

- compétences en matière de simulation spatiale de CAE.

La stratégie des créneaux technologiques adoptée par bon nombre d'entreprises canadiennes fait que celles-ci dominent le marché mondial des produits et services qu'elles fournissent.

Maître d'œuvre pour le Programme spatial canadien, Spar Aérospatiale Limitée a développé des compétences en intégration de systèmes et de charges utiles. De plus, cette entreprise produit et exporte des sous-systèmes de satellite, tels que des antennes et des systèmes électroniques. Elle cherche également de nouveaux débouchés dans le domaine des petits satellites et des instruments de télédétection.

À l'heure actuelle, plus de 150 entreprises canadiennes vendent des produits ou services relevant du domaine spatial. D'autres entreprises, notamment dans le domaine des produits de télédétection à valeur ajoutée, devraient faire leur apparition sur le marché international.

Les défis que doit relever l'industrie dans le domaine des télécommunications consistent à exploiter les volets spatial et terrestre des marchés des équipements et systèmes satellitaires, de la téléphonie outre-mer, et à commercialiser les volets matériel (spatial et terrestre) et services des nouveaux réseaux mondiaux du service mobile. Le rôle de premier plan qu'a joué le Canada dans le développement du satellite mobile de communications (MSAT) a permis à l'industrie de se tailler une place de choix dans le marché, en pleine expansion, des produits et services de communications par satellite mobile.

Les débouchés commerciaux en télédétection résident dans le matériel terrestre, les logiciels et les services à valeur ajoutée tant pour les données radar que pour les données optiques. Les entreprises canadiennes sont déjà réputées comme des chefs de file mondiaux en conception de stations terrestres et de systèmes de traitement, de même que pour ce qui touche les produits et services à valeur ajoutée. MDA a fourni des systèmes destinés à 80 p. 100 de l'ensemble des installations

de réception de données de télédétection actuellement exploitées dans le monde. Les entreprises canadiennes sont à l'avant-garde en matière de développement de produits et services à valeur ajoutée, et couvrent à l'heure actuelle environ 10 p. 100 du marché mondial, avec des ventes à valeur ajoutée d'environ 85 millions de dollars en 1993 qui devraient atteindre 240 millions de dollars d'ici 1998.

À l'heure actuelle, toutes les données de télédétection proviennent de satellites étrangers. Mais en 1995, une fois RADARSAT lancé, le Canada fera à son tour partie du club des pays ayant leurs propres satellites de télédétection. La commercialisation des données RADARSAT sera assurée à l'échelle internationale exclusivement par RADARSAT International (Richmond, Colombie-Britannique), qui est en train de négocier des ententes de réception avec des exploitants de stations terrestres, habituellement des stations nationales financées par le secteur public. Il y aura de plus un effort concerté en vue de faire connaître les données RADARSAT à l'échelle internationale et de promouvoir les ventes de ces données ainsi que des produits et services qui en sont dérivés. Le Canada est déjà mondialement reconnu comme chef de file en matière de réception, d'analyse et d'interprétation des données radar. RADARSAT sera le premier satellite opérationnel à fournir ce type de données.

Le savoir-faire du Canada dans les domaines de la gestion des ressources naturelles, de la surveillance environnementale, de la cartographie et de la télédétection peut s'avérer utile pour augmenter les ventes des produits et services connexes. Le marché mondial des produits et services à valeur ajoutée associés à la télédétection par satellite est évalué à environ 1,8 milliard de dollars par an, et il se développe à un taux annuel de 10 à 15 p. 100. Les entreprises canadiennes à valeur ajoutée capables de démontrer leur supériorité quant à l'utilisation des données radar et à leur intégration à des données de télédétection d'autres sources, seront en mesure de conquérir