

Tableau 2. Commerce des services commerciaux – Canada, 1990-2001

	Exportations (en millions)		Croissance annuelle (%)	Importations en millions		Croissance annuelle (%)
	1990	2001		1990	2001	
Total/services commerciaux	9 061	27 963	10,8	12 554	32 002	8,9
Communications	1 220	1 870	4,0	1 210	1 977	4,6
Construction	52	299	17,2	35	144	13,7
Assurance	1 957	3 067	4,2	2 238	4 462	6,5
Autres services financiers	490	2 349	15,3	733	2 568	12,1
Informatique/information	546	2 231	13,7	344	1 367	13,4
Redev./droits de licence	173	2 318	26,6	1 941	5 380	9,7
Commissions non fin.	306	659	7,2	341	589	5,1
Location d'équipements	197	267	2,8	308	689	7,6
Gestion	849	3 177	12,7	1 419	4 803	11,7
Publicité	124	303	8,5	211	450	7,1
Recherche-développement	700	3 234	14,9	483	1 395	10,1
Architecture et génie	549	2 589	15,1	439	1 818	13,8
Divers	1 392	3 488	8,7	2 018	4 027	6,5
Audiovisuel	348	1 929	16,8	709	2 159	10,7
Personnel, etc.	157	183	1,4	123	175	3,3

Source : Statistique Canada, *Le commerce international de services du Canada*, n° de catalogue 67-203-XPB, 2002

rapport aux 56,1 % enregistrés en 1990; en revanche, les importations en provenance des É.-U. ont diminué par rapport à l'ensemble des importations canadiennes de services, passant de 63,4 % à 61,8 % au cours de la même période. La part des É.-U. (source/destination) dans le commerce des services du Canada a reculé entre 1990 et 2001, alors que d'autres pays prenaient de l'importance.

Le secteur des services commerciaux est celui qui connaît la croissance la plus rapide et qui représente, de loin, la part la plus importante du commerce des services du Canada. En 2001, les services commerciaux ont compté pour 49,4 % des exportations de services et pour 49,2 % des importations. Les services commerciaux comprennent de nombreux secteurs à forte intensité de connaissances. Comme le montre le tableau 2, la croissance la plus rapide a été enregistrée par les services commerciaux à forte intensité de savoir, en particulier redevances et droits de licence, audiovisuel, services financiers, recherche-développement, architecture et génie, informatique et information.

Le commerce des services transfrontières du Canada n'a toutefois pas progressé aussi rapidement que le commerce des marchandises au cours des années 90. Ainsi, la part des services dans le commerce des produits et des services du Canada est tombée à 12,0 % en 2001 pour les exportations, et à 15,6 % pour les importations, après avoir plafonné à 13,6 % (exportations) et à 19,8 % (importations) en 1991.

Le présent aperçu ne donne qu'une image partielle du commerce des services. En effet, de par la nature même du secteur (le fournisseur doit souvent se trouver à proximité du consommateur pour des motifs d'ordre pratique et réglementaire), de nombreux services sont administrés par l'intermédiaire de filiales établies dans des pays étrangers pour vendre les services à la clientèle locale, et ne donnent donc pas lieu à des transactions transfrontières. En 1999, les exportations transfrontières canadiennes de services ont totalisé 53 milliards de dollars, et les ventes de sociétés étrangères affiliées à des sociétés canadiennes, 124 milliards (soit plus que le double de la valeur des exportations transfrontières de services). En ce qui concerne les importations de services, en 1997, les Canadiens ont acheté pour 170,7 milliards de dollars de services directement à des filiales de firmes étrangères établies au Canada (soit plus que le triple de la valeur des importations transfrontières de services, à hauteur de 52,6 milliards pour la même année). On voit donc que la présence commerciale est de loin le mode privilégié du commerce de services et que la mesure usuelle du commerce transfrontières à même les sources de la balance des paiements sous-estime nettement l'ampleur des transactions de services du Canada avec les pays étrangers. En outre, le rôle prépondérant de la présence commerciale dans la prestation des services à l'étranger fait ressortir l'importance d'attirer de l'investissement direct pour le développement d'une économie de services axée sur le savoir. Il porte aussi à croire que — contrairement au commerce des

