

4.	L'évaluation d'une politique commerciale stratégique pour le Canada	34
5.	Conclusions	37
	Annexes	40
1.	La concurrence imparfaite et la politique commerciale stratégique	40
	● L'argument Brander-Spencer : un exemple	40
	● Les problèmes inhérents à l'argument Brander-Spencer : besoins en information	42
2.	La politique commerciale stratégique en tant que mécanisme de promotion de l'entrée sur un marché ou de l'abandon de ce marché	44