

doc  
CA1  
EA  
97A76  
FRE

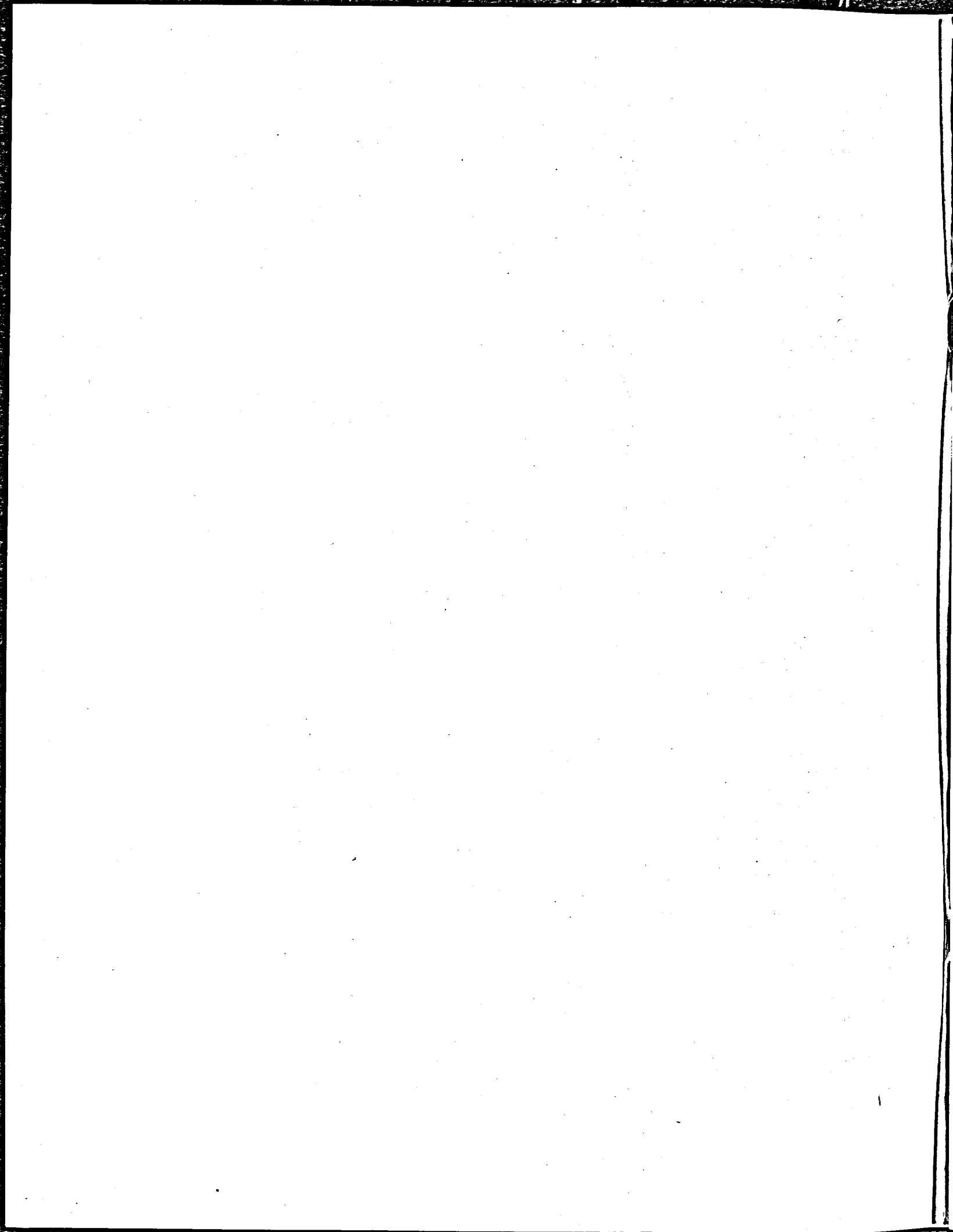


CANADA'S YEAR  
OF ASIA PACIFIC  
1997 L'ANNÉE  
CANADIENNE DE  
L'ASIE-PACIFIQUE

# Stratégie de promotion de l'investissement Asie-pacifique



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international · Department of Foreign Affairs and International Trade





# Stratégie d'attraction de l'investissement des pays d'Asie- Pacifique au Canada

## Résumé

*Une stratégie a été élaborée afin d'attirer au Canada l'investissement des économies les plus prometteuses d'Asie-Pacifique et d'encourager la formation d'alliances stratégiques avec des entreprises de la région, suivant la stratégie de promotion de l'investissement adoptée par le gouvernement du Canada en juin 1996.*

La stratégie décrit comment le gouvernement envisage d'inciter ses missions commerciales en Asie-Pacifique à s'appliquer davantage à attirer les investissements au Canada. On prévoit, notamment, donner aux délégués commerciaux et au personnel embauché sur place de la formation sur les techniques de promotion de l'investissement et augmenter le nombre de rencontres avec des dirigeants d'entreprises étrangères pour discuter de possibilités d'investissement. Ces possibilités seront d'ailleurs mises en relief lors d'événements et d'activités, qui, jusqu'à maintenant, étaient largement considérés comme étant axés sur les échanges commerciaux. On favorisera en outre la diffusion plus large des renseignements recueillis afin que les possibilités d'investissement cernées puissent être exploitées et que les entreprises canadiennes soient sans délai mises au courant de ces possibilités, particulièrement en ce qui concerne les grands projets d'infrastructure dans la région.

Ce document a pour but d'informer les autres ministères fédéraux, les provinces, les municipalités et les entreprises canadiennes de ces mesures afin de les encourager à redoubler

d'efforts pour attirer au Canada l'investissement des pays de cette région dynamique du globe.

La région de l'Asie-Pacifique englobe certains des marchés les plus diversifiés et les plus florissants au monde. En l'an 2000, les taux de croissance moyens des pays de la région seront encore jusqu'à trois fois supérieurs à ceux des pays membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et les revenus de 400 millions de personnes seront équivalents aux revenus médians qu'afficheront les pays de l'OCDE. En l'an 2020, sept des dix principales économies au monde seront vraisemblablement des pays d'Asie-Pacifique.

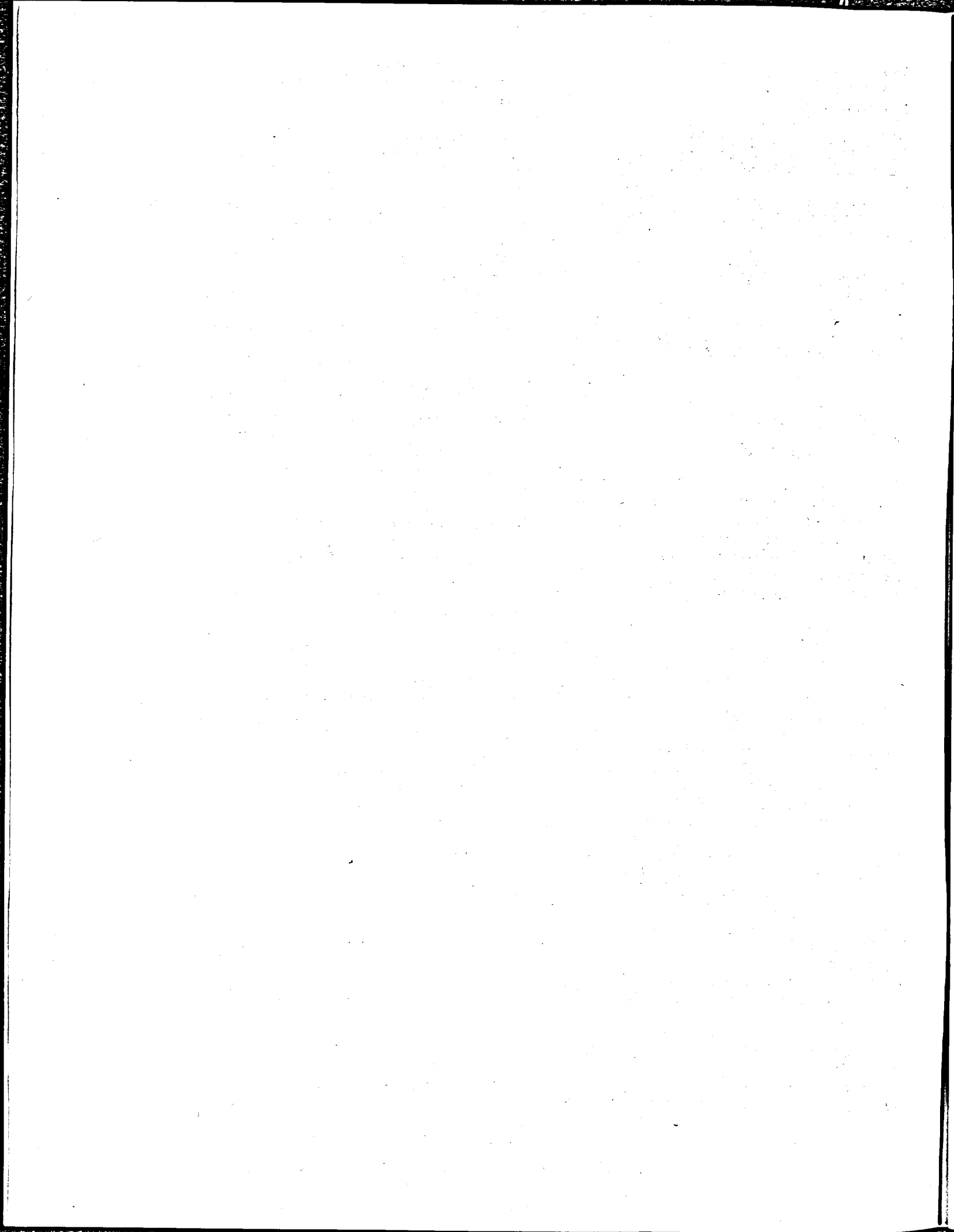
Douze économies d'Asie-Pacifique ont fait l'objet d'études dans le cadre desquelles on a examiné pour chacun les possibilités d'attirer des investissements en fonction du produit intérieur brut par habitant, de la disponibilité en devises étrangères et du haut degré de perfectionnement de l'industrie en général. Huit de ces économies, soit le Japon, Hong Kong, Singapour, Taïwan, la Corée, la Malaisie, l'Australie et la Nouvelle-Zélande, sont considérées comme les plus prometteuses à court terme et des stratégies précises ont été élaborées pour elles. De courts profils sur la Thaïlande, l'Indonésie, les Philippines et la Chine continentale ont également été rédigés.

Pour chaque économie, on trouvera dans ce document les objectifs en matière d'investissement, une description du contexte, une liste des secteurs industriels sur lesquels devraient porter les efforts, les principaux défis et des suggestions pour la mise en oeuvre d'un programme de promotion de l'investissement. Les annexes du document portent sur liens entre le commerce et l'investissement et les techniques générales de promotion de l'investissement.

Dept. of Foreign Affairs  
Min. des Affaires étrangères

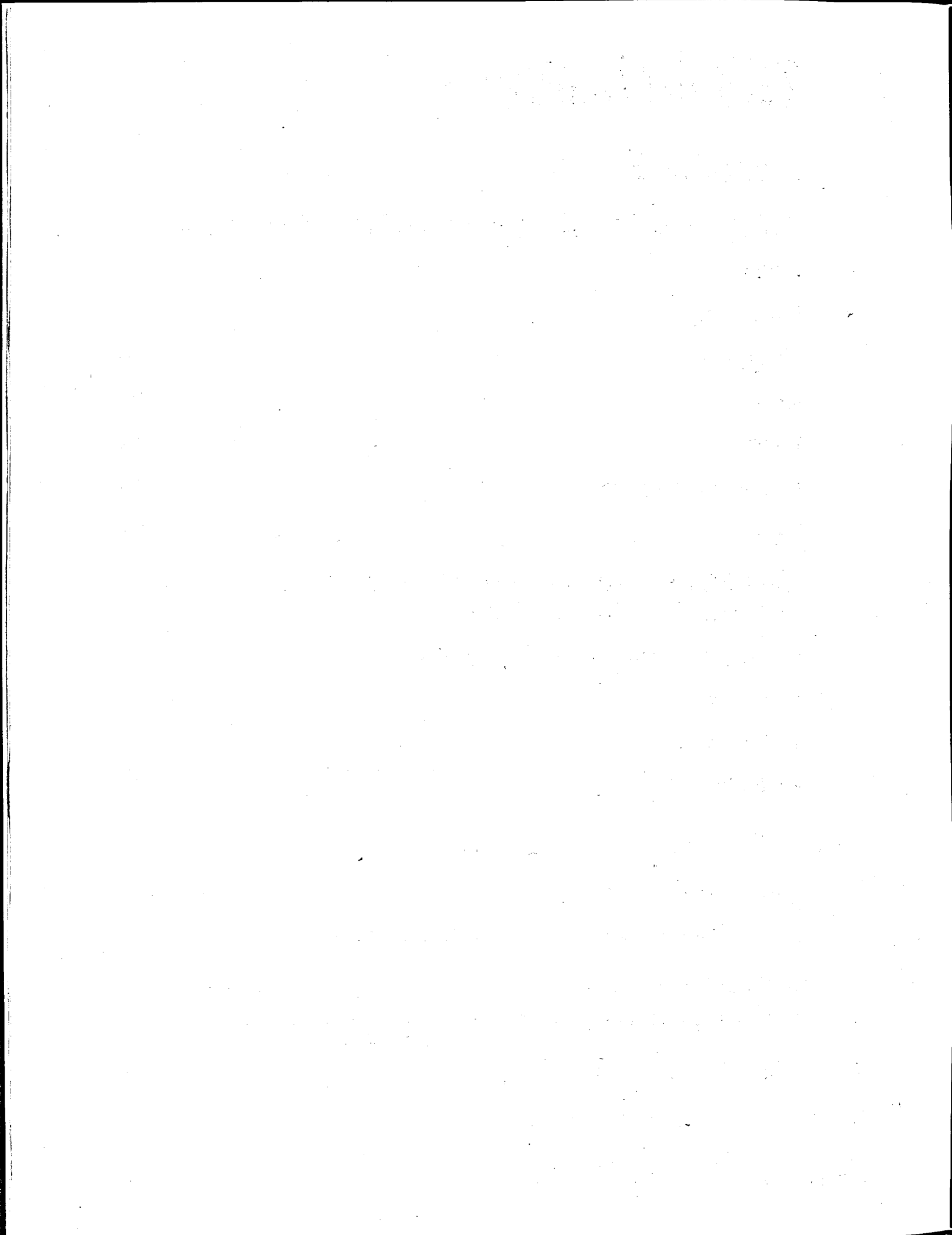
OCT 5 2001

Return to Departmental Library  
Retourner à la bibliothèque du Ministère



# Table des Matières

<b>INTRODUCTION</b>	<b>3</b>
<b>STRATÉGIES VISANT HUIT ÉCONOMIES CLÉS</b>	
Japon	10
Hong Kong	14
Singapour	17
Corée	20
Taiwan	24
Australie et Nouvelle-Zélande	26
Malaisie	29
<b>PROFILS DE TROIS ÉCONOMIES DE L'ANASE ET DE LA CHINE</b>	
La crise économique en Asie du Sud-Est	33
Indonésie	33
Thaïlande	34
Philippines	35
Chine	36
<b>ANNEXE I</b>	<b>36</b>
<b>LIENS ENTRE LE COMMERCE ET L'INVESTISSEMENT</b>	
<b>ANNEXE II</b>	<b>40</b>
<b>TECHNIQUES GÉNÉRALES DE PROMOTION DE L'INVESTISSEMENT</b>	
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<b>48</b>



