

d'importants commandements d'achat aux États-Unis; des groupes d'acheteurs des États-Unis qui ont rendu visite à des exportateurs canadiens et inspecté leurs usines; et la participation d'entreprises canadiennes à de grandes foires américaines.

Promotion des investissements

Principale source d'investissements directs au Canada, les États-Unis sont une des grandes cibles des activités que le Ministère entreprend pour promouvoir les investissements. Près de 10 % du personnel des missions en poste aux États-Unis s'occupait du Programme de promotion des investissements (PPI), y compris des conseillers spéciaux en investissements affectés aux consulats généraux de Los Angeles et New York et chargés de donner suite aux occasions prometteuses auprès des cadres dirigeants dans ces grandes villes.

Depuis sa création en 1985, le PPI a mieux ciblé son activité sectorielle. Le programme vise de plus en plus à identifier et à encourager d'éventuels investisseurs dans des branches d'activité prioritaires (par exemple, l'électronique, la biotechnologie, les produits d'hygiène, les matériaux et procédés industriels de pointe); celles-ci apportent une forte concentration de technologie et offrent de bonnes possibilités de créer des emplois, d'améliorer les compétences professionnelles des travailleurs et d'accroître la capacité d'exportation du Canada. Les investissements «en rase campagne», les coentreprises, le partenariat stratégique et les contrats de licence sont très prisés.

Aux États-Unis, ce sont les missions qui exécutent le PPI au moyen de contacts avec des gens d'affaires. L'accent est mis sur des événements promotionnels particuliers (une soixantaine d'activités de ce genre ont été menées à bien au cours de l'année), à savoir : séminaires s'adressant à un groupe cible du monde des affaires américain et portant sur le climat d'affaires et d'investissement au Canada ainsi que sur les intérêts et la capacité de l'industrie canadienne; stands d'information sur les investissements dans les grandes foires commerciales et les principaux congrès industriels aux États-Unis; publicité destinée à promouvoir les investissements dans les secteurs prioritaires; campagnes de publipostage et télémarketing s'adressant à des clients potentiels désignés et, avant tout, les contacts personnels que les missions ont avec les investisseurs éventuels. Les missions canadiennes aux États-Unis sont en rapport avec environ 5 000 investisseurs éventuels chaque année. Suite à la mise en œuvre de l'Accord de libre-échange, les investissements devraient augmenter sensiblement et les occasions de nouer des liens bilatéraux entre sociétés devraient se diversifier encore davantage.

L'exécution du PPI à l'étranger incombe d'abord au Ministère qui, pour remplir ses fonctions, doit avoir d'étroits rapports professionnels quotidiens avec d'autres organismes, dont : Industrie, Sciences et Technologie Canada (qui collabore à l'élaboration et l'exécution du PPI par ses apports sectoriels et régionaux, et qui donne suite aux occasions prometteuses); Investissement Canada (qui appuie les activités de promotion, les campagnes de publicité, les travaux de recherche et le suivi des occasions prometteuses); ainsi que les provinces et un grand nombre d'administrations régionales et municipales et d'associations industrielles. Le PPI complète et utilise d'autres programmes du Ministère, notamment les programmes d'expansion du commerce, d'apports technologiques, d'immigration des entrepreneurs, des affaires publiques et de liaison avec les

entreprises et le Congrès. Pour ce qui est surtout de l'immigration d'entrepreneurs et du développement des investissements, du commerce et de la technologie, les projets conjoints se sont révélés un des moyens les plus rentables d'utiliser les ressources affectées à la promotion.

Expansion du tourisme

Le tourisme contribue de façon significative à l'économie du Canada. En 1987, en plus d'avoir employé 600 000 personnes, il a rapporté directement 21 milliards de dollars, dont 6,3 milliards en devises étrangères (ce qui en a fait l'un des secteurs d'exportation les plus importants du pays).

Bien que le Canada accueille des visiteurs de tous les pays du monde, les États-Unis demeurent son principal marché touristique. En 1987, les États-Unis ont compté pour 93 % (37 millions) de toutes les arrivées internationales et pour 66 % (4,2 milliards de dollars) des recettes que le Canada a tirées du tourisme international.

Depuis 1982, l'exécution du programme du tourisme incombe conjointement à Tourisme Canada qui relève du ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, et au ministère des Affaires extérieures. Ce dernier est chargé de l'exécution du programme à l'étranger, et plus précisément de l'élaboration de diverses activités lancées par le secteur privé et destinées à promouvoir de nouveaux produits touristiques canadiens.

Au cours de l'année, le gouvernement fédéral a dépensé près d'un million de dollars pour soutenir les actions de marketing locales, entreprises à l'initiative des missions commerciales aux États-Unis. En contrepartie, les provinces et le secteur privé ont versé le quadruple de l'apport fédéral. Ce programme a généré des recettes touristiques de 250 millions de dollars au Canada; la composante Réunions et congrès a rapporté 225 millions de dollars à elle seule.

Questions environnementales et transfrontières

Les pluies acides transfrontières sont restées le point de friction le plus important entre le Canada et les États-Unis. Lors de ses réunions trimestrielles avec son homologue américain, le secrétaire d'État aux Affaires extérieures a insisté sur le fait que, de l'avis du Canada, la meilleure façon de régler le problème des pluies acides transfrontières consiste à négocier un accord bilatéral sur la qualité de l'atmosphère fixant des objectifs et des délais précis pour réduire et maintenir les émissions acidifiantes à des niveaux qui ne dégradent pas l'environnement. Lorsque le Premier ministre s'est adressé aux deux Chambres réunies du Congrès en avril 1988, il a souligné la grande priorité que son gouvernement accorde à cet objectif et la détermination avec laquelle il le poursuivra. Il a précisé que le Canada continuerait à militer pour assainir l'environnement commun des deux pays et qu'il persévérerait jusqu'à ce que les cieux aient retrouvé leur pureté et jusqu'à ce que les pluies donnent de nouveau vie aux forêts et aux ruisseaux.

Malgré ces efforts, l'administration Reagan a continué de soutenir que la demande d'un accord bilatéral était prématurée et qu'il fallait procéder à de nouvelles études scientifiques.

Cependant, au cours de la campagne des élections présidentielles de 1988, des indices non équivoques ont permis de prévoir que la politique américaine changerait. Les deux candidats ont déclaré qu'ils étaient en faveur de la réduction des pluies acides. George Bush a affirmé que le temps des études était révolu et que l'heure était à l'action. Il a proposé que les émissions acidifiantes soient réduites de