

▶ relativement peu affectées. Tout comme leurs clients, elles voient là une occasion d'accentuer leur pénétration des marchés américains. À noter qu'elles ont déjà des succursales dans les grands centres européens et asiatiques.

Cela étant, le pays ne peut pas se reposer sur ses lauriers. Bien qu'élevée, la productivité industrielle connaît une croissance inférieure à celle de certains pays concurrents. L'investissement en recherche et développement est plus faible que ne le souhaiteraient de nombreux Canadiens, bien que ce domaine bénéficie d'avantages fiscaux plus favorables au Canada que dans les autres pays industrialisés, y compris les États-Unis. M. Michael Wilson, ministre de l'Industrie, des Sciences et de la technologie, et ministre du Commerce extérieur, souligne que le pays a créé plus d'emplois, depuis 30 ans, que n'importe quel autre membre de l'OCDE. Mais il ajoute que cette performance doit être maintenue, car l'économie mondiale devient de plus en plus compétitive.

Horizon le monde

Le gouvernement canadien a pour objectif d'augmenter la part du commerce (près de 30 % actuellement) dans la production intérieure brute. Ses entreprises désireuses d'exporter peuvent donc faire appel aux compétences du ministère fédéral des Affaires extérieures et du Commerce extérieur, dont les principaux représentants sont les très respectés délégués commerciaux. Ces spécialistes assurent la promotion des entreprises à l'étranger, les conseillent en matière de circuits de commercialisation et de participation aux foires commerciales, les mettent en contact avec des agents potentiels et leur fournissent des renseignements financiers et autres.

Ottawa a également lancé un programme intitulé «Horizon le monde» et un autre de développement des investissements, dans le but d'accroître la visibilité du Canada sur trois marchés essentiels: les États-Unis, la région Asie-Pacifique et l'Europe. Ces initiatives prévoient, entre autres, des fonds pour la promotion des échanges et des investissements, la formation linguistique et une plus grande participation canadienne aux foires et missions commerciales.

Tous ces programmes reconnaissent qu'il est nécessaire de créer des alliances internationales, et certaines entreprises canadiennes donnent l'exemple. Bombardier, le fabricant montréalais de matériel de transport, est un important fournisseur d'Aérospatiale, le géant français de l'espace; il détient les droits pour l'Amérique du Nord sur la technologie du TGV (train à grande vitesse) français et possède des filiales à travers l'Europe et l'Amérique du Nord.

Pour sa part, la multinationale torontoise Northern Telecom a acquis une grande entreprise britannique de télécommunications, en plus d'être le principal fournisseur étranger du Japon dans ce domaine. Toujours à Montréal, Power Corp. a des participations importantes dans l'industrie européenne des services financiers et Alcan Aluminium est présente sur six continents. De plus, une nouvelle génération de dynamiques entrepreneurs ▶

▶ sido relativamente poco afectadas. Como sus clientes, ellas aprovecharon esta ocasión para penetrar los mercados americanos. Se puede notar que ya tienen sucursales en los grandes centros europeos y asiáticos.

Pero el país no puede permitirse dormir en los laureles. La productividad industrial es alta pero ha tenido, estos últimos años, un ritmo de crecimiento más bajo, que el de sus competidores. Las inversiones en las investigaciones y el desarrollo han sido más flojas de lo que hubiesen deseado muchos Canadienses aunque este campo cuenta con beneficios de ventajas fiscales más favorables que en otros países industrializados, incluyendo Estados Unidos. Michael Wilson, el ministro de la Industria, de la ciencia y tecnología y del Comercio internacional, subraya que, durante estos últimos treinta años, la creación de empleo en Canadá ha sido la más importante entre las naciones de la O.C.D.E. Pero añade que estos resultados deben ser mantenidos en esta economía mundial siempre más competitiva.

Expansión global

El gobierno canadiense tiene por objetivo aumentar el casi 30% de la producción interior bruta debido al comercio. Las empresas que quieren exportar de Canada pueden apelar a la pericia del ministerio federal de los Asuntos exteriores y del Comercio internacional, cuyos representantes, los delegados comerciales altamente cualificados. Estos especialistas, establecidos en centros de intercambio comercial en Canadá y en las embajadas

canadienses fuera del país introducen a las empresas canadienses a los clientes extranjeros, los aconsejan sobre los canales apropiados de comercialización, recomiendan la participación a las ferias de muestras, los ponen en contacto con agentes potenciales proporcionando informaciones financieras y otras.

Forman parte de esta estrategia el programa "Going Global" de Ottawa y otro para el desarrollo de las inversiones que consisten en un importante conjunto de iniciativas destinadas a mejorar la posición de Canadá en tres mercados críticos: Estados Unidos, la región del Pacífico Asiático y Europa. Entre sus componentes fueron aumentados los fondos para promocionar el comercio, para la enseñanza de idiomas y para la

presencia de Canadá en ferias de muestras y misiones comerciales.

Estos programas reconocen la necesidad de crear asociaciones entre las empresas canadienses e internacionales. Algunas compañías se han movido ya en este sentido para conseguir alianzas internacionales. Por ejemplo Bombardier Inc., el fabricante industrial de material de transporte en Montreal, es un importante proveedor de la gigante empresa francesa Aérospatiale. También posee los derechos de la tecnología francesa del tren de alta velocidad (TGV) para Norteamérica, y posee filiales en Europa y América del Norte.

La multinacional de Toronto, Northern Telecom, ha adquirido por su ▶