# Stratégie d'attraction de l'investissement des pays d'Asie-Pacifique au Canada

## Introduction

L'attraction d'investissements et de technologies de l'étranger peut contribuer largement à la réalisation des priorités du gouvernement en matière de croissance économique et de création d'emplois. Aujourd'hui, trois emplois sur dix au Canada (directs et indirects), plus de 50 % des exportations totales et 75 % des exportations de produits manufacturés sont directement attribuables à l'investissement étranger direct (IED) au Canada. Selon certaines études, l'attraction d'un milliard de dollars d'IED au Canada engendrera jusqu'à 45 000 emplois sur une période de cinq ans. Le Canada a réussi, ces deux dernières années, à accroître l'IED au pays, qui, en 1996, enregistrait une hausse de 12,4 milliards de dollars pour totaliser 180,4 milliards de dollars, ce qui représente une hausse de 88 % par rapport à 1986. L'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) a également enregistré une forte hausse en 1996, atteignant 170,8 milliards de dollars, ce qui représente une augmentation de 10,3 milliards de dollars par rapport à l'année précédente et une croissance de quelque 164 % depuis 1986. Ces chiffres témoignent grandement de la mondialisation continue de l'économie canadienne.

Cependant, malgré ces augmentations en chiffres absolus, notre part de l'ensemble des IED dans le monde n'a pas cessé de diminuer, celle-ci étant passée de 11 %, au début des années 80, à 4,5 %, en 1995. Cette diminution continue s'explique principalement par le fait que, ces dix dernières années, le stock mondial d'IED a presque quadruplé, passant de 700 milliards de dollars américains, en 1985, à 2 600 milliards de dollars américains, en 1995 — la tarte est désormais beaucoup plus grosse. Il y a aussi le fait que la concurrence s'est intensifiée au chapitre de l'investissement, les pays d'Asie,

en pleine expansion, et les pays d'Europe, grâce à l'établissement du marché commun, offrant de débouchés commerciaux prometteurs que n'ont pas permis de compenser les augmentations importantes de l'investissement au Canada par suite de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

Reconnaissant ces faits et l'importance d'attirer de nouveaux investissements étrangers pour la création d'emplois au Canada, le gouvernement a adopté, en juin 1996, une nouvelle stratégie de promotion de l'investissement dont les objectifs sont les suivants :

- se concentrer sur les cinq principaux pays sources d'investissement étranger direct (IED) au monde — les États-Unis, le Royaume-Uni, le Japon, l'Allemagne et la France — et sur les huit secteurs prioritaires — technologies de l'information, sciences de la vie (biotechnologies, appareils médicaux et produits pharmaceutiques), automobile, aérospatiale, agroalimentaire, produits forestiers, mines et produits chimiques et pétrochimiques;
- mettre l'accent sur le développement proactif de l'investissement sur d'autres marchés plus petits;
- accroître la confiance des investisseurs étrangers dans le Canada;
- faire mieux connaître les avantages qu'offre le Canada en tant que lieu où faire des affaires pour desservir le marché créé par l'ALENA;
- attirer de nouveaux investissements étrangers porteurs d'emplois vers toutes les régions du Canada;
- faciliter la rétention et l'expansion des investissements existants.

La stratégie de juin 1996 mettait en évidence cinq éléments d'un programme efficace de promotion de l'investissement. Ces éléments sont les suivants :

- la promotion internationale des avantages qu'offre le Canada en tant que lieu d'investissement;
- le ciblage et le service personnalisé de multinationales particulières dans les secteurs prioritaires par le biais d'un programme appelé Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC), financé conjointement par le MAECI et Industrie Canada;
- la facilitation de la croissance d'un plus grand nombre de petites et moyennes

*Aujourd'hui, trois emplois sur dix au Canada, plus de 50 % des exportations totales et 75 % des exportations de produits manufacturés sont directement attribuables à l'investissement étranger direct au Canada.*

entreprises (PME) canadiennes en les aidant à trouver des partenaires d'investissement étrangers;

- l'identification et la prise en compte systématique des facteurs du climat de l'investissement au Canada qui préoccupent les investisseurs;
- la formation de nouveaux partenariats entre les trois paliers de gouvernement et entre les secteurs public et privé pour attirer et retenir l'investissement dans toutes les régions du pays.

Ce document a pour objet de décrire une stratégie inspirée de celle du gouvernement et adaptée non seulement pour le Japon mais aussi pour les autres économies d'Asie-Pacifique, qui sont d'importantes sources d'investissement étranger au Canada aussi bien à court terme qu'à long terme. Les économies sont classées en quatre « Groupes » en fonction de leur potentiel d'investissement.

## Classement des économies

Du point de vue de la possibilité d'attirer au Canada leurs investissements, on peut classer les économies en quatre groupes en fonction du produit intérieur brut (PIB) par habitant, de la disponibilité en devises étrangères et du haut degré de perfectionnement de l'industrie en général. Dans le tableau 1, les économies sont regroupées selon le PIB par habitant et d'autres caractéristiques. Dans le Groupe 1 figure comme principale source de capitaux, de technologies et de savoir-faire en gestion et en commercialisation le Japon, qui est, de loin, l'économie la plus avancée et le moteur économique de l'Asie. Le Japon est en outre le principal partenaire asiatique du Canada sur le plan des échanges et de l'investissement et c'est lui qui présente les meilleures possibilités de coopération avec le Canada pour la réalisation de projets dans d'autres pays d'Asie. Bien que le Japon constitue en soi une catégorie, Hong Kong et Singapour ont néanmoins été classés avec lui dans le Groupe I. Une des caractéristiques importantes de ces trois pays (et de Brunéi) est que leur PIB par habitant exprimé en équivalent parité des pouvoirs d'achat (PPA) est considérablement inférieur à leur PIB par habitant. Par exemple, le Japon affiche un PIB par habitant de 35 800 \$ US, mais un PIB par habitant exprimé en équivalent PPA de 22 000 \$ seulement. Cela signifie que les investissements japonais à l'étranger ont un bien meilleur rendement que les investissements intérieurs, ce qui force plus ou

moins le Japon à investir à l'étranger. De même, les autres économies à revenu élevé affichant un PIB par habitant exprimé en équivalent PPA relativement faible recherchent également des possibilités de diversification stratégique à l'étranger.

Dans le Groupe II figurent Taïwan, la Corée, l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Ces économies ont des monnaies très alignées, de sorte que leur PIB par habitant et leur PIB par habitant exprimé en équivalent PPA sont davantage équilibrés. Étant donné que l'IED de ces économies n'est pas dicté par les prix, les possibilités d'investissement intérieur et à l'étranger présentent un potentiel de rendement semblable, de sorte que ces économies ne recherchent des occasions d'investir à l'étranger que pour des raisons propres à des secteurs bien précis.

Dans le Groupe III sont classés la plupart des autres pays membres de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE), soit la Thaïlande, la Malaisie, les Philippines et l'Indonésie. Dans ces cas, en général, les investissements intérieurs donnent de meilleurs résultats que les investissements à l'étranger, quoique certains groupes industriels rentables puissent vouloir se diversifier à l'étranger.

La décision des autorités thaïlandaises de laisser flotter le baht devant la persistance des pressions à la vente exercées sur la monnaie a entraîné une baisse de 30 % de la valeur du baht entre juin et septembre 1997. Cette baisse a déclenché un réaligement régional, qui s'est traduit par une dépréciation importante des devises des pays voisins, soit les Philippines, la Malaisie, l'Indonésie et Singapour. Les gouvernements et les banques centrales de chacun de ces pays se sont empressés de prendre des mesures pour tenter d'amoindrir l'impact économique de la dépréciation des monnaies, et les ministres des Finances des pays de l'ANASE ont accepté d'adopter une position commune en matière de spéculation. La région connaît son premier ralentissement après plus de dix ans d'expansion économique sans précédent, mais rien, à ce stade, ne permet d'affirmer que ce repli aura les proportions de la crise qui a frappé le Mexique en 1994-1995. Le mouvement de croissance dans la région et à l'échelle internationale est encore fort, l'inflation est contenue et les gouvernements nationaux de la région sont, en général, en bonne situation financière. La principale préoccupation demeure l'ampleur des déficits courants qu'affichent bon nombre de ces économies et qui les rend vulnérables en cas d'affaiblissement de leurs exportations.



Les difficultés économiques que connaît actuellement la région ont mis au jour des lacunes structurelles qui ouvriront la voie à des changements en profondeur. Parmi ces nouvelles mesures, signalons l'accélération de la privatisation, la mise en oeuvre d'une réforme financière axée sur la transparence, une restructuration industrielle nécessaire et un recentrage des priorités sur les facteurs clés de la compétitivité, notamment l'éducation et les dépenses d'infrastructure. Une fois ces changements apportés, les économies de l'Asie du Sud-Est seront plus solides et leur développement rapide se poursuivra.

Le principal moyen d'établir des relations d'affaires à long terme avec eux, et resserrer ainsi les liens commerciaux qui nous y unissent déjà, sera de promouvoir l'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) sous forme de partenariats pour la réalisation de projets d'infrastructure, la mise en valeur des ressources naturelles, la fabrication (dans les secteurs de haute technologie où le Canada excelle) et les services. Il convient de mentionner que, des 170,8 milliards de dollars que le Canada a directement investis à l'étranger en 1996, 70 % l'ont été dans les services (finances, assurances, commerce de détail, services aux entreprises et à l'administration publique et tourisme d'accueil); l'autre grand secteur dans lequel le Canada a investi était celui du pétrole et du gaz, représentant 23 % de l'IDCE.

Le Groupe IV se compose uniquement de la Chine. Celle-ci présente des possibilités d'investissement à l'étranger à long terme surtout. Le PIB par habitant exprimé en équivalent parité du pouvoir d'achat y est environ quatre fois supérieur au PIB par habitant, ce qui signifie qu'il y a peu d'incitation financière à investir à l'extérieur du pays. L'établissement de liens d'affaires de longue durée reposera donc davantage sur l'IDCE. Néanmoins, des entreprises privées et quelques entreprises d'État accumulent des capitaux et elles commencent à investir à l'étranger pour des raisons stratégiques.

Des stratégies détaillées ont été élaborées pour les sept économies des Groupes I et II et pour la Malaisie. Ces stratégies sont décrites dans ce document après le résumé général de la stratégie envisagée pour l'ensemble de la région. Il est, en outre, proposé de surveiller de près les trois autres économies membres de l'ANASE classées dans le Groupe III et dont un court profil est également donné.

Bien qu'il soit recommandé de mettre sur pied dans les missions commerciales canadiennes en Chine continentale un programme de liaison avec les entreprises axé sur l'investissement, il faudrait continuer de centrer les efforts sur Hong Kong, puisque la Chine s'en servira de plus en plus comme un pont entre elle et le reste du monde.

**Tableau 1**

	PIB (M <sup>d</sup> \$ US) (est., 1996)	Population (en millions) (est., 1996)	PIB par hab. (\$ US) (est., 1996)	PIB par hab. (équiv. PPA) (\$ US)	Stock d'IED au Canada (M \$ CAN) (1995)	Stock d'IDCE dans l'économie (M \$ CAN) 1995	Valeur des exp. can. vers l'économie (M \$ CAN) 1995	Valeur des imp. can. en prov. du pays (M \$ CAN) 1995
<b>GROUPE I</b>								
Japon	4 495	125,7	35 800	22 000	6 702	3 219	12 010	12 103
Hong Kong	163	6,0	27,200	23 892	2 705 (1994)	1 827 (1994)	1 377	1 305
Singapour	95	3,05	31 100	23 565	244	2 011	481	1 299
<b>GROUPE II</b>								
Taiwan	289	21,4	13 500PNB	14 295	91	177	1 718,5	2 791,6
Corée	504	45,3	11 100	11 750	188	254	2 728	3 204
Australie	389	18,26	21 300	19 960	734	3 042	1 152	1 282,9
Nouvelle-Zélande	64	3,6	17 800	18 205	n.d.	n.d.	186	298
<b>GROUPE III</b>								
Thaïlande	190	61,2	3 100	7 535		359	574	1 014
Malaisie	93	20,6	4 500	9 470	144	137	571,2	1 549,0
Indonésie	227	199,6	1 100	3 705	n.d.	1 177	647,7	597,1
Philippines	82	68,9	1 200	2 395	n.d.	70	320,5	497,4
<b>GROUPE IV</b>								
Chine	849	1 238	690	2 935	133	338	3 383	4,638
À titre de comparaison								
Canada	570	30	18 900	22 220				
États-Unis	7 250	266,3	26 620	26 825				
*Brunéi	7,07	0,29	23 600	18 900			10	0,5

\* Brunéi - petit pays unique, riche en pétrole, se classe difficilement avec les autres.

