

SOMMAIRE ET PLAN D'ACTION

SOMMAIRE

Objectif

Le *Plan d'expansion des exportations canadiennes en France*, a été conçu pour aider les entreprises canadiennes à accroître leurs relations économiques avec la France en matière d'exportation et de coopération industrielle. Ce plan fait partie d'une série en train d'être préparée dans le cadre de la politique du gouvernement fédéral qui recherche une meilleure coordination des efforts de commercialisation des biens et services canadiens à l'étranger.

Les objectifs décrits dans ce plan sont les suivants:

1. établir un cadre stratégique devant orienter les actions et l'affectation des ressources de l'administration fédérale en fournissant une aide efficace aux exportateurs et en créant un climat favorable à l'expansion des relations économiques entre le Canada et la France;
2. élaborer un programme de commercialisation pour que les intéressés tirent profit des possibilités existantes et surmontent les obstacles aux exportations canadiennes en France;
3. trouver des débouchés pour l'expansion des exportations, puis aider le secteur privé à les exploiter;
4. coordonner les efforts de commercialisation du gouvernement fédéral, des gouvernements provinciaux et du secteur privé.

Ces derniers objectifs démontrent que le gouvernement fédéral reconnaît le rôle capital du secteur privé et la contribution précieuse des provinces en vue d'accroître la part du Canada sur le marché français.

Introduction

Une première constatation s'impose: le commerce entre le Canada et la France a un volume relativement bas. En effet, les échanges commerciaux entre les deux pays ne constituent que moins de 1% de leur commerce extérieur, proportion qui n'a guère changé depuis des années. La France est le huitième partenaire commercial du Canada (1982), et le Canada occupe le 22^e rang des partenaires commerciaux de la France (1981). Le Canada a longtemps affiché un déficit commercial par rapport à la France. Cette tendance a été renversée en 1980 et 1981 lorsque le Canada a déclaré un excédent commercial. Mais en 1982 le Canada a souffert d'un déficit commercial de 167 millions de dollars avec la France.

Les gens d'affaires français deviennent plus audacieux et considèrent ce continent comme un grand marché pour leurs produits, un lieu stable sur le plan économique et politique, propice aux investissements et bien pourvu en richesses naturelles. Les Canadiens qui, auparavant, préféraient le marché plus

voisin et plus ouvert des États-Unis, concentrent maintenant une certaine partie de leurs efforts sur d'autres marchés prometteurs.

Initiatives récentes pour l'accroissement du commerce canadien

Une des plus importantes délégations commerciales du Canada se trouve à Paris, centre commercial et financier incontesté de la France. Les délégués commerciaux à l'Ambassade du Canada ont cherché très activement à promouvoir le commerce entre le Canada et la France et à sensibiliser les gens d'affaires canadiens et français en ce qui concerne les possibilités d'investissement.

Le Canada se consacre à la promotion en participant à des salons internationaux importants à Paris et dans d'autres grandes villes européennes. Ces salons offrent aux exportateurs canadiens la possibilité de présenter leurs produits, de trouver des agents et des représentants compétents et, dans certains cas, de former une entreprise en participation.

De plus, des gens d'affaires canadiens ont effectué régulièrement des visites en France, soit à titre personnel soit dans le cadre de missions groupant plusieurs entreprises, organisées par les administrations fédérales et provinciales. Les entreprises canadiennes ont également, à maintes reprises, eu recours au Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) aux fins d'identification des débouchés ou d'un appui pour leurs efforts de commercialisation.

Les provinces ont participé activement à l'établissement de relations commerciales durables et à la promotion de l'investissement. En outre, les provinces du Québec et de l'Ontario ont des représentants en permanence à Paris, et les provinces de la Nouvelle-Écosse, de la Saskatchewan, de la Colombie-Britannique et de l'Alberta ont des représentants à Londres qui se rendent fréquemment en France.

Au cours des deux dernières années, ont eu lieu plusieurs réunions et visites de hauts fonctionnaires, des missions de coopération commerciale et industrielle et une rencontre économique bilatérale. Lors de sa visite en France au mois de novembre 1982, le premier ministre Trudeau a annoncé la formation d'un groupe de gens d'affaires des deux pays.

Des organisations non gouvernementales, dont la Chambre de commerce France-Canada à Paris et la Chambre de commerce française au Canada, ont contribué à la création d'un milieu favorable à des relations commerciales durables. Quatre banques commerciales canadiennes opèrent à Paris et plusieurs banques françaises opèrent au Canada.

Futurs débouchés commerciaux

Le gouvernement du président François Mitterrand a inauguré une politique de reconquête du marché national. Toutefois, il y aura toujours des débouchés commerciaux dans les secteurs où les compétences ou richesses naturelles françaises sont sous-développées ou inexistantes ou dans les autres secteurs de complémentarité ou de compatibilité.