marchandises qui est subordonné aux tarifs douaniers — le droit pour les sociétés affiliées de s'établir et de bénéficier d'un traitement équitable dans des pays étrangers pour assurer le bon déroulement des affaires est la clé de voûte de la politique sur le commerce des services (et l'élément central des négociations sur les services qui se déroulent présentement sous l'égide de l'Organisation mondiale du commerce).

Conclusions

En dépit des nombreux obstacles réglementaires un peu partout dans le monde, le commerce des services a atteint au Canada un niveau plus important qu'on ne le pense généralement. Ce sont en particulier les services qui interviennent dans la fabrication et la distribution des produits de haute technicité qui dénotent une croissance rapide tant du point de vue du commerce transfrontières que de celui des ventes par l'entremise de sociétés affiliées.

Bien que les économistes spécialistes du commerce affirment que le commerce n'aurait pas d'effet permanent sur le niveau de l'emploi à long terme — le plein emploi étant en dernière analyse fonction des politiques macroéconomiques et non de la politique commerciale —, il déterminera probablement dans une large mesure la structure de la production et de l'emploi. L'accroissement du commerce des services à forte intensité de savoir a et continuera d'avoir une incidence importante sur la structure de l'économie canadienne, ce qui se traduira par une croissance plus rapide de la production et de l'emploi dans ces secteurs et favorisera la création au Canada de nombreux emplois de qualité bien rémunérés.

Dans les décennies à venir, le Canada devra relever le défi de maintenir et d'améliorer son niveau de vie dans un contexte mondial de plus en plus soumis aux lois de la concurrence. Pour y parvenir, il doit miser sur la spécialisation dans les services axés sur le savoir et la création d'emplois de qualité bien rémunérés. Moyen d'action important à cet égard, la libéralisation du commerce et de l'investissement dans le domaine des services constitue l'un des principaux objectifs poursuivis dans les négociations internationales en cours à Genève et dans diverses initiatives régionales auxquelles participe le Canada.

Gagner du terrain

Une entreprise de Waterloo se creuse un chemin vers le Japon

Quand on lui demande comment il faut s'y prendre pour réussir à exporter, M. John Vogan est catégorique : rien ne vaut un bon partenaire sur place pour donner de l'expansion à une entreprise. Président d'EnviroMetal Technologies Inc. (ETI), à Waterloo (Ontario), M. Vogan et son équipe de six employés ont signé avec les entreprises japonaises, Kurita Water Industries Inc. (KWI) et Dowa Mining Company Ltd. (DOWA), un accord d'exclusivité de licence.

L'accord porte sur l'utilisation de la barrière réactive perméable (BRP) mise au point par ETI pour éliminer les contaminants organiques des eaux souterraines. Forte de dix années d'expérience et d'une technologie très recherchée, ETI a de solides bases et un produit prêt à exporter.

KWI et Dowa peuvent désormais offrir un service unique à leurs clients japonais. On prévoit qu'au fur et à mesure que le Japon étend sa législation relative à la préservation des sols et des eaux souterraines, le marché japonais de l'environnement se développera au point que sa valeur pourrait atteindre 13 milliards de yen (environ 100 milliards de dollars américains).

Technologie unique

ETI détient en exclusivité les droits de commercialisation de l'EnviroMetal Process, un processus breveté, élaboré par l'Université de Waterloo, qui détruit les composés organiques volatils (COV) se trouvant dans les eaux souterraines, y compris les solvants chlorés communs comme le tétrachloréthylène, le trichloréthylène, le dichloréthylène, le chlorure de vinyle et le trichloro-éthane.