## La région Asie-Pacifique

*La région de l'Asie-Pacifique englobe certains des marchés diversifiés les plus prospères au monde. À mesure que la démocratie, le capitalisme et l'entrepreneuriat gagnent du terrain sur bon nombre de ces marchés en plein essor, des centaines de millions de consommateurs de la classe moyenne ayant un revenu disponible et des modes de vie évolutifs exigent un large éventail de produits, de services et d'infrastructures, qui, jusqu'à récemment, n'existaient pas dans la région. Parallèlement, l'abolition des obstacles à l'accès au marché dans les économies développées et l'évolution des goûts des consommateurs stimulent la demande de produits et de services « occidentaux ». Selon un fabricant japonais d'appareils électroniques de consommation, les produits blancs (laveuses, réfrigérateurs, etc.) peuvent être commercialisés dans les économies où le PIB par habitant est de 1 000 \$ US, tandis que les appareils électroniques de consommation plus coûteux (télécouleurs, chaînes stéréo, etc.) peuvent l'être dans les économies où le PIB par habitant est de 3 000 \$ US ou plus. On retrouverait donc l'Indonésie et les Philippines dans la première catégorie et la Malaisie et peut-être la Thaïlande dans la seconde. Évidemment, il y a des consommateurs plus aisés dans tous les pays en développement, et l'on dit que la classe moyenne en Inde compterait plus de 200 millions de personnes.*

De nombreuses économies d'Asie-Pacifique connaissent actuellement des transformations profondes sur le plan social, économique et politique. Les revenus augmentent, les gens migrent vers les régions urbaines et voyagent à l'étranger. Du point de vue économique, l'Asie-Pacifique, est, et sera longtemps encore, la région qui connaît l'essor le plus rapide au monde. Le commerce international se trouvera radicalement modifié à mesure que l'Asie-Pacifique deviendra le centre de l'activité commerciale mondiale.

En l'an 2000, les taux de croissance moyens des pays de la région seront toujours trois fois plus élevés que ceux que l'on observera dans les pays membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et 400 millions de personnes auront un revenu correspondant aux revenus médians des pays de

l'OCDE. Selon les prévisions à plus long terme, la région possédera, en 2010, un nouveau pouvoir d'achat de l'ordre de 12 billions de dollars et, en 2020, c'est en Asie que l'on trouvera sept des dix principales économies au monde. Les échanges et la concurrence entre les pays d'Asie continueront de s'intensifier. À l'heure actuelle, c'est le Japon qui a la part du lion dans la région, mais l'influence des entrepreneurs chinois à l'étranger ira en grandissant et ne se limitera pas à la Chine<sup>8</sup>, 30. Parmi les pays de l'ANASE, Singapour et Thaïlande continueront de s'imposer comme des points d'accès pour la fourniture de services et de capitaux de placement en Chine et dans d'autres marchés du Sud-Est asiatique, comme le Vietnam. Le Japon sera une importante source de capitaux de placement et de transfert de technologies dans la région.

Les entreprises canadiennes exploitent des possibilités dans presque tous les secteurs d'activité en Asie-Pacifique. En 1996, les exportations canadiennes de produits manufacturés à destination de l'Asie-Pacifique étaient évaluées à plus de 24 milliards de dollars, ce qui représente près de 9 % des exportations totales (comparativement à 6 % pour les exportations vers l'Europe de l'Ouest). Le Canada demeure un important exportateur de ressources naturelles et un grand exportateur de matériel de télécommunications, de logiciels, de jets et d'hélicoptères d'affaires et d'une vaste gamme de services, notamment dans les domaines du tourisme, de l'éducation et de la formation ainsi que du commerce de produits à valeur ajoutée. Les autres secteurs qui présentent des débouchés sont le développement de l'infrastructure, particulièrement en ce qui a trait au matériel et aux services de télécommunications, les services financiers, l'énergie et les transports.

Cependant, les éléments clés pour connaître le succès en Asie sont la présence, la persévérance, la patience et la compréhension des pratiques commerciales locales. À ce chapitre, le Canada a un bon bout de chemin à parcourir pour rejoindre les autres pays du G-7 et l'Australie, dont les exportations vers l'Asie sont beaucoup plus importantes que celles du Canada. Selon une étude réalisée récemment par la Fondation Asie-Pacifique du Canada<sup>13</sup>, seulement 600 des 2,3 millions d'entreprises canadiennes ont du personnel permanent en Asie. L'étude souligne également que nous entretenons depuis longtemps des relations économiques avec certains pays, mais que nulle part en Asie nous n'avons établi une présence économique

***L'Asie-Pacifique, est, et sera longtemps encore, la région qui connaît l'essor le plus rapide au monde***

importante. Ainsi, les matières premières et les composants, qui sont la force du Canada, passent inaperçus parce qu'ils ne sont associés à aucune marque très connue et qu'ils sont dépourvus d'identité nationale. Par conséquent, en Asie, le Canada est «le pays inconnu».

Pour renforcer la présence commerciale canadienne dans la région, les entreprises canadiennes doivent y investir en s'y rendant régulièrement et à des moments opportuns ou en y établissant une présence permanente, notamment par la voie de coentreprises et d'alliances stratégiques. L'attraction d'investissements exige les mêmes trois éléments clés mentionnés précédemment (présence, persévérance et patience) et la volonté de créer des liens solides.

## La stratégie

Les objectifs de la stratégie, qui se rapprochent beaucoup des objectifs et des éléments de la stratégie adoptée par le gouvernement en juin 1996, varient un peu selon les économies, mais ceux qui sont énumérés ci-après s'appliquent à l'ensemble de la région :

## Objectifs

- Retenir et accroître l'investissement asiatique au Canada.
- Encourager et faciliter la création d'alliances stratégiques entre des entreprises canadiennes et des entreprises asiatiques.
- Faire connaître aux gens d'affaires asiatiques le Canada comme un endroit sûr où investir et un bon endroit où y ouvrir des bureaux pour desservir le marché américain dans le contexte de l'ALENA.
- Encourager les entreprises canadiennes à rechercher auprès des entreprises asiatiques appropriées du capital risque et des partenaires pour le développement de technologies.
- Encourager les entreprises canadiennes et asiatiques à coopérer dans des pays tiers, particulièrement pour la réalisation de projets d'infrastructure en Asie du Sud-Est.

- Promouvoir les services canadiens dans le domaine de l'enseignement et de la formation en entreprise.

La stratégie décrite pour chaque pays reprend les objectifs qui sont le plus pertinents; elle comporte également une section intitulée « Contexte », dans laquelle nous décrivons les principales caractéristiques de l'économie, suivie d'un résumé des principaux défis à relever pour intensifier les liens avec le Canada au chapitre de l'investissement. Nous énumérons ensuite les secteurs les plus importants dans lesquels il conviendrait d'attirer des investissements, puis nous formulons des recommandations pour la mise en oeuvre d'un programme convenable de promotion de l'investissement.

## Intérêts et liens sectoriels

Pour chaque économie sont énumérés les secteurs qui ont été désignés comme prioritaires aux fins de la promotion de l'investissement et de la cession de licences pour le développement de technologies au moyen de visites de liaison auprès de dirigeants d'entreprises, de missions et de séminaires. Ces activités de promotion de l'investissement visent principalement l'investissement direct dans des installations de production (fabrication, R-D, conception, exploitation minière) par opposition à l'investissement dans l'immobilier, les regroupements d'entreprises et le placement de portefeuille, qui requièrent des compétences différentes et n'ont pas le même impact sur la création d'emplois.

Selon les estimations, les économies asiatiques devront consacrer 1,5 billion de dollars au développement de leur infrastructure dans les dix prochaines années. C'est donc dire qu'il y aura une très forte demande de services et d'équipement relatifs aux technologies de l'environnement, aux télécommunications, à la technologie des transports et à la construction. De nombreuses entreprises canadiennes possèdent un savoir-faire dans ces secteurs, et on devrait les encourager à prendre part aux projets qui seront réalisés dans la région, de préférence en collaboration avec des entreprises asiatiques. De telles alliances donneront lieu à l'exportation d'équipement et de services, ce qui, en retour, engendra d'importants investissements dans l'entreprise canadienne afin qu'elle puisse répondre à la demande accrue résultant de l'alliance. Si l'entreprise canadienne ne peut faire

*les économies asiatiques devront consacrer 1,5 billion de dollars au développement de leur infrastructure dans les dix prochaines années*

**le Canada possède un avantage comparatif sur le plan des services d'enseignement, et la demande des pays d'Asie dans ce domaine s'est accrue rapidement**

l'investissement supplémentaire nécessaire, c'est très souvent alors le partenaire étranger, ou ses associés, qui deviendra pour l'entreprise canadienne la principale source de financement, de technologies et de compétences en gestion ou en commercialisation.

Le Canada a réussi, ces dernières années, à augmenter ses exportations de **produits alimentaires transformés**, en particulier à destination du Japon et de Hong Kong. Les obstacles à l'accès aux marchés tombent, la hausse des revenus incite les consommateurs à rechercher des aliments nouveaux et les importateurs reconnaissent de plus en plus le Canada comme un fournisseur de produits alimentaires de première qualité. Voilà autant de facteurs qui portent à croire que l'investissement augmentera au même rythme que les exportations.

Plusieurs fabricants de produits électroniques du Japon, de la Corée et de Taïwan sont actuellement pressentis afin de les inciter à investir au Canada dans des usines de fabrication de microplaquettes de semiconducteurs et dans le secteur de la micro-électronique en général, notamment dans des installations de R-D.

Dans le secteur des produits médicaux et des produits de soins de santé, il existe de nombreuses possibilités de former des coentreprises pour la fourniture de matériel chirurgical, d'équipement de diagnostic et de dépistage et de produits pharmaceutiques génériques. Ce secteur pourrait également attirer des entreprises étrangères, notamment du Japon et de la Corée, pour l'établissement de bases de recherche au Canada, puisque ces entreprises ne sont pas en mesure de répondre à la demande de nouvelles technologies ni de limiter leurs coûts. D'importantes possibilités se présentent aussi pour la R-D conjointe dans les domaines de la biotechnologie, des composés pharmaceutiques et des essais précliniques et cliniques.

Le Canada possède un avantage comparatif sur le plan des services d'enseignement, et la demande des pays d'Asie dans ce domaine s'est accrue rapidement, le perfectionnement des ressources humaines dans ces pays n'ayant pas suivi la croissance économique. L'ouverture récente de Centres d'éducation canadiens dans onze villes d'outremer a attiré au Canada un grand nombre d'étudiants. Par exemple, depuis l'ouverture du Centre d'éducation canadien à

Séoul, en 1993, les demandes de visas d'étudiants coréens sont passées de 800 cette année-là à 8 000 en 1996. L'inscription d'étudiants étrangers dans des établissements d'enseignement canadiens procure certes des retombées économiques immédiates, mais, mieux encore, les liens solides avec le Canada que tissent ces étudiants pendant leur séjour ici offrent des avantages à long terme. Ces étudiants reviennent en effet souvent au Canada, plus tard, en tant qu'immigrants et qu'investisseurs.

## **Coordination au moyen de groupes de travail sectoriels**

Dans le cadre de cette stratégie, on recourra davantage à des groupes de travail interministériels pour orienter plus systématiquement la promotion de l'investissement des pays d'Asie au Canada. Cette façon de procéder est déjà utilisée dans certains secteurs, notamment celui des semiconducteurs, pour lequel une campagne dynamique a été lancée afin de définir les intérêts canadiens, d'encourager cinq ou six régions au Canada à préparer des emplacements et de la documentation et de favoriser l'implantation d'usines de fabrication de puces dans ces régions en faisant des représentations auprès de certaines entreprises au Japon, en Corée et à Taïwan. Le groupe de travail spécial constitué pour organiser la mission du Keidanren (Fédération des organisations économiques du Japon) au Canada a conçu d'excellents programmes visant à faire connaître les occasions d'affaires dans les domaines des aliments transformés et des technologies de l'information. Le succès de cette mission s'est traduit par des activités de suivi, par exemple des visites de journalistes spécialisés dans un secteur et des séminaires au Canada et au Japon, ainsi que par un resserrement des liens entre les bureaux régionaux, les provinces, les municipalités et les associations sectorielles.

Parallèlement, des groupes de travail servent de catalyseurs pour la promotion de l'investissement étranger et la réalisation de projets dans les secteurs de l'aérospatiale, des pièces d'automobiles, des sciences de la vie et des mines.

## Mise en oeuvre

La mise en oeuvre de la stratégie suppose l'atteinte des objectifs et la réalisation des principaux défis cernés pour chaque pays grâce à un programme continu d'événements et d'activités. La pierre angulaire du programme de promotion de l'investissement est un **programme de liaison avec les entreprises** dans chaque mission canadienne à l'étranger, complété par des visites de contrepartie aux filiales de ces entreprises au Canada (et, dans le cas du Japon du moins, par des visites aux organismes régionaux de contrôle aux États-Unis).

**Le Programme de liaison avec les entreprises** consiste en des réunions officielles entre les chefs de mission et les cadres supérieurs des missions canadiennes à l'étranger et des dirigeants d'entreprises étrangères. Un programme efficace de liaison avec les entreprises pour un pays comme le Japon, qui possède déjà de nombreuses entreprises au Canada, comprend des visites aux filiales canadiennes (ou nord-américaines) des entreprises japonaises, suivies par des visites aux sièges sociaux des entreprises au Japon aux fins desquelles servent les renseignements obtenus de la filiale. Les objectifs visés sont d'engager un dialogue avec certaines entreprises afin de recueillir des renseignements sur leurs projets d'investissement, de déterminer l'intérêt des dirigeants pour le Canada et leurs connaissances sur ce pays, de mettre au jour les obstacles perçus relativement au fait d'investir et de faire des affaires au Canada, de fournir de l'information sur le Canada et ainsi faciliter les investissements et la formation de partenariats d'affaires, et d'influencer l'opinion des dirigeants à l'égard du Canada et des importantes positions de principe canadiennes. Le programme permet également l'établissement de liens de longue durée avec ces entreprises avant qu'elles ne prennent de décision en matière d'investissement.

Un autre élément de la stratégie est l'ajout de responsabilités liées à l'investissement confiées à certains délégués commerciaux et agents de commerce oeuvrant dans les secteurs qui ont été désignés comme prioritaires. Par exemple, à Hong Kong, les agents qui s'occupent actuellement du commerce dans les secteurs des textiles et du vêtement, des produits de haute technologie, des sciences de la vie, de l'agroalimentaire et des ressources naturelles recevront une formation sur les techniques de promotion de l'investissement et consacreront

plus de temps à la sollicitation d'investisseurs dans ces secteurs.

