

une part grandissante du marché des données d'information géographique utilisées partout au monde dans la gestion de l'environnement et des ressources naturelles.

Les possibilités d'exportation pour les entreprises canadiennes dans le cadre du Programme de la station spatiale internationale se limitent à des contrats de sous-traitance avec des entreprises étrangères. En robotique spatiale, domaine étroitement lié à la participation du Canada au Programme, le Canada a développé certaines compétences d'exception. De nouveaux débouchés pointent également à l'horizon dans un domaine qui nécessite du matériel et des logiciels spécialisés, celui de la manutention de déchets contaminés. Bien que le matériel robotique spatial ne convienne pas à des applications directes sur terre, le Canada pourrait se tailler une place de choix en proposant des produits combinant des logiciels spatiaux et du matériel terrestre existant. Les États-Unis représentent un marché à court terme (quelque 20 milliards de dollars sur 20 ans) pour ce type de produits et services mais, à plus long terme, les mêmes besoins se feront ressentir en Europe de l'Est. Même s'il est probable que la robotique spatiale offrira d'énormes débouchés dans l'espace, par exemple pour l'entretien des satellites, il n'est pas encore possible de quantifier l'importance de ce marché qui ne se concrétisera pas avant dix ans.

Quant aux sciences spatiales, ce sont les préférences nationales qui en déterminent l'orientation. L'obtention de travaux dans ce domaine par les firmes canadiennes est souvent tributaire de la participation du gouvernement à des programmes étrangers. Bristol Aerospace constitue toutefois une exception, puisqu'elle exporte 95 p. 100 de ses fusées-sondes, essentiellement aux États-Unis, en vue d'expérimentations en sciences spatiales.

La petite taille du marché canadien tend à désavantager l'industrie spatiale canadienne dans la commercialisation de produits de grande série où le coût représente le facteur critique. Certaines entreprises canadiennes soutiennent néanmoins la

concurrence à l'échelle internationale. Le plus grand obstacle au maintien d'un secteur canadien de la fabrication de matériel spatial prospère réside dans le fait que les entreprises canadiennes n'ont pas les capitaux nécessaires pour se lancer dans des activités de grande envergure valant plusieurs milliards de dollars, tels les nouveaux projets de télécommunications par satellites mobiles à l'échelle mondiale, et qu'elles ne sont pas de taille comparable aux entreprises qui participent à de telles activités.

Plusieurs options de commercialisation s'offrent aux entreprises canadiennes dans cet environnement concurrentiel. Les entreprises spatiales du monde entier recourent de plus en plus à des alliances stratégiques, à des associations et à des partenariats leur permettant d'accéder aux marchés, aux technologies et aux ressources financières nécessaires à la réalisation de grands projets. Les entreprises canadiennes devraient envisager de faire davantage appel à ce type d'ententes afin de pouvoir rester dans la course sur un marché spatial mondial dominé par quelques géants.

Le Canada tire sa force de la conception et de l'intégration de systèmes et de composants, de la fabrication de matériel supposant une grande complexité de connaissances plutôt que de matériel produit en série, ainsi que de la mise au point de solutions intégrées au plan de l'information ou des communications.

Au nombre des facteurs qui détermineront le succès des exportations, citons

- la formation d'alliances ou de partenariats internationaux (appelant souvent des ententes intergouvernementales);
- de nouvelles formes de financement des exportations appuyées par le gouvernement;
- l'investissement stable et continu du gouvernement dans le développement de nouvelles technologies.