

La stratégie à l'exportation du MAECI

Compte tenu de l'évolution récente du contexte commercial nord-américain et mondial, le ministère de Affaires étrangères et du Commerce international du Canada (MAECI) a repensé sa stratégie d'exportation de façon à favoriser le développement de la PME canadienne.

Par ailleurs, le Programme de développement des affaires aux États-Unis du MAECI met l'accent sur une conception intégrée de l'expansion du commerce et du développement des investissements et de la technologie. Il accorde en outre la priorité aux activités fondées sur les connaissances et à valeur ajoutée, dont la production et la diffusion par voie électronique ou autres de renseignements et de données sur les marchés.

Le programme est surtout axé sur les secteurs prioritaires suivants : les technologies informatiques (matériel et logiciels), l'environnement, les services, la biotechnologie, les télécommunications et les industries culturelles.

L'objectif est d'offrir un appui aux PME avant tout en leur permettant d'accéder à des connaissances et à des renseignements commerciaux fiables sur les perspectives d'exportations, les investissements, les partenariats stratégiques, les transferts de technologies, l'accès au marché et la concurrence. Il s'agit aussi de leur permettre de profiter davantage d'un réseau de personnes-ressources en mesure de les orienter pour que ces entreprises soient aussi bien préparées que possible à l'exportation.

D'autres éléments de la stratégie d'exportation du MAECI visent à favoriser et à encourager la formation de partenariats stratégiques, les apports technologiques et des moyens de rendre les entreprises plus aptes à exporter.

Les investissements

L'un des éléments importants de la stratégie du MAECI est centré sur la promotion des investissements au Canada. Grâce à une démarche plus systématique et à une meilleure intégration du volet de l'investissement de son programme de liaison avec les cadres supérieurs de sociétés améri-

caines, la Direction générale de l'expansion des affaires aux États-Unis du MAECI tentera d'influencer en faveur du Canada le processus décisionnel en matière d'investissement, et de cerner les facteurs qui ont une incidence sur ce processus.

Le MAECI privilégiera la formule « Équipe Canada » travaillant en étroite collaboration avec les organismes provinciaux et locaux de développement économique dans le contexte des initiatives qu'il entreprendra quant au maintien et au développement des filiales étrangères établies au Canada.

La Direction générale de l'expansion des affaires aux États-Unis du MAECI cultivera davantage les intermédiaires financiers et autres. Il continuera notamment de diriger ses efforts à cet égard vers les consultants américains en localisation de sites industriels. Ce groupe de professionnels influent fixe les principales tendances quant au choix des sites d'investissement avantageux sur le marché nord-américain.

L'étude annuelle comparative des villes canadiennes et américaines offrant les perspectives d'investissement les plus intéressantes et la collaboration étroite avec les consultants américains en localisation de sites industriels seront les outils de promotion que privilégiera le MAECI pour valoriser le Canada en tant que lieu d'investissement de premier choix.

En outre, l'élaboration d'un programme de promotion active auprès des investisseurs en capital de risque et d'autres intermédiaires financiers aidera les PME orientées vers la technologie à accéder au capital de croissance et à trouver un appui stratégique pour favoriser leur développement, la commercialisation de leurs produits et de leurs services et l'expansion de leurs activités sur le marché international.

Le tourisme

La mise sur pied de la Commission canadienne du tourisme (CTC) offrira aux entreprises canadiennes du secteur du tourisme de nouveaux

débouchés éventuels sur le plus important marché du Canada dans ce secteur, soit celui des États-Unis.

La CTC a consacré près de 20 millions \$ de son budget aux activités liées à ce marché, en plus des fonds supplémentaires découlant de projets menés de façon conjointe avec l'industrie canadienne du tourisme.

Le MAECI, par l'entremise du personnel chargé du tourisme à l'administration centrale et dans les missions du Canada aux États-Unis, fournit aux entreprises des renseignements commerciaux sur les marchés et administre, au nom de la CTC et d'autres intervenants importants de l'industrie canadienne du tourisme, une série de programmes et d'activités de commercialisation du tourisme.

Le programme NEEF

L'un des objectifs primordiaux de la stratégie du MAECI est de continuer d'encourager une participation accrue de la PME à de nombreuses activités de promotion commerciale des plus diverses aux États-Unis. Le programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF), un programme de formation intensive destiné aux représentants d'entreprises, constitue l'un des instruments importants quant à la réalisation de cet objectif.

Le programme NEEF vise à encourager les sociétés canadiennes qui ne mènent pas, à l'heure actuelle, d'activités d'exportation, à se tourner vers les marchés américains des États en bordure des frontières du Canada, en les considérant comme le prolongement naturel du marché qu'elles exploitent au Canada. S'adressant en exclusivité à la PME, ce programme lui donne accès à des renseignements pratiques sur les aspects complexes de l'exportation, tout en lui offrant l'occasion de se familiariser de manière concrète avec le marché américain.

Au cours des dix dernières années, le programme a donné des résultats très satisfaisants en aidant les entreprises canadiennes à se tailler une place sur le marché des États-Unis, et par la suite, ailleurs dans le monde, en tant qu'exportateurs.