L'appui de l'Administration centrale du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, sous forme de documentation opportune et actuelle, d'exemples de réussites, de bulletins, de trousse d'information sur la promotion de l'investissement dans un secteur donné, de réponses aux demandes de renseignements d'investisseurs, d'élaboration de cours de formation et de collaboration avec d'autres ministères, les provinces et le secteur privé, est également un élément essentiel de la stratégie. Parmi les exemples de réussites récentes, signalons les projets réalisés avec Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) dans le domaine de l'alimentation, les séminaires organisés avec Ressources naturelles Canada (RNC) dans le domaine des mines, la collaboration au Programme d'aide à la recherche industrielle (PARI) du Conseil national de recherches du Canada (CNRC) et la collaboration aux travaux du Conseil de recherches médicales du Canada. Les commissaires industriels des municipalités canadiennes sont également une composante essentielle de la stratégie, et, ces deux dernières années, le Ministère a présenté des exposés sur les possibilités d'investissement étranger aux réunions annuelles de l'Association canadienne de développement économique (ACDE).

Ces activités complètent le travail effectué dans le cadre du programme Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC), qui est essentiellement axé sur les visites de liaison auprès de certaines multinationales importantes de cinq pays, dont le Japon. Le rôle des sous-ministres désignés comme promoteurs du Canada dans ces pays jugés prioritaires contribue également à renforcer les liens avec les principaux investisseurs et permet à ceux-ci de discuter des possibilités et des préoccupations avec des hauts fonctionnaires du gouvernement.

**Des techniques de promotion de l'investissement** sont décrites à l'annexe II, où elles sont présentées comme un « menu » à partir duquel il est possible de choisir des activités pouvant convenir à n'importe quelle campagne de promotion de l'investissement. Les techniques portent sur la promotion en général, la promotion ciblée, les services de partenariat et d'appariement, les réponses aux demandes de renseignements des investisseurs et les facteurs à long terme qui influent sur l'investissement, notamment l'éducation, l'immigration et la recherche-développement.



Les liens entre le commerce extérieur et l'investissement sont décrits à l'annexe 1 afin de tenter d'expliquer comment ces forces et les sociétés transnationales contribuent à la mondialisation.

## Stratégies visant huit économies clés

*L'économie japonaise est aujourd'hui un moteur important de la demande économique mondiale*

### Stratégie de promotion de l'investissement et de la formation d'alliances stratégiques - Japon

#### Objectifs

- Attirer l'investissement direct japonais au Canada.
- Faciliter la rétention et l'expansion des investissements importants existants.
- Accroître la confiance des investisseurs japonais dans le Canada et les sensibiliser aux avantages à faire des affaires au Canada.
- Promouvoir l'excellence du Canada en R-D et inciter les sociétés japonaises à investir dans la recherche canadienne et à réaliser des activités de recherche au Canada.
- Encourager les entreprises canadiennes et japonaises à coopérer dans des pays tiers, particulièrement pour la réalisation de projets d'infrastructure en Asie du Sud-Est.

#### Contexte

##### *Influence mondiale du Japon*

- En 1996, le PIB du Japon s'établissait à 5,7 billions de dollars, représentant environ 20

% de la production économique mondiale et plus de la moitié du PIB total de l'Asie. Selon les prévisions de l'OCDE, la croissance économique du Japon, pour la période allant de 1997 à l'an 2000, se situera vraisemblablement en moyenne entre 2,5 et 3,5 %. Les réserves japonaises de devises dépassaient 290 milliards de dollars en 1996, ce qui en faisait les réserves les plus importantes au monde. Par conséquent, le Japon demeure une source prépondérante de placements de portefeuilles et d'investissements étrangers directs, ses actifs d'outremer totalisant plus de 1,3 billion de dollars.

- Le Japon est le troisième pays commerçant en importance au monde (après l'Union européenne et les États-Unis). Il contribue pour 9,5 % de la valeur des échanges mondiaux de marchandises et pour 5 % des échanges mondiaux de services (1996). Le marché japonais des importations connaît une croissance plus rapide que celle du PIB. La pénétration des importations, qui a progressé de 7,5 % de 1995 à 1996, a presque doublé ces dix dernières années. Pendant la même période, la proportion des importations de produits manufacturés est passée de 40 % à 60 %, tandis que celle des importations de produits à base de ressources naturelles a régressé, passant de 60 % à 40 %.
- L'économie intérieure japonaise est aujourd'hui un moteur important de la demande économique mondiale, les importations de produits et de services continuant de croître à un rythme bien plus rapide que la croissance économique globale. La déréglementation du marché intérieur et le raffinement croissant des goûts des consommateurs continuent de stimuler les importations de produits à valeur ajoutée. En dépit de la dépréciation récente du yen, qui a diminué de 20,7 % entre avril 1995 et juillet 1996, le Japon a vu, entre septembre 1985 et décembre 1996, sa monnaie s'apprécier de 47,1 % par rapport au dollar américain. Ainsi, le changement structurel que connaît l'économie japonaise continue d'inciter les entreprises de pointe des industries manufacturières à vocation exportatrice à investir et à transférer de la technologie dans des installations de production en Asie, en Amérique du Nord et en Europe. L'avenir économique du Japon demeure intimement lié à l'avenir de l'économie mondiale, et vice-versa.

## Regard vers l'an 2000

- Pour stimuler la productivité intérieure et hausser les niveaux de vie dans les années à venir, le Japon aura besoin d'importants investissements de capitaux et de R-D, d'une déréglementation continue (en particulier dans son secteur des services peu compétitif) et d'une plus grande libéralisation des échanges. Le Japon tentera de promouvoir une meilleure efficacité économique par une réforme réglementaire et de stimuler la croissance de nouvelles industries par de meilleurs investissements de R-D. Dans certains secteurs, des considérations d'ordre politique feront obstacle au changement structurel, mais celui-ci se poursuivra avec ou sans l'intervention des pouvoirs publics.
- Les coûts élevés et les inefficacités structurelles des secteurs japonais de la fabrication et des services, conjugués à la fluctuation du taux de change du yen par rapport au dollar, favoriseront encore plus l'expansion des activités de fabrication à l'étranger des multinationales japonaises, moteur important de la mondialisation. L'internationalisation grandissante des sociétés japonaises se poursuivra également puisque, même après dix ans d'importants mouvements d'investissements à l'étranger, 9,1 % seulement des activités de production des sociétés japonaises sont réalisées à l'extérieur du Japon, comparativement à 26 % de la production des multinationales américaines et à 23 % de celle des sociétés allemandes.

## Intérêts du Canada

- En 1996, le Canada a fourni quelque 11,2 milliards de dollars en produits au Japon (ce qui représente 4 % de l'ensemble des exportations canadiennes). Le changement structurel que connaît l'économie japonaise ainsi que la mise en oeuvre de la déréglementation et d'autres mesures des pouvoirs publics visant à accroître la productivité continueront d'améliorer l'accès au marché japonais et de créer, pour les exportateurs canadiens compétitifs, d'importants débouchés dans un large éventail de secteurs, dont l'agroalimentaire, la construction résidentielle, l'équipement médical, les technologies de l'information, les services financiers et le tourisme. À mesure que les exportations augmenteront,

il deviendra nécessaire d'investir pour accroître la production canadienne de manière à pouvoir répondre à la demande du marché.

- En 1996, 16,7 millions de Japonais ont voyagé à l'étranger. Selon les prévisions, ce nombre s'élèvera à 18 millions en 1997, puis à 20 millions en l'an 2000. Le Japon est désormais le deuxième pays d'où viennent le plus grand nombre de touristes d'outremer au Canada, après le Royaume-Uni, mais il est la plus importante source de recettes touristiques d'outremer. Selon les prévisions de la Commission canadienne du tourisme, le Canada accueillera 1,145 million de visiteurs japonais en l'an 2000 et ce nombre passera à 1,5 million en 2005.
- Le Japon est la principale source d'investissement étranger direct au Canada, la valeur de ses investissements cumulés s'établissant à 6,5 milliards de dollars (chiffre de la balance des paiements du Canada; selon les statistiques établies par le ministère japonais des Finances, le chiffre dépasserait 12 milliards de dollars). On compte désormais au Canada plus de 400 filiales de sociétés japonaises dans plus de 700 endroits. Ces filiales emploient environ 500 000 personnes. Le Japon demeure également la deuxième source de placements de portefeuilles en importance du Canada (en mars 1996, on estimait ces placements à 43,5 milliards de dollars en mars 1996). Les multinationales japonaises continueront d'accroître leurs investissements directs et leurs transferts de technologies afin de desservir le marché nord-américain de plus en plus intégré. Étant donné que les entreprises japonaises embrassent la logique nord-américaine de l'intégration économique, le Canada doit sans relâche faire valoir auprès d'elles les avantages (dont des coûts de production moins élevés) à desservir le marché nord-américain et le marché mondial à partir du Canada.

## Défis

Les principaux défis à relever pour intensifier les liens avec le Japon au chapitre de l'investissement sont les suivants :

- Sensibiliser davantage les investisseurs japonais au haut degré de perfectionnement de l'industrie canadienne et à la compétitivité du Canada.

*il existe des possibilités d'attirer l'investissement japonais au Canada dans de nombreux domaines*

- Montrer que le Canada peut offrir un avantage comparatif grâce à sa meilleure technologie, à sa main-d'oeuvre plus productive, à son infrastructure adéquate et à son climat d'investissement favorable.
- Encourager les entreprises canadiennes à rechercher des investissements et des technologies auprès des entreprises japonaises compétentes.
- Encourager l'utilisation du Canada comme base pour la fabrication, la recherche et les activités régionales dans le but de desservir les marchés de l'ALENA.
- Cerner les possibilités de formation d'alliances stratégiques, par exemple des coentreprises et des accords de cession de licences, qui sont susceptibles d'accroître les exportations et l'investissement.
- Encourager les entreprises canadiennes et japonaises à coopérer dans des pays tiers, en particulier pour la réalisation de projets d'infrastructure en Asie du Sud-Est.

## Intérêts sectoriels

Le savoir-faire technique et les grandes compétences commerciales des Japonais dans divers secteurs sont tels qu'il existe des possibilités d'attirer l'investissement japonais au Canada dans de nombreux domaines. Toutefois, les secteurs dans lesquels on a jugé qu'il était prioritaire d'attirer immédiatement des investissements sont les suivants : technologies de l'information (télécommunications, logiciels, communications sur large bande/inforoute, Internet, semi-conducteurs), sciences de la vie (produits pharmaceutiques, appareils médicaux, biotechnologie), pièces et accessoires d'automobiles, aliments transformés, mines et maisons préfabriquées et composants de construction.

## Mise en oeuvre

### *Programme actuel de développement de l'investissement*

Il existe depuis dix ans à l'ambassade du Canada à Tokyo un programme de développement de l'investissement bien établi. Ce programme a évolué au fil des ans, prenant d'abord la forme de séminaires généraux « ouverts aux gens

d'affaires » et de missions conçues dans le but de renseigner les Japonais sur les points forts de notre économie et nos capacités techniques, pour consister ensuite en des campagnes axées sur des secteurs et en des activités de liaison avec les entreprises. Au cours de la dernière année, la section chargée de la promotion de l'investissement de l'ambassade du Canada, qui compte parmi son personnel deux spécialistes en investissement canadiens et un agent recruté sur place, a visité 139 clients au Japon et aidé quelque 2 000 visiteurs japonais et canadiens du milieu des affaires; elle a aidé à organiser 26 foires et missions commerciales et 33 conférences, séminaires et autres événements. Elle a, en outre, traité plus de 200 demandes de renseignements et de services portant sur l'investissement. D'autres spécialistes sectoriels de la division des affaires commerciales de l'ambassade consacrent une certaine partie de leur temps à la promotion de l'investissement, notamment dans le cadre de projets qui touchent au secteur de l'automobile, aux aliments transformés, aux maisons préfabriquées, aux technologies de l'information, aux produits pharmaceutiques et à la science et à la technologie.

À Osaka, le programme de développement de l'investissement est moins systématique; il est davantage axé sur des événements ou des projets et sert bien souvent de tribune pour des activités qui ont d'abord eu lieu à Tokyo. Toutefois, les possibilités à exploiter sont immenses, la région de Kansai étant de toute évidence une source importante d'investissement au Canada. Le consulat général entretient des rapports avec de nombreux dirigeants d'entreprises influents, qui pour plusieurs ont commencé leurs activités près d'Osaka et possèdent désormais d'importants établissements dans la région. Ces deux dernières années, le forum des gens d'affaires du Kansai et de l'Ouest canadien s'est révélé un moyen efficace pour établir et entretenir des liens d'affaires.

La mission du Keidanren sur les partenariats commerciaux au Canada, qui a eu lieu en septembre 1996 et qui a remporté beaucoup de succès, était une initiative de l'ambassade du Canada à Tokyo. Les activités de suivi dans les domaines des technologies de l'information et des aliments transformés, secteurs sur lesquels la mission avait été axée, entretiennent l'intérêt suscité par la mission.

### *Programmes futurs*

Les programmes futurs, qui devraient continuer à donner plus de visibilité au Canada, comporteront les éléments suivants :

- 1) Un suivi systématique des activités sectorielles entreprises ces deux dernières années, notamment un resserrement des liens avec le Canada-Japan Business Committee (CJBC), des visites périodiques auprès des médias, l'organisation d'un séminaire sur les aliments transformés et d'un séminaire sur l'investissement dans le domaine de l'amélioration génétique des porcs; des visites répétées au Canada de dirigeants d'entreprises et de personnes qui ont pris part à la mission du Keidanren au Canada en septembre 1996, et la communication de renseignements tirés du rapport du Keidanren lors de visites dans les entreprises.
- 2) Une collaboration plus étroite avec le programme Partenaires pour l'investissement au Canada aux fins de l'exécution du programme de liaison avec les entreprises, le ciblage de multinationales pour garantir des investissements stratégiques importants très visibles dans des secteurs clés et l'intégration de ces activités au programme des sous-ministres désignés comme promoteurs du Canada dans les pays prioritaires, dans le cadre duquel des hauts fonctionnaires du gouvernement visitent des entreprises qui sont des chefs de file dans leur domaine.
- 3) Le positionnement du Canada en tant qu'intervenant mondial dans le domaine des semiconducteurs, c'est-à-dire faire en sorte que les fabricants japonais de semiconducteurs considèrent le Canada dans leurs plans d'investissement à moyen et à long terme et faciliter les prises de décision de ces fabricants.
- 4) La promotion du Canada comme un haut-lieu de la R-D, particulièrement dans les domaines des sciences de la vie, des semiconducteurs, des technologies de l'information et des aliments transformés, ainsi que dans des domaines comme la neurologie et l'environnement marin, dans lesquels le Japon prévoit entreprendre des mégaprojets avec des budgets considérables et pour lesquels il recherche une collaboration internationale.
- 5) La présentation de sociétés japonaises d'investissement en capital risque à des sociétés canadiennes d'investissement en capital risque et de haute technologie, afin

de donner de l'essor à ces dernières et de les diriger vers les marchés en pleine croissance du Japon et du reste de l'Asie; cette activité devrait aussi viser certaines divisions de l'investissement en capital risque qu'ont créées dernièrement d'importantes sociétés de commerce extérieur et de grandes multinationales, dont les entreprises sidérurgiques et la société nipponne de télégraphe et de téléphone, NTT.

