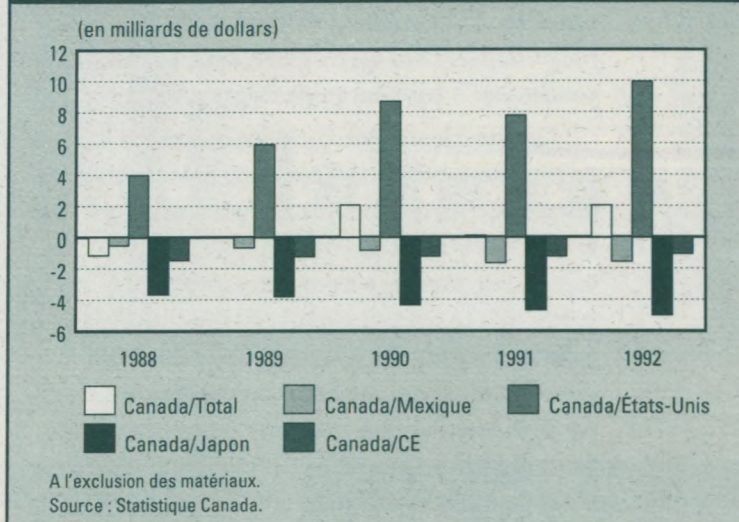


En 1992, le Canada a connu pour l'ensemble des véhicules et des pièces automobiles un surplus commercial de 2 milliards de dollars, soit 90 millions de plus qu'en 1991, et ce, en tenant compte d'un surplus de 9,9 milliards avec les États-Unis et d'un déficit de 5 milliards avec le Japon (fig. 3).

Défi

- Les constructeurs canadiens de véhicules et de pièces sont compétitifs. Ce message doit être diffusé clairement auprès de ses clients si le Canada veut prendre de l'expansion sur les marchés. Il faut faire connaître les compétences canadiennes, notamment sur les marchés prioritaires que sont les États-Unis, le Japon, le Mexique et l'Europe.
- En raison de sa structure, ce secteur éprouve certaines difficultés à saisir les nouvelles occasions. Les multinationales prennent souvent des décisions sur la production sans avoir une connaissance complète de la compétitivité du secteur canadien. De plus, certains fabricants indépendants de pièces n'ont que des ressources financières et techniques limitées pour percer sur les marchés mondiaux. De la persévérance ainsi que des activités bien ciblées de la part du secteur et des gouvernements seront nécessaires pour surmonter ces difficultés.
- Les gouvernements doivent instaurer et conserver des politiques industrielles et commerciales en faveur de l'expansion dans le domaine des véhicules et des pièces automobiles, politiques qui attirent des investissements à long terme dans la fabrication et la technologie, qui améliorent les occasions de servir de source d'approvisionnement et qui augmentent le commerce.

Figure 3 — Secteur canadien du transport routier — Balance commerciale avec ses principaux partenaires commerciaux



Orientation stratégique

Expansion du commerce et des marchés d'approvisionnement

- Accroître les initiatives sur le plan de l'approvisionnement et de l'exportation de véhicules, de pièces d'origine et de rechange ainsi que de matériel de service auprès des marchés prioritaires, et ce, par le biais de foires, de missions, de visites, de séminaires et d'autres activités. (MAECI, Industrie Canada, missions à l'étranger, AFPA, l'Association des industries de l'automobile du Canada et la Coopération automobile du Pacifique Inc.)
- Maintenir en équilibre les pressions commerciales internationales afin de garantir au secteur canadien un accès aux sources, aux marchés d'approvisionnement, aux investissements, au commerce et aux activités d'intégration, et ce, par le biais de consultations. (MAECI, Industrie Canada, missions à l'étranger)