements, Transports Canada [TC], IC, Environnement Canada [EC]).

Pour aider les missions commerciales du Canada à l'étranger à mieux comprendre le secteur de l'automobile, on préparera et appliquera un plan de travail visant à accroître la diffusion de renseignements stratégiques sur le secteur de l'automobile auprès des délégués commerciaux du Canada : activité permanente (CCA/Comité international, MAECI, IC, AFPA, AIA, Ontario, Québec).

On mettra en valeur les capacités du secteur canadien des pièces automobiles sur les marchés industrialisés et sur les nouveaux marchés en menant une campagne de promotion dans les médias, en rédigeant des rapports sectoriels révisés chaque année, en veillant à ce que l'industrie joue un rôle de chef de file lors d'activités internationales, en accueillant des missions médiatiques du Japon et d'Europe et en organisant s'il y a lieu des missions à l'étranger (MAECI, IC, AFPA, AIA, Ontario, Québec).