- 6) Le maintien d'un programme de promotion ciblée de l'investissement axé sur les sciences de la vie, les aliments transformés, les technologies de l'information, la construction résidentielle et les composants de construction, l'automobile et les pièces d'automobiles et, peut-être, l'infrastructure touristique, étant donné les déplacements prévus des Japonais. Dans le cadre de ce programme se poursuivraient les visites auprès des médias, afin d'assurer la couverture régulière et en profondeur des activités de ces secteurs canadiens.

S'il convient d'organiser périodiquement des séminaires et des tables rondes sur les aliments transformés, les maisons préfabriquées, les pièces d'automobiles, les mines, etc., il reste cependant que la pierre d'angle du programme de promotion de l'investissement demeurera un programme de liaison avec les entreprises qui sera dynamique et ciblé et dans lequel on fera une plus large place aux investisseurs existants et potentiels qui ont été cernés dans le cadre d'initiatives antérieures, à la recherche permanente et à la collecte de renseignements commerciaux. Ce programme sera complété au Canada par des visites de contrepartie auprès d'investisseurs actuels. La restructuration dont font actuellement l'objet un nombre croissant de grandes sociétés japonaises se traduit par un renforcement des moyens d'action de leurs filiales nord-américaines. Cela signifie que, de plus en plus, les activités de liaison peuvent être réalisées auprès d'entreprises établies à New York ou ailleurs aux États-Unis. Il sera également important d'analyser la composition des exportations des grands exportateurs japonais vers le Canada, de se renseigner sur les gros utilisateurs d'électricité et d'explorer d'autres possibilités d'investissement dans les secteurs désignés comme prioritaires.

# Stratégie de promotion de l'investissement et de la formation d'alliances stratégiques - Hong Kong

## Objectifs

- Promouvoir le Canada comme l'endroit le plus intéressant et le plus économique pour les entreprises qui veulent pénétrer le marché nord-américain créé par l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) en y relocalisant des activités de fabrication à forte valeur ajoutée et des activités de traitement de l'information ou en y ouvrant des bureaux régionaux.
- Promouvoir les technologies canadiennes dont a besoin le marché de Hong Kong et de la Chine et encourager les placements en actions et la formation d'alliances pour attaquer ce marché.
- Favoriser l'investissement dans le domaine de la fabrication à valeur ajoutée au Canada, en vantant les ressources naturelles du pays.
- Encourager les entreprises canadiennes à passer des contrats avec des institutions de recherches de Hong Kong pour la recherche-développement et la commercialisation de technologies canadiennes, et ainsi établir un point de contact direct avec le marché de Hong Kong et de la Chine.
- Cerner les débouchés qu'offrent l'industrie textile et l'industrie du vêtement, qui éprouvent des difficultés en raison de la structure des coûts et des restrictions imposées par l'État, notamment les contingents et les licences.
- Promouvoir le partenariat entre les entreprises canadiennes et les entreprises établies à Hong Kong pour qu'elles

entreprennent des projets d'entreprise et d'infrastructure dans des pays tiers, en particulier en Chine et en Asie du Sud-Est.

## Contexte

Depuis le 1er juillet 1997, Hong Kong est une région administrative spéciale de la Chine. En conséquence :

- Hong Kong servira de plus en plus d'intermédiaire entre la Chine et le reste du monde et aura ainsi un rôle unique à jouer pour introduire des technologies en Chine et aider les entreprises de la Chine continentale à s'implanter en Amérique du Nord.
- Les entreprises et les particuliers de Hong Kong et de la Chine souhaitent diversifier leurs investissements à l'étranger, dans des pays où la situation politique est stable et dont l'économie est vigoureuse.
- Hong Kong est une des villes les plus chères pour faire des affaires, et le Canada peut être présenté comme un endroit moins dispendieux où implanter des activités à forte valeur ajoutée, ce qui peut aider les entreprises à réduire leurs coûts.

**Économiquement**, Hong Kong est déjà très intégrée à la Chine : les entreprises manufacturières de Hong Kong génèrent quatre millions d'emplois en Chine, et le secteur hong-kongais des services financiers continue de faciliter les activités de financement de la Chine à l'étranger par le biais des marchés de capitaux et d'emprunts de Hong Kong. Il y a 1 750 entreprises de la Chine continentale présentes à Hong Kong. Le taux de croissance du PIB réel a été de 6,5 % et on prévoit qu'il s'établira à 5 % en termes réels d'ici à 1999.

Le commerce entre Hong Kong et la Chine, qui s'est accru de 30 % par année depuis 1978, a contribué pour 35 % de l'ensemble des échanges de Hong Kong (127 milliards de dollars américains) en 1995. Hong Kong est le deuxième partenaire commercial (après le Japon) de la Chine, intervenant à raison de 16 % de l'ensemble du commerce extérieur de la Chine. Hong Kong contribue pour environ 60 % de l'ensemble des investissements en Chine. Ces investissements donnent de l'emploi à plus de 4 millions de salariés, une main-d'oeuvre plus de dix fois supérieure à celle de l'industrie manufacturière de Hong Kong.



Malgré la délocalisation d'une grande partie des activités de fabrication de Hong Kong en Chine méridionale, où les terrains et la main-d'oeuvre ne coûtent pas cher, on maintient à Hong Kong les activités de fabrication et les services à forte valeur ajoutée comme la R-D, la conception de produits, l'approvisionnement en matériel et en composants et la mise en marché. Par conséquent, la Chine dispose d'un bon point de contact pour accéder à la technologie occidentale à laquelle font appel les secteurs de la fabrication et des services. Le gouvernement de Hong Kong tient à conserver un secteur de la fabrication à forte valeur ajoutée à Hong Kong et il appuie fortement le développement de la technologie par l'entremise du Conseil de productivité de Hong Kong, du Centre de technologie industrielle de Hong Kong et d'autres organismes.

De nombreuses banques internationales sont représentées à Hong Kong : 85 % des 100 premières banques mondiales y sont présentes. Hong Kong est la cinquième place cambiaire en importance avec un volume total de transactions de 90 millions de dollars américains par jour. Hong Kong est également réputée dans le monde pour être le premier centre de gestion de fonds en Asie, avec la plus forte concentration de gestionnaires de fonds. On y gérait un actif total de 94,2 milliards de dollars américains à la fin de 1995, dont 71 % provenaient de clients étrangers. Il serait intéressant d'investir dans la technologie à laquelle fait appel le secteur des services financiers.

Hong Kong a aussi de l'importance pour la Chine parce qu'elle est son principal centre de financement. À la fin de 1996, vingt-trois entreprises d'État chinoises étaient inscrites à la bourse de Hong Kong (actions de catégorie « H »), procurant au total plus de 3,5 milliards de dollars américains.

Hong Kong est le deuxième centre de capital risque en importance en Asie, après le Japon, géant 13,7 % du fonds commun de capitaux de la région. Pour la période allant de 1990 à 1995, les capitaux gérés par des entreprises de capital risque de Hong Kong ont augmenté au total de 170 %, passant de 1,7 milliard de dollars américains à 4,6 milliards de dollars américains. Cependant, les investissements gérés ailleurs que dans les bureaux de Hong Kong concernent des projets basés dans la région asiatique; il est peu probable que les investisseurs en capital risque investissent dans des sociétés de haute technologie qui ne sont d'aucun intérêt pour le marché de l'Asie.

À l'heure actuelle, il y a 500 000 Canadiens originaires de Hong Kong qui vivent au Canada, principalement dans les régions métropolitaines de Toronto et de Vancouver. Par ailleurs, plus de 100 000 citoyens canadiens habitent à Hong Kong - ce qui constitue une présence étrangère importante sur le territoire. On dénombre environ 15 000 étudiants hong-kongais au Canada. Ces contacts facilitent souvent l'accès auprès de groupes d'investisseurs potentiels. La concurrence que représentent des groupes de promotion de l'investissement d'autres pays comme l'Australie, les États-Unis et le Royaume-Uni est forte.

Selon Statistique Canada, l'investissement direct de Hong Kong au Canada s'élevait à 5,7 milliards de dollars canadiens. La majeure partie de cette somme est liée à l'immigration. Le montant réel est sans aucun doute beaucoup plus élevé si l'on tient compte des investissements qu'effectuent au Canada des Hong-Kongais par l'entremise de membres de leur famille qui sont aujourd'hui des citoyens canadiens. Les Hong-Kongais investissent dans l'électronique, le textile (p. ex., l'usine de fabrication d'étiquettes pour vêtements et de denim au Nouveau-Brunswick), les télécommunications, le plastique, le pétrole et le gaz (Husky, Numac) et l'immobilier. L'investissement direct canadien à Hong Kong était de 2,5 milliards de dollars canadiens. Ces secteurs continueront de susciter l'intérêt. Compte tenu des contacts avec la Chine, la transformation des aliments et les sciences de la vie offriront également des débouchés.

On prévoit que les pays asiatiques engageront, entre 1994 et 2004, des dépenses d'infrastructure de 1,5 billion de dollars américains. Le financement de bon nombre de ces projets passera par Hong Kong.

## Initiatives sectorielles

- **Technologies de l'information, télécommunications, transformation des aliments et soins de santé** - Des alliances stratégiques entre des partenaires hong-kongais et canadiens permettront aux premiers d'accéder à la technologie canadienne et aux seconds, d'attaquer le marché de Hong Kong et de la Chine.
- **Textile** - Cette industrie est confrontée à des coûts élevés et à des restrictions contingentaires dans les marchés cibles, d'où la récente tendance à établir les activités de production au Canada, aux

*À l'heure actuelle,  
il y a 500 000  
Canadiens  
originaires de Hong  
Kong qui vivent au  
Canada*

États-Unis et au Mexique. En s'intégrant à l'ALENA pour éviter ces contingents, les entreprises ont également été avantagées par des coûts inférieurs, en l'occurrence les frais de transport, des liens plus étroits avec la clientèle et le fait qu'elles pouvaient s'adapter rapidement aux nouvelles tendances de la mode et répondre à la demande de cette industrie.

- **Infrastructures touristiques** - Elles suscitent l'intérêt de nombreux investisseurs importants de Hong Kong qui sont bien au fait des placements immobiliers.
- **Sylviculture** - Produits dérivés du bois à valeur ajoutée, pâtes et papiers; possibilité pour Hong Kong de s'approvisionner au Canada.
- **Ouverture en Amérique du Nord de bureaux régionaux de centres de traitement de l'information, de centres d'élaboration de produits, de centres de R-D** - pour réduire les coûts d'exploitation, qui sont élevés à Hong Kong.

## Défis

Les principaux défis consistent à réfuter les motifs souvent invoqués pour ne pas investir au Canada, notamment :

- Il est difficile de rentabiliser une entreprise au Canada; on considère que les marges bénéficiaires y sont faibles.
- Le régime fiscal canadien est compliqué et représente un fardeau pour les entreprises.
- Il en coûte plus cher de faire des affaires au Canada qu'aux États-Unis.
- Il y a peu de possibilités d'investissement au Canada - compte tenu du manque de produits de consommation de marques réputées, il est plus difficile pour les investisseurs d'identifier les entreprises qui ont du succès.
- Les investisseurs en capital risque établis à Hong Kong gèrent des entreprises dans lesquelles des fonds ont été investis et qui ont leur siège en Asie, et il ne fait pas partie de leur mandat d'investir à l'extérieur du continent asiatique.

- Les gens d'affaires canadiens se rendent à Hong Kong de temps à autre, mais prennent rarement un engagement à long terme.

## Mise en oeuvre

Il faudrait poursuivre le programme dynamique de promotion de l'investissement tout en y incorporant les principaux éléments suivants :

- **Former une équipe** composée de cadres supérieurs de la mission et de délégués commerciaux des différents secteurs, qui effectuerait des visites de **liaison auprès d'entrepreneurs importants de Hong Kong**, en tirant parti des liens créés entre des Canadiens d'origine chinoise et des diplômés d'universités canadiennes.
- **Travailler avec des associations industrielles** à Hong Kong et au Canada pour favoriser la création d'alliances, en tirant profit du soutien du gouvernement de Hong Kong par l'entremise d'organismes comme le Conseil de productivité de Hong Kong et le Centre de technologie industrielle.
- **Promouvoir les activités et les conférences d'affaires** qui ont lieu au Canada pour inciter les investisseurs à visiter le Canada et pour favoriser l'échange d'idées. Inviter des gens d'affaires importants de Hong Kong à prendre la parole dans le cadre de conférences au Canada. Dans le même ordre d'idées, il faudrait tenir les entreprises canadiennes au courant des activités d'affaires à Hong Kong. Encourager les **conférenciers canadiens à se servir de tribunes à Hong Kong** pour faire connaître les réalisations canadiennes.
- **Collaborer étroitement** avec des groupes de promotion de l'investissement au Canada, dont Industrie Canada, Agriculture et Agroalimentaire Canada, le Conseil national de recherches du Canada et des organismes gouvernementaux régionaux.
- **Promouvoir de grandes villes** telles que Toronto, Calgary et Vancouver comme des endroits en Amérique du Nord où il est économique d'implanter un siège social et des centres régionaux de traitement de l'information.
- **Fournir de bons services d'investissement** dans des secteurs particuliers.

- Travailler avec des **gestionnaires de fonds de capital risque** au Canada dans le but de cerner les entreprises qui disposent de la technologie nécessaire et qui affichent un bon rendement et de les faire connaître à des groupes d'investisseurs en capital risque et à des investisseurs qui injectent des fonds dans certaines branches d'activités.
- Inviter au Canada des représentants des médias de grandes villes asiatiques pour qu'ils voient concrètement les points forts des entreprises canadiennes.
- Coordonner la stratégie avec les agents du **développement économique** des paliers municipal, régional et provincial au Canada.

## Stratégie de promotion de l'investissement et de la formation d'alliances stratégiques - Singapour

### Objectifs

- Encourager les entreprises canadiennes à se procurer du capital risque et à trouver des partenaires pour le développement de technologies auprès d'entreprises compétentes de Singapour.
- Faire valoir aux entreprises canadiennes que Singapour est située au coeur de la région du Sud-Est asiatique et constitue un lieu intéressant où exercer des activités.
- Promouvoir le Canada comme un endroit sûr et avantageux où les Singapouriens peuvent investir et par lequel ils peuvent pénétrer le marché nord-américain créé par l'ALENA.
- Encourager les organismes canadiens à mettre au point, de concert avec leurs homologues singapouriens, des activités de

recherche et de développement technologiques.