LES SECTEURS LES PLUS PROMETTEURS POUR LES EXPORTATEURS

Les technologies informatiques (matériel et logiciels)

D'après les estimations, le marché américain du matériel, du logiciel et des services informatiques atteindra 250 milliards \$ en 1996, représentant près de la moitié du marché mondial dans ce secteur. Le marché correspondant aux ordinateurs personnels utilisés aux postes de travail dans les bureaux continuera de stimuler la croissance du secteur, tandis que les marchés des ordinateurs centraux et des mini-ordinateurs sont en déclin.

L'arrivée, sur le marché, de microprocesseurs de plus en plus puissants, comme la dernière génération de P6-133 MHz d'Intel, et de systèmes d'exploitation de 32 bit, comme Windows 95 et OS/2 Warp, stimulera la production et la création de nouvelles applications plus rapides et plus performantes.

Les technologies de traitement de la voix devraient également occuper une place importante, tandis que le marché américain continuera de rechercher avidement les produits les plus novateurs et les plus intéressants dans tous les segments et les secteurs du marché.

L'environnement

Le marché américain dans le domaine de l'environnement offre des possibilités tout à fait exceptionnelles aux entreprises canadiennes de ce secteur. La technologie et le savoir-faire dont disposent les entreprises canadiennes dans ce domaine les placent en position très avantageuse pour répondre à la demande. De plus, tel que déjà mentionné, les entreprises canadiennes ont maintenant la possibilité de soumissionner d'importants projets de remise en état de l'environnement menés par le gouvernement américain.

On estime à environ 1 milliard \$ la valeur actuelle des exportations canadiennes vers les États-Unis dans le secteur de l'environnement. Par ailleurs, on évalue l'envergure actuelle du marché américain des produits et des services liés à l'environnement à plus de 130 milliards \$ US. On prévoit une croissance de ce marché d'environ 5 % par an. Ainsi, sa valeur devrait atteindre 171 milliards \$ US d'ici la fin de la décennie.

Le secteur des services

Grâce à l'ALE et de l'ALENA, les entreprises de services du Canada peuvent accéder à de nouveaux débouchés importants aux États-Unis sur les marchés commerciaux et les marchés publics de l'administration fédérale. En outre, le secteur des services aux entreprises et des services professionnels demeure très dynamique. Les entreprises canadiennes parviennent à commercialiser leurs services sur le marché pourtant très concurrentiel des États-Unis, en faisant preuve d'esprit novateur, en sachant réagir rapidement à la dynamique du marché et exploiter les marchés à créneaux, et grâce à l'excellente réputation dont elles jouissent, à leur expérience sur les

marchés internationaux ainsi qu'aux taux de change avantageux.

En ce qui a trait à l'ensemble des exportations canadiennes à l'échelle mondiale, les services aux entreprises et les services professionnels arrivent au deuxième rang, après les véhicules automobiles. Par ailleurs, ces services représentent la catégorie la plus importante des échanges bilatéraux avec les États-Unis correspondant aux invisibles, c'est-à-dire les échanges autres que des biens.

Environ 60 % de l'ensemble des exportations canadiennes en matière de services sont destinés au marché américain. Comme la tendance vers une société axée sur le service se maintient en Amérique du Nord, on prévoit que ce secteur continuera d'être l'un des principaux domaines d'activités où la croissance sera marquée tant au Canada qu'aux États-Unis.

Certains sous-secteurs du marché américain offrent des débouchés particulièrement intéressants pour les entreprises canadiennes : parmi ceux-là, le génie-conseil, la construction, l'environnement, la géomatique, les technologies de l'information, le transport, l'architecture et l'architecture d'intérieur, la comptabilité, les études et la formation commerciales, le service-conseil dans les domaines des finances, des soins de santé, et de la gestion.

La biotechnologie

Le secteur de la biotechnologie aux États-Unis compte quelque 1300 entreprises (pour la plupart, des PME) qui emploient 100 000 personnes. Environ 35 % d'entre elles sont liées aux produits thérapeutiques, 28 % aux diagnostics, 18 % aux sous-produits et aux fournitures d'origine biotechnologique, 8 % à l'agrobiotechnologie et 11 % aux autres domaines de la biotechnologie. En 1994, l'industrie américaine de la biotechnologie a déclaré des ventes totalisant 8 milliards \$, soit une hausse de 10 % par rapport à l'année précédente.

Les entreprises américaines du secteur de la biotechnologie sont réceptives à la possibilité d'entreprendre, en collaboration avec des entreprises étrangères, des projets de recherche mutuellement avantageux. Cette réceptivité laisse entrevoir de nombreuses possibilités de partenariats stratégiques et de coentreprises entre les entreprises canadiennes et américaines, qui permettrait aux unes et aux autres de réaliser notamment les objectifs suivants : acquérir le capital nécessaire; mettre au point des technologies et faciliter l'accès à l'immense marché des États-Unis.

En 1995, les entreprises canadiennes du secteur de la biotechnologie ont réalisé avec des sociétés américaines des partenariats stratégiques dont la valeur s'élève au total à 75 millions \$.

Avec la réalisation de bénéfices et de meilleurs rendements sur leurs investissements, les sociétés recommencent à investir du capital-risque dans le

Voir page VIII - Les secteurs