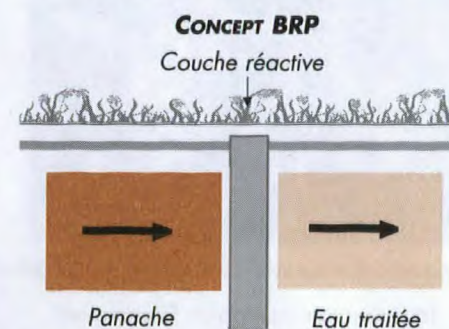
Selon le processus d'ETI, le traitement s'effectue à l'aide d'une couche de fer granuleux installée sous le sol de façon à barrer le passage du panache de particules. Lorsque ce panache passe à travers la couche réactive de fer granuleux — suivant le flux naturel — les COV sont

dégradés en produits non toxiques comme l'éthylène, l'éthane, le méthane et les ions chlorure.

Présence mondiale

Les exportations représentent près de la totalité du chiffre d'affaires d'ETI — le gros à destination des États-Unis — mais l'entreprise a également réalisé des installations en Europe et en Australie.

Parmi les clients d'ETI, on compte d'importants organismes américains comme le département de la Défense et le département de l'Énergie, ainsi que de grandes sociétés industrielles comme General Electric, Rockwell et E. I. du Pont de Nemours and Company, aux dires desquels la technologie d'ETI est la solution à long terme la plus rentable pour traiter les composés chlorés et rémanents.



Importance vitale des contacts locaux

ETI attribue une large part de sa réussite au Japon à l'Office japonais du commerce extérieur (Japanese External Trade Organization - JETRO), un organisme qui offre une assistance de grande ampleur aux entreprises qui exportent au Japon. JETRO leur ouvre des débouchés en leur prodiguant des conseils sur les produits les mieux ciblés sur le marché japonais et en facilitant les contacts directs entre entreprises étrangères et japonaises. JETRO appuie les



campagnes de promotion des exportations lancées par les pays industrialisés en organisant des expositions commerciales, en offrant des colloques sur l'exportation à destination du Japon et par le biais d'activités publicitaires et promotionnelles.

Suite à une entrevue réalisée à Waterloo, en novembre 1999, par des représentants de JETRO, ETI a été invitée à présenter sa technologie à la Nouvelle exposition environnementale (NEXPO 2000), à Tokyo. Le stand d'ETI a accueilli plus de 300 visiteurs, et quelque 50 entreprises ont manifesté leur intérêt pour cette technologie.

« Nous n'en serions pas là sans JETRO, » dit M. Vogan. « Cet organisme nous a beaucoup aidés. Il était essentiel pour nous de trouver des gens qui connaissent le marché japonais, des gens qui ont des liens avec des partenaires locaux. Notre entente avec Kurita est le fruit des efforts de JETRO. Entretien ces relations personnelles était la clé de notre réussite au Japon, » déclare M. Vogan.

ETI a également bénéficié de l'appui du gouvernement canadien. Comme le dit M. Vogan, « le site internet Info/Export nous a permis de recueillir d'excellentes informations — surtout les pages sur la protection de la propriété intellectuelle et sur la façon de mener des négociations au Japon. Nous avons aussi tiré profit de l'aide que nous a fournie l'ambassade du Canada à Tokyo et le consulat à Osaka. »

L'avenir

ETI semble certes promise à un bel avenir puisqu'elle négocie actuellement d'autres accords de licence nationaux avec des entreprises en Europe, au Royaume-Uni et dans d'autres pays d'Asie. « À notre avis, établir une présence locale facilitera l'application de notre technologie à travers le monde, » déclare M. Vogan. La stratégie d'ETI, axée sur le partenariat, a été très payante jusqu'ici pour cette petite entreprise — à tel point qu'elle lui sert de modèle pour planifier sa future expansion.

Pour de plus amples informations, communiquer avec M. John Vogan, président, ETI, tél. : (519) 746-2204, téléc. : (519) 746-2209, courriel : jvogan@eti.ca internet : www.eti.ca/