### Contexte

Depuis l'indépendance en 1965, Singapour a connu trois décennies de croissance économique sans presque aucune interruption, avec un taux de croissance du PIB d'environ 7 % par année en termes réels dans les années 80, de 10,2 % en 1994 et de 8,9 % en 1995. Le solide secteur de la fabrication est à l'origine de 27 % du PIB, mais il est aujourd'hui dépassé par le secteur des services financiers et commerciaux, qui contribue pour 29 % du PIB. Le dollar de Singapour a résisté mieux que les autres devises régionales à l'onde de choc provoquée par la récente dépréciation de la monnaie thaïlandaise (qui a baissé de 6 % environ par rapport au dollar américain), et, compte tenu de l'énorme réserve de devises étrangères dont dispose Singapour, de l'internalisation limitée de la monnaie et des facteurs économiques fondamentaux du pays, il est peu probable qu'il subisse des pressions intenses.

Le succès de Singapour sur la scène internationale repose sur le fait que le pays est situé au coeur de l'Asie du Sud-Est et qu'il est depuis longtemps la plaque tournante de la région; ce succès a été soutenu par la stabilité politique de Singapour, ainsi que par son infrastructure bien développée, son système de communication de calibre mondial et sa main-d'oeuvre instruite et d'expression anglaise. Ce succès est largement lié à sa capacité d'attirer l'investissement étranger. Au milieu des années 60, Singapour était un des rares pays de la région à courtiser assidûment les investisseurs étrangers et à leur permettre d'établir des filiales en propriété exclusive. Le gouvernement n'a pas ménagé ses efforts pour faire en sorte que des règles transparentes et prévisibles caractérisent le climat commercial.

Il a été également avantageux pour Singapour de miser fortement, à partir des années 60, sur le secteur de l'électronique<sup>22</sup>, avec deux sociétés d'assemblage de téléviseurs en noir et blanc titulaires de licences d'entreprises japonaises d'électronique grand public. Depuis, le secteur a connu une croissance rapide en s'adaptant à toutes les innovations, passant graduellement aux ordinateurs et périphériques, aux unités de disque, aux bandes pour ordinateur et aux semiconducteurs. L'électronique demeure la branche la plus importante du secteur de la fabrication de la République de Singapour, représentant 36 % de la production à valeur ajoutée et 58 % des exportations de produits non pétroliers,

*depuis l'indépendance en 1965, Singapour a connu trois décennies de croissance économique*

**Le gouvernement encourage maintenant l'investissement à l'étranger et le Canada peut en tirer le meilleur parti en formant des alliances avec des entreprises de Singapour**

employant 25 % de la main-d'oeuvre du secteur et contribuant pour 12 % du PIB de l'île.

Le gouvernement encourage maintenant l'investissement à l'étranger et le Canada peut en tirer le meilleur parti en formant des alliances avec des entreprises de Singapour pour partager les risques et la technologie et pour accéder aux marchés mondiaux. Les occasions, pour les entreprises novatrices, de se procurer du capital risque auprès d'investisseurs singapouriens sont également nombreuses, particulièrement si les accords peuvent intégrer des mesures de commercialisation dans les régions où Singapour a la plus grande influence et le plus grand intérêt, notamment en Indonésie, en Malaisie, en Thaïlande, à Hong Kong et en Chine.

La valeur de l'investissement direct canadien à Singapour s'établissait à 2 milliards de dollars canadiens en 1995, reflétant l'établissement de plus de 70 organismes canadiens à Singapour, y compris un certain nombre de banques et de sociétés d'assurance. La majeure partie de ces fonds ont été injectés dans le secteur financier sous la forme de bureaux régionaux plutôt que dans des installations de fabrication. Des entreprises canadiennes sont également représentées à Singapour par plus de 200 agents et distributeurs.

Singapour est un important investisseur dans la région. Le gouvernement dispose, à lui seul, d'une somme additionnelle de 10 milliards de dollars à investir chaque année, avec une préférence pour les économies régionales avoisinantes; le Conseil de développement économique estime que jusqu'à 30 % des réserves de Singapour seront en définitive investies dans les économies régionales. Singapour est le cinquième investisseur en importance en Chine et en Indonésie, et le sixième au Vietnam. La République cherche à devenir le point central de la zone de dynamisme économique et de croissance rapide que constitue l'Asie, servant ainsi de base pour l'approvisionnement, la formation, les communications et les services financiers.

## **Intérêts et liens sectoriels**

Voici quelques-uns des secteurs prioritaires où il y aurait lieu de promouvoir l'établissement de liens avec des investisseurs et l'octroi de licences pour le développement de technologies au moyen de visites de liaison, de missions et de séminaires.

- **Écotecnologie** - Particulièrement pour le traitement des eaux usées, pour l'élimination des déchets dangereux et des déchets solides de même que pour la mesure et le contrôle de la pollution de l'air et de l'eau.
- **Technologies de l'information et électronique** - Particulièrement les produits et systèmes sur lesquels s'appuie le développement de l'infrastructure nationale d'information (National Information Infrastructure; NII) qui est proposée dans le rapport de l'État intitulé « Vision of an intelligent island ». Ce projet est incarné dans « Singapore ONE », une énorme bande passante conçue pour transmettre des informations sur plusieurs supports de diffusion dans les foyers, les usines et les établissements d'enseignement (pour en savoir plus : <http://www.ncb.gov.sg/ncb/sone.asp>). Singapore ONE vise à incorporer les technologies de l'information dans chacun des aspects de la vie sociale et économique par une intégration homogène aux réseaux privés. Les capacités de conception et de production sont notamment : les systèmes de communication sans fil, l'équipement de communications mobiles personnelles, les composantes de réseaux à fibres optiques, les techniques de traitement numérique des signaux, les commutateurs de transfert asynchrone et les logiciels.
- **Agroalimentaire** - Il y a d'excellentes possibilités d'attirer l'investissement dans des activités où le potentiel d'exportation est élevé : produits de la viande, aliments à forte valeur ajoutée, aliments pour animaux, huile de canola, élevage de dindes et transfert des technologies.
- **Aérospatiale** - L'industrie aérospatiale de Singapour, avec 80 entreprises et 10 000 salariés, est la plus moderne de l'Asie.
- **Matériel et services d'exploitation du pétrole et du gaz naturel** - Singapour demeure la base d'approvisionnement pour la majeure partie de l'activité d'exploration et de mise en valeur en Asie du Sud-Est et dispose d'une importante industrie en expansion de raffinage du pétrole et de pétrochimie.
- **Produits de défense** - Il y a des possibilités d'investissement au chapitre du matériel

d'entraînement, du nouveau matériel de pointe et des produits de sécurité perfectionnés destinés à des applications tant militaires que civiles. Le gouvernement de Singapour encourage les fabricants étrangers à former des coentreprises pour la fabrication de produits de défense de haute technologie.

- **Services professionnels** - Il y a des possibilités d'investissement particulièrement dans les domaines des services médicaux et des soins de santé. Parmi les priorités identifiées par Singapour, il y a les centres de soins de santé de la région qui souhaitent se doter d'installations et adopter des pratiques de type « occidental ». Le Canada possède les ressources techniques et humaines pour exploiter les possibilités d'investissement qu'offre la région.

## Défis

Voici les principaux défis à relever pour établir des liens avec des investisseurs de Singapour.

- Sensibiliser les investisseurs singapouriens au haut degré de perfectionnement et à la compétitivité des industries canadiennes.
- Encourager les entreprises canadiennes à se procurer du capital risque et à trouver des partenaires stratégiques auprès d'entreprises à forte composante technologique de Singapour.
- Cerner les possibilités de formation d'alliances avec des entreprises, comme des coentreprises et des contrats de concession de licence, qui peuvent accroître les exportations canadiennes non seulement vers Singapour, mais également vers l'Asie du Sud-Est, notamment en Malaisie, en Indonésie et en Chine.
- Cerner les possibilités croissantes d'investissement qu'offrent Singapour et la région en se servant de Singapour comme tremplin pour accéder aux marchés de la région.
- Promouvoir le Canada comme une porte d'entrée au marché nord-américain créé par l'ALENA pour les entreprises qui veulent y fonder des établissements de production et de recherche et y vendre des produits.

- Trouver de meilleurs moyens de diffuser, de présenter et de partager l'information sur les possibilités d'investissement qu'offre la région en trouvant des partenaires et en créant des liens (p. ex., par l'entremise d'associations de gens d'affaires) à Singapour pour mieux pénétrer le marché de la région et les marchés tiers.

## Mise en oeuvre

Un programme de promotion de l'investissement et de création de partenariats devrait être établi et comprendre les principaux éléments suivants.

- Effectuer des visites auprès d'entrepreneurs singapouriens importants en tirant parti du réseau de contacts et de l'influence du consulat général du Canada.
- Concentrer ses efforts sur l'établissement de liens avec des investisseurs et sur la prestation de services dans la mission, notamment en choisissant l'investissement comme thème d'activités telles que des séminaires de gens d'affaires ou des grandes foires commerciales et technologiques. À cette fin, il est essentiel que les entreprises soient prêtes à investir des ressources qui leur permettraient de se rendre souvent à Singapour pour y nouer des liens et pour représenter le secteur privé dans le cadre d'activités de promotion de l'investissement inscrites au programme des foires commerciales et technologiques.
- Présenter des sociétés singapouriennes d'investissement en capital risque à des entreprises canadiennes de haute technologie et d'investissement en capital risque pour se procurer des capitaux d'expansion et pour pénétrer le marché de l'Asie du Sud-Est. Les sociétés singapouriennes d'investissement en capital de risque permettent aux entreprises de la région de se procurer rapidement des capitaux propres pour faciliter l'adaptation en commun de produits et de services destinés aux marchés de l'Asie.
- Encourager des journalistes de Singapour à se rendre au Canada à titre personnel ou dans le cadre d'initiatives de promotion de l'investissement ou de missions commerciales.



# Stratégie de promotion de l'investissement et de la formation d'alliances stratégiques - Corée

## Objectifs

- Promouvoir le Canada comme un endroit sûr où les Coréens peuvent investir et comme un site de choix pour pénétrer le marché nord-américain créé par l'ALENA.
- Faire savoir que les entreprises canadiennes de haute technologie sont disposées à développer de la technologie conjointement avec des partenaires ainsi qu'à conclure des alliances stratégiques et des accords de transfert de technologies.
- Promouvoir le Canada comme un lieu d'investissement pour le secteur des semi-conducteurs.
- Promouvoir le savoir-faire du Canada dans le développement d'infrastructures en procurant des produits et des services spécialisés aux principaux entrepreneurs en Corée et, au moyen de partenariats avec des entreprises coréennes, dans des pays tiers.
- Promouvoir les services canadiens dans le domaine de l'enseignement et de la formation en entreprise.

## Contexte

Les relations commerciales du Canada avec la République de Corée s'accroissent. Lorsque les échanges bilatéraux ont atteint près de 6 milliards de dollars en 1995, la Corée était le troisième marché d'exportation en importance du Canada dans la région de l'Asie-Pacifique et le sixième marché d'exportation en importance au monde. Les exportations canadiennes ont augmenté de 24,2 % en 1995, pour s'établir à 2,7 milliards de dollars - un niveau sans précédent. Les importations en provenance de la Corée se sont accrues de 28 % l'année précédente, pour s'établir à 3,2 milliards de

dollars. Nous prévoyons que le commerce bilatéral prendra de l'ampleur.

Les principaux produits canadiens d'exportation vers la Corée sont les combustibles solides (charbon) et minéraux, les pâtes et papiers, les produits chimiques organiques, les grains et céréales, les produits d'aluminium, le fer et l'acier, les engrais, le matériel du secteur de l'énergie, le matériel de télécommunications et les produits de l'industrie aéronautique.

Les principaux produits importés de la Corée par le Canada sont le matériel électronique (ordinateurs, téléviseurs, magnétoscopes), les véhicules automobiles et les pièces, les vêtements, les chaussures et les produits textiles, l'acier, le plastique, les produits chimiques, les outils et la machinerie. Le marché coréen offre de plus en plus de possibilités d'investissement dans des domaines où le Canada possède un savoir-faire, en l'occurrence les produits agricoles, les produits pétroliers et pétrochimiques, le transport, la défense, l'aéronautique, l'informatique, l'électronique, les télécommunications, la biotechnologie, la technologie de fabrication, les nouveaux matériaux ainsi que les pièces et composants d'automobile.

Le marché coréen des télécommunications est évalué, à lui seul, à environ 4 milliards de dollars et on prévoit qu'il vaudra plus de 16 milliards de dollars d'ici la fin du siècle. On estime que le marché des produits agricoles, qui est composé surtout de grains et d'oléagineux, de viandes, de poissons et d'une gamme de produits alimentaires transformés (dont les boissons), vaut actuellement 10 milliards de dollars. Ne disposant de pratiquement aucune matière première, mais dotée d'un solide potentiel industriel, la Corée est aussi un important marché pour le charbon, l'aluminium, l'acier inoxydable, le potassium et une grande variété de minerais ferreux et non ferreux - des marchés sur lesquels le Canada occupe une place de choix et qu'il est, par conséquent, en mesure d'approvisionner. Pour alimenter son économie en expansion rapide, la production coréenne d'électricité augmente d'environ 20 % par année en fonction d'une capacité de base supérieure à celle de Hydro-Ontario. Le Canada a fourni quatre tranches nucléaires à la Corée par l'entremise d'Énergie atomique du Canada Limitée.

Le Conseil canado-coréen des affaires (CCCA) est le seul organisme national canadien des affaires qui est principalement axé sur la Corée. Le CCCA jouera un rôle de premier plan dans l'établissement de liens industriels et technologiques avec la Corée.

## Tourisme

Le Canada est une destination touristique qui attire aujourd'hui de plus en plus de Coréens. En 1994, le nombre de visiteurs coréens au Canada a augmenté de 95 % par rapport à l'année précédente, pour atteindre plus de 78 000 voyageurs.

## Investissement

Malgré les fluctuations observées ces derniers temps, les investissements entre le Canada et la Corée demeurent un important volet de nos relations commerciales. Les mouvements d'investissement direct du Canada vers la Corée, dont la valeur s'élève à 166 millions de dollars, ont diminué légèrement en 1994 (un taux de croissance de 3,8 %), après avoir enregistré un bond phénoménal et atteint 160 millions de dollars en 1993 (un taux de croissance de 79,8 %). Cette croissance va de pair avec la tendance observée ces dix dernières années, au cours desquelles la part de l'investissement du Canada en Corée, en proportion du total de l'investissement direct dans les pays côtiers du Pacifique, a triplé.

Il n'en va cependant pas de même pour ce qui est de l'investissement direct de la Corée au Canada. Après avoir atteint, en 1990, un sommet conjoncturel de 312 millions de dollars, les mouvements d'investissement direct ont enregistré une baisse importante amenant ainsi les Coréens à se dessaisir d'éléments d'actifs qu'ils détenaient au Canada. Bien qu'on observe une reprise de l'investissement par les Coréens parallèlement à la reprise économique en Corée, les mouvements actuels n'égalent en aucune façon ceux qui avaient été enregistrés lors de la dernière période de croissance économique.

Le gouvernement de la Corée du Sud a décidé d'assouplir les restrictions relatives aux investissements effectués par les entreprises coréennes à l'étranger. En réduisant le volume d'entrée de capitaux nets, la Corée du Sud souhaite éviter les pressions à la hausse excessives sur le taux de change et permettre ainsi une meilleure gestion de la masse monétaire.

Les groupes de gens d'affaires en Corée sont en train de devenir rapidement de « grands » investisseurs internationaux. Les entreprises coréennes ont plus que doublé leur investissement étranger direct, lequel est passé de 1,8 milliard de dollars américains à plus de 4 milliards de dollars en 1994.

La Corée investit à l'étranger pour acquérir la technologie de pointe nécessaire à l'expansion de son économie, objectif qui est de plus en plus difficile à réaliser étant donné que de nombreux pays industrialisés sont peu disposés à partager cette technologie avec des concurrents potentiels. Bien que de nombreuses entreprises coréennes cherchent à atteindre cet objectif en formant des alliances stratégiques avec des partenaires à l'étranger, elles ont de plus en plus recours à l'achat pur et simple d'entreprises étrangères. La nécessité de se procurer de façon continue des matières premières est un autre facteur qui incite les Coréens à investir à l'étranger.

Le Canada est bien placé pour répondre à ces deux besoins. Le Canada dispose non seulement d'abondantes ressources naturelles et énergétiques, mais les gouvernements qui se sont succédé ces dernières années ont pris des mesures pour créer un climat commercial qui permette aux étrangers d'effectuer des investissements qui rapportent. Le succès des mesures prises pour maintenir les taux d'inflation à de faibles niveaux, conjugué aux gains réalisés au chapitre de la productivité et des coûts unitaires de la main-d'oeuvre, a permis d'engager l'économie canadienne sur la voie d'une expansion continue. De plus, dans des secteurs « en expansion » comme les télécommunications, la biotechnologie et le génie aérospatial, les entreprises canadiennes sont considérées comme des chefs de file mondiaux. Les possibilités de formation d'alliances stratégiques entre des entreprises canadiennes et des entreprises coréennes offrent aux deux parties des avantages concrets sur le plan économique et technologique.

Afin de tirer parti de cette fièvre d'investissement potentielle - et, dans un certain sens, de reconquérir le terrain perdu depuis 1990 - le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et la Korea Development Bank ont signé, en février 1995, un protocole d'entente sur l'investissement international sous les auspices de l'initiative Partenariat spécial entre les deux pays. Aux termes de ce protocole d'entente, les deux parties s'engagent à échanger de l'information et à identifier les possibilités d'investissement qui pourraient être avantageuses à la fois pour les entreprises canadiennes et les entreprises coréennes.

En 1994, le gouvernement de la Corée a créé un groupe de travail chargé de promouvoir l'investissement étranger direct. Le gouvernement coréen multiplie les efforts pour

*les investissements entre le Canada et la Corée demeurent un important volet de nos relations commerciales*

*Il y a de bonnes possibilités de former des coentreprises pour approvisionner le marché coréen en matériel chirurgical, en matériel de diagnostic et de détection ainsi qu'en produits pharmaceutiques génériques*

inciter les étrangers à investir dans des secteurs précis. Étant donné que le développement de la technologie de pointe est essentielle à son ajustement structurel, la Corée cherche des moyens d'acquérir des technologies que les entreprises coréennes ne sont elles-mêmes pas en mesure de développer. Des zones d'investissement étranger assorties d'aucune restriction sont sur le point d'être créées. Depuis que la Corée a été admise à l'OCDE en 1996, le gouvernement coréen cherche à adapter son climat d'investissement en fonction des critères de cet organisme.

Le Canada multiplie les contacts avec la population coréenne en général, notamment dans les secteurs du tourisme, de l'éducation et de l'immigration. En 1994, le Canada a exempté les ressortissants coréens du visa de séjour. Par la suite, Air Canada a établi un service régulier direct à partir de Toronto et de Vancouver pour la Corée. Grâce à ces mesures, le nombre de visiteurs a rapidement augmenté pour atteindre 112 000 en 1995 et a enregistré à nouveau une hausse importante en 1996. Le nombre d'étudiants coréens qui ont été acceptés dans les établissements d'enseignement au Canada a aussi augmenté rapidement depuis la création d'un Centre d'éducation canadien à Séoul en 1993. Le nombre de demandes de visas d'étudiant a augmenté, passant de 880, en 1993, à 9 000, en 1996. On dénombre actuellement plus de 15 000 étudiants coréens au Canada. Il y a également un plus grand nombre de cadres coréens qui suivent des cours de gestion au Canada.

## **Intérêts et liens sectoriels**

Voici quelques-uns des secteurs prioritaires où il y aurait lieu de promouvoir l'établissement de liens avec des investisseurs au moyen de visites de liaison, de missions et de séminaires.

- **Écotechnologie** - Particulièrement pour le traitement des eaux usées, pour l'élimination des déchets solides, pour la mesure et le contrôle de la pollution de l'air et de l'eau, pour la gestion de la zone côtière et pour le contrôle de la pollution nucléaire.
- **Matériel et services de télécommunications** - Particulièrement les réseaux et services à valeur ajoutée, les communications par satellite, les communications sans fil, la câblodistribution, la programmation et le

matériel de radiodiffusion et la géomatique.

- **Semiconducteurs** - Plusieurs entreprises coréennes sont actuellement pressenties pour qu'elles investissent dans des usines de fabrication de puces mémoire au Canada. Les visites de liaison auprès d'entrepreneurs peuvent créer de réelles possibilités à la fois sur le plan du commerce et des investissements dans ce secteur.
- **Produits médicaux et produits de soins de santé** - Ce secteur continue de se développer rapidement. Il y a de bonnes possibilités de former des coentreprises pour approvisionner le marché coréen en matériel chirurgical, en matériel de diagnostic et de détection ainsi qu'en produits pharmaceutiques génériques. Ce secteur pourrait également attirer les entreprises coréennes qui veulent établir des bases de recherche au Canada parce qu'elles ne parviennent pas à satisfaire à la demande pour de nouvelles technologies et à limiter leurs coûts.
- **Biotechnologie** - Le gouvernement coréen a établi que la biotechnologie est une technologie fondamentale. Il finance la R-D et cherche à acquérir la technologie utilisée à l'étranger. Il existe donc des possibilités pour les entreprises canadiennes de promouvoir leur technologie en Corée et de faire valoir les avantages à investir au Canada.
- **Ressources naturelles** - Les Coréens ont investi dans l'exploitation minière (charbon et zinc), mais il y a beaucoup d'autres points à faire valoir - hormis celui de s'assurer des sources d'approvisionnement - pour les inciter à investir dans le secteur canadien des ressources, dont l'exploitation minière et l'établissement d'usines de transformation pour desservir les marchés de pays tiers.
- **Agroalimentaire** - Les exportations canadiennes se sont considérablement accrues ces dernières années. À mesure que les obstacles à l'accès au marché seront éliminés et que les Coréens se rendront compte que le Canada est un fournisseur de produits alimentaires de qualité, il se nouera le genre de relations étroites nécessaires pour faire des affaires avec les Coréens, et les possibilités d'investissement progresseront au même rythme que les

ventes. Par ailleurs, il y aura également pour les Coréens la possibilité d'investir dans la production alimentaire au Canada (terrains, installations de transformation).

- **Éducation** - À l'heure actuelle, on dénombre plus de 15 000 étudiants coréens au Canada. Ils dépensent en moyenne 30 000 \$ chacun par année au pays, injectant environ 450 millions de dollars canadiens dans notre économie. Outre le fait qu'elle procure des retombées économiques immédiates, cette situation a une importance à long terme pour l'investissement au Canada. Les diplômés d'universités canadiennes, qui dirigent aujourd'hui des entreprises dans leur pays d'origine, maintiennent en général des liens avec le Canada.
- **Tourisme** - Il existe des possibilités d'attirer les Coréens à investir dans les hôtels et les centres de villégiature, particulièrement ceux où l'on peut exercer des activités sportives et des activités de plein air.

## Défis

Nos principaux défis sont les suivants.

- Sensibiliser davantage les investisseurs coréens au haut degré de perfectionnement de l'industrie canadienne, qui se compare avantageusement à celle des États-Unis et de l'Europe.
- Démontrer que le Canada offre un avantage comparatif grâce à une meilleure technologie, à une main-d'oeuvre plus productive, à une infrastructure adéquate et à un climat dans l'ensemble propice à l'investissement.
- Promouvoir le Canada comme un lieu d'investissement compétitif de sorte qu'il suscite l'intérêt constant des gens d'affaires.
- Cerner les possibilités de formation d'alliances, comme des coentreprises et des accords de cession de licence qui peuvent accroître les exportations, l'investissement et la coopération dans les pays tiers.

## Mise en oeuvre

Au fil des années, les Coréens ont surtout investi dans les secteurs des ressources naturelles et de la fabrication. Des échecs qui ont fait les gros titres, comme Hyundai et Sammi, n'ont pas facilité la tâche des Canadiens chargés de promouvoir le Canada comme un lieu d'investissement sûr en Amérique du Nord. C'est pourquoi les composantes clés énumérées ci-après demeureront au coeur du programme de promotion de l'investissement de l'ambassade du Canada.

- Effectuer des visites auprès de responsables de haut niveau et tenir des rencontres (en Corée et au Canada) pour promouvoir les possibilités d'investissement et d'affaires au Canada.
- Promouvoir le Canada comme un lieu d'investissement dans le secteur des semiconducteurs.
- Faire connaître les groupes industriels coréens aux entreprises canadiennes de haute technologie et à celles qui possèdent un savoir-faire dans le développement d'infrastructures (p. ex., transport en commun de grande vitesse, services environnementaux) de manière à guider l'entrée des entreprises canadiennes en expansion sur les marchés en plein essor en Corée et dans le reste de l'Asie.
- Traduire tout le matériel promotionnel en langue coréenne.

# Stratégie de promotion de l'investissement et de la formation d'alliances stratégiques - Taïwan

*Taïwan a accompli le miracle économique d'industrialiser sa société largement agraire en l'espace d'une génération*

## Objectifs

- Promouvoir le Canada comme un endroit sûr où les Taïwanais peuvent investir et comme un site de choix pour développer les intérêts commerciaux de Taïwan, dont celui de pénétrer le marché nord-américain créé par l'ALENA.
- Encourager les entreprises canadiennes de haute technologie à trouver des investisseurs en capital risque et des partenaires pour développer et commercialiser conjointement de la technologie à Taïwan et en Asie du Sud-Est.
- Promouvoir le savoir-faire du Canada dans le développement d'infrastructures, particulièrement dans les secteurs du transport en commun de grande vitesse, de l'aviation et des télécommunications, et faire valoir les projets conjoints qu'il a réalisés dans les pays tiers.
- Promouvoir les services canadiens dans le domaine de l'enseignement et de la formation en entreprise.

## Contexte

L'économie taïwanaise continue de croître rapidement grâce à la diversification, au développement technologique et aux investissements stratégiques à l'étranger. En raison de ses importantes réserves de devises étrangères (92 milliards de dollars américains à la fin de 1995), Taïwan constitue encore une importante source de capital risque pour les entreprises de haute technologie et d'exploitation de ressources naturelles, de même qu'une source d'entrepreneurs prêts à immigrer.

Taïwan a aujourd'hui trois défis à relever : gérer ses relations complexes avec la nouvelle

superpuissance que représente la Chine continentale; consolider ses réformes et ses pratiques démocratiques et transformer son fructueux complexe manufacturier orienté vers les exportations en une économie post-industrielle de haute technologie à valeur ajoutée.

Taïwan a accompli le miracle économique d'industrialiser sa société largement agraire en l'espace d'une génération. On y dénombre 21,3 millions d'habitants dont le revenu annuel par tête est de 14 000 dollars américains. La croissance économique a ralenti pour s'établir aux alentours de 6,6 % pour 1997 et, conjuguée à des prix plus élevés pour les terrains et la main-d'oeuvre, a amené les fabricants taïwanais à investir dans des villes de l'Asie du Sud-Est et du continent chinois où les coûts de main-d'oeuvre sont faibles. On investit davantage en Asie du Sud-Est que sur le continent chinois, mais Taïwan est de loin le deuxième investisseur en importance en Chine; et la valeur du commerce bilatéral a atteint 24 milliards de dollars en 1995.

Bien que le Canada ait observé, depuis 1970, la politique d'une seule Chine et qu'il n'entretienne aucune relation diplomatique avec Taïwan, il a cependant de nombreux contacts économiques et commerciaux avec cette économie ainsi qu'avec la population en général. Pour accroître les liens avec Taïwan sur le plan du commerce, de l'investissement et du tourisme, la Chambre de commerce du Canada a mis sur pied le Bureau du commerce canadien à Tai-pei (BCCT) en 1986. Bien que les échanges entre le Canada et Taïwan aient augmenté de façon soutenue, atteignant près de 5 milliards de dollars en 1995 et faisant de Taïwan le huitième partenaire commercial en importance du Canada, Taïwan a un surplus d'environ 600 millions de dollars et élève toujours un certain nombre d'obstacles relativement à nos exportations, particulièrement en ce qui a trait aux aliments, aux poissons ainsi qu'aux services financiers et juridiques.

Les liens qu'entretient le Canada avec la population taïwanaise en général s'intensifient, avec une progression importante dans les secteurs du tourisme, de l'éducation et de l'immigration. Le nombre de visas de séjour accordés aux Taïwanais a augmenté de 55 % en 1994 et de 67 % en 1995 pour s'établir à 100 000, et avait déjà atteint 100 000 en septembre 1996. Les touristes taïwanais ont injecté plus de 130 millions de dollars canadiens dans l'économie canadienne en 1995 et ont dépensé en moyenne plus d'argent par séjour que les touristes en provenance de tout autre pays sauf



le Japon. Plus de 25 000 Taïwanais ont immigré au Canada ces trois dernières années, investissant dans des entreprises et établissant une présence importante dans plusieurs villes canadiennes.

## Liens avec les étudiants

Plus de 20 000 Taïwanais étudient à l'étranger tous les ans. En 1995, plus de 2 700 Taïwanais ont été autorisés à étudier au Canada, une hausse de 37 % par rapport à 1994. On dénombre actuellement plus de 6 000 étudiants taïwanais au Canada. Ils dépensent en moyenne chacun 30 000 \$ par année au Canada, injectant ainsi environ 180 millions de dollars dans l'économie canadienne. Outre le fait qu'elle procure des retombées économiques immédiates, cette situation a aussi une importance à long terme pour l'investissement au Canada. Il y a de fortes chances qu'un étudiant qui retourne à Taïwan après avoir vécu une expérience enrichissante dans une école ou une université canadienne entretienne tout au long de sa vie des liens avec son pays d'accueil, dont de solides relations d'affaires à plus long terme. La propension actuelle de Taïwan à investir aux États-Unis est influencée par le fait qu'un grand nombre de gestionnaires ont fait leurs études universitaires dans ce pays.

## Intérêts et liens sectoriels

Voici quelques-uns des secteurs prioritaires où il y aurait lieu de promouvoir l'établissement de liens avec les investisseurs au moyen de visites de liaison, de missions et de séminaires.

- **Technologies de l'information** - Les possibilités se diviseraient entre, d'une part, le matériel de télécommunications, en l'occurrence les téléphones cellulaires, l'équipement de commutation, les fibres optiques, les communications par satellite et, d'autre part, les produits informatiques (matériel et logiciels). Taïwan est particulièrement intéressée à développer des produits informatiques conjointement avec le Canada.
- **Semiconducteurs** - Plusieurs entreprises taïwanaises très compétentes sont actuellement pressenties pour qu'elles implantent une usine de fabrication de puces au Canada.

- **Aliments transformés** - Il existe des possibilités non seulement d'accroître les exportations d'aliments vers le marché de détail taïwanais, qui est évalué à 20 milliards de dollars, mais aussi d'attirer l'investissement taïwanais au Canada pour desservir le marché taïwanais et d'autres marchés d'exportation de Taïwan, comme le Japon, où les Taïwanais détiennent déjà une part importante de marché avec des produits tels que le porc.
- **Écotecnologie** - Les technologies utilisées pour le traitement des eaux usées, pour l'élimination des déchets solides municipaux ainsi que pour la mesure et le contrôle de la pollution de l'air et de l'eau et qui sont nécessaires à la mise en oeuvre du Plan de développement de l'infrastructure nationale de Taïwan.
- **Technologies des transports** - Les technologies nécessaires aux travaux d'agrandissement du réseau d'aéroports, de chemins de fer, d'autoroutes et de transport commun qui sont prévus dans le cadre des projets taïwanais de travaux de génie civil, évalués à 200 milliards de dollars américains, qui s'étaleront sur les six prochaines années.
- **Produits et services de construction** - En l'occurrence, les maisons préfabriquées et composants de construction.
- **Éducation** - À l'heure actuelle, on dénombre plus de 6 000 étudiants taïwanais au Canada. Ils dépensent en moyenne 30 000 \$ chacun par année au pays, injectant ainsi environ 180 millions de dollars dans l'économie canadienne. Outre le fait qu'elle procure de retombées économiques immédiates au Canada, cette situation a aussi une importance à long terme pour l'investissement au pays. Les diplômés d'universités canadiennes, qui dirigent aujourd'hui des entreprises dans leur pays d'origine, maintiennent en général des liens d'affaires avec le Canada.
- **Tourisme** - Les autorités canadiennes ont délivré plus de 135 000 visas de séjour à des Taïwanais en 1996. Les touristes taïwanais ont dépensé environ 150 millions de dollars canadiens au pays, d'où l'intérêt pour les Taïwanais d'investir dans les hôtels et les centres de villégiature.

*Taïwan est particulièrement intéressée à développer des produits informatiques conjointement avec le Canada*

- **Immigration** - Quelque 15 500 Taïwanais ont immigré au Canada en 1996, et Taïwan a supplanté Hong Kong comme première source de gens d'affaires immigrant au Canada. Les Taïwanais comptent parmi les immigrants les plus riches du Canada, investissant souvent des sommes importantes au Canada pour le démarrage d'entreprises.

## Défis

Le Programme d'immigration des gens d'affaires a contribué à faire connaître le Canada aux investisseurs taïwanais. Actuellement, on met surtout l'accent sur l'aménagement immobilier et les services financiers, deux secteurs que nous cherchons à diversifier. Voici donc les objectifs visés à cette fin.

- Promouvoir le Canada auprès d'investisseurs taïwanais de capital risque comme un lieu d'investissement dans le domaine de la haute technologie et faire valoir que les entreprises canadiennes sont disposées à développer de la technologie conjointement avec des partenaires ainsi qu'à conclure des alliances stratégiques et des accords de transfert de technologies.
- Promouvoir le Canada comme un lieu sûr où les Taïwanais peuvent investir et comme un site de choix pour développer les intérêts commerciaux de Taïwan, dont celui de pénétrer le marché nord-américain créé par l'ALENA.
- Cerner les possibilités de formation d'alliances commerciales, comme des coentreprises et des accords de cession de licence, qui peuvent accroître les exportations canadiennes non seulement vers Taïwan, mais aussi vers l'Asie du Sud-Est, particulièrement la Malaisie, l'Indonésie, le Vietnam et la Thaïlande, où les entreprises taïwanaises investissent largement.

## Mise en oeuvre

Le BCCT poursuivra le programme de promotion de l'investissement et de la création de partenariats en y incorporant les éléments suivants.

- Présenter des investisseurs en capital risque à des entreprises canadiennes de haute technologie et d'investissement en capital risque afin de développer des entreprises canadiennes et de guider leur entrée sur les marchés taïwanais en expansion et, avec des partenaires taïwanais, sur les marchés du reste de l'Asie.
- Effectuer des visites privées auprès de responsables importants pour promouvoir les projets et les possibilités d'investissement au Canada.
- Promouvoir le Canada comme un lieu d'investissement dans le secteur des semiconducteurs.
- Promouvoir le Canada comme un centre d'activités de fabrication et de recherche en Amérique du Nord.
- Influencer le mode de pensée des entrepreneurs à l'égard de l'investissement direct en les amenant à voir le Canada comme un lieu sûr et avantageux pour l'expansion de leurs entreprises.
- Traduire tout le matériel promotionnel en langue chinoise et adopter un programme concret de relations publiques pour accroître l'image de marque du Canada sur ce marché.

**Stratégie de  
promotion de  
l'investissement  
et de la formation  
d'alliances  
stratégiques -  
Australie et  
Nouvelle-Zélande**

## Objectifs

- Retenir et accroître l'investissement australien et néo-zélandais au Canada.

- Promouvoir et faciliter la formation d'alliances stratégiques entre des entreprises du Canada et des entreprises de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande.
- Promouvoir le Canada comme un lieu sûr et avantageux où les Australiens et les Néo-Zélandais peuvent investir et par lequel ils peuvent pénétrer le marché nord-américain créé par l'ALENA.
- Encourager à la fois les entreprises du Canada et celles de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande à coopérer dans les pays tiers, particulièrement en Asie, mais aussi sur les continents américains.

## Contexte

Souvent, on néglige de reconnaître ou on sous-estime l'importance de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande comme sources d'investissement étranger direct et comme pays où investir. Malgré la distance physique qui les sépare du Canada, les deux pays offrent de nombreuses possibilités aux entreprises canadiennes, surtout les petites et moyennes entreprises (PME), qui cherchent à accroître leurs exportations vers la région de l'Asie-Pacifique et vers d'autres pays. Étant donné la stabilité politique, économique et sociale dont ils bénéficient et le fait qu'ils possèdent une langue en commun ainsi qu'une culture, un système juridique, une réglementation et des pratiques commerciales similaires - sans oublier les rapports d'amitié et d'entraide qui les unissent depuis longtemps - l'Australie et la Nouvelle-Zélande sont des pays sûrs et avantageux pour les entreprises canadiennes.

Dotée d'abondantes ressources naturelles et d'une population très instruite et située stratégiquement dans la région de l'Asie-Pacifique qui connaît une expansion rapide, l'Australie accueille la plupart des formes d'investissement étranger et est particulièrement ouverte à l'investissement dans des industries d'exportation et génératrices d'emplois. Bien qu'il y ait des plafonds dans des secteurs névralgiques comme la radiodiffusion et la presse écrite, les obstacles à l'investissement sont en général peu nombreux, transparents et imposés avec impartialité. Une conjoncture économique favorable et une série de réformes économiques, en l'occurrence la déréglementation, la privatisation et la restructuration des relations industrielles destinées à accroître la compétitivité de

l'Australie, offrent des incitatifs additionnels à l'investissement étranger.

Selon Statistique Canada, l'investissement direct canadien en Australie à la fin de 1996 a dépassé les 3,3 milliards de dollars, reflétant une tendance en hausse observée ces dix dernières années et faisant de l'Australie le deuxième pays en importance, après le Japon, où le Canada investit dans la région. À titre de comparaison, l'investissement cumulé direct australien au Canada totalisait 349 millions de dollars à la fin de 1996, ce qui représente le niveau le plus faible depuis 1989, où il a atteint un record de 834 millions de dollars. Selon les données du Australian Bureau of Statistics, cependant, l'investissement augmente dans les deux directions. En effet, l'investissement australien au Canada se situe près de 2 milliards de dollars tandis que l'investissement canadien en Australie se situe près de 5 milliards de dollars. Près de la moitié de l'investissement australien au Canada est concentrée dans les métaux et les mines, 22 % le sont dans les aliments et les boissons, et 18 % dans les transports et les communications. L'expérience démontre qu'il est peu probable que de nouveaux grands projets soient entrepris en dehors des secteurs des minéraux et des ressources. On préconisera probablement plutôt, dans ces autres secteurs, des projets de moindre importance ou des achats.

L'investissement australien direct est plutôt axé sur l'acquisition de parts de marché et, dans une moins grande mesure, sur l'acquisition de technologies. Les entreprises australiennes cherchent à investir dans des secteurs précis. Par ailleurs, près de 50 % de l'investissement direct canadien a été effectué dans le secteur des minéraux et de l'énergie, 20 % dans la fabrication et 11 % dans l'agriculture et l'exploitation forestière. Un nombre croissant d'entreprises canadiennes oeuvrant dans une variété de secteurs ont également choisi l'Australie comme le site de leurs activités régionales. Plusieurs de ces entreprises sont des PME et suivent les traces de premiers investisseurs plus importants comme Nortel, la Banque TD et McCain Foods.

Bien que la Nouvelle-Zélande soit un marché beaucoup plus petit et qu'elle ne possède pas autant de ressources naturelles que l'Australie, bon nombre d'entreprises canadiennes ont constaté qu'elle représentait un marché rentable pour leurs produits et services ainsi que pour l'investissement. Le milieu des affaires accorde son plein appui aux investisseurs étrangers, et le gouvernement actuel a pour politique d'accueillir et d'encourager l'investissement étranger sans appliquer de

***L'investissement  
australien au  
Canada se situe  
près de 2 milliards***

***L'investissement néo-zélandais au Canada est important, compte tenu de la population relativement faible de la Nouvelle-Zélande***

mesures discriminatoires. Il est nécessaire de faire approuver tous les investissements d'une valeur supérieure à 10 millions de dollars de la Nouvelle-Zélande ou les investissements de n'importe quelle valeur dans les terres rurales et la pêche commerciale. Il y a cependant lieu de noter que presque toutes les demandes sont approuvées. De plus, les entreprises étrangères peuvent participer aux programmes de recherche et de développement financés ou subventionnés par l'État selon les dispositions relatives au traitement national.

L'investissement néo-zélandais au Canada est important, compte tenu de la population relativement faible de la Nouvelle-Zélande et de la vive concurrence exercée par les États-Unis en tant que lieu d'investissement. Une entreprise de la Nouvelle-Zélande est à l'origine de la plus grande part d'un investissement de 2 à 3 milliards de dollars dans l'industrie des pâtes et papiers de la Colombie-Britannique et a investi 500 000 \$ dans la production de pétrole et de gaz naturel en Alberta et en Saskatchewan. L'investissement canadien en Nouvelle-Zélande a sensiblement augmenté ces dernières années et, selon les estimations, il se chiffrerait à environ 1 milliard de dollars. Nous effectuons des investissements dans des secteurs aussi différents que les technologies de l'information, l'énergie, la radiodiffusion, la transformation des aliments et la distillation.

La formation d'alliances commerciales, comme des coentreprises, est un élément qui fait de plus en plus souvent partie intégrante des relations commerciales du Canada avec l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Dans certains cas, les entreprises canadiennes cherchent à obtenir de l'aide pour avoir accès aux marchés d'autres pays d'Asie-Pacifique. Par ailleurs, il existe des possibilités de travailler avec des entreprises de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande qui sont à la recherche de partenaires canadiens pour pénétrer les marchés des continents américains. Les ententes de coopération économique signées avec les deux pays offrent des possibilités de stimuler la formation d'alliances commerciales avec, notamment, des PME.

## **Intérêts et liens sectoriels**

Il y a de bonnes possibilités de partenariat dans les secteurs suivants : informatique, télécommunications, exploitation minière et services miniers, pétrole et gaz naturel, biotechnologie, technologies pour la prestation

de soins de santé, produits et services environnementaux et enseignement à distance.

## **Défis**

Voici les principaux défis à relever pour développer des liens d'investissement avec l'Australie et la Nouvelle-Zélande.

- Convaincre les entreprises de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande qu'il est avantageux d'investir au Canada, en tenant compte que le contexte économique de l'Asie, et, dans une moins grande mesure, celui de l'Amérique latine, sont de plus en plus intéressants pour les investisseurs potentiels de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande.
- Cerner les possibilités de formation d'alliances commerciales, comme des coentreprises, des accords de cession de licence, qui peuvent accroître les exportations et l'investissement.
- Promouvoir le Canada comme un centre d'activités régionales en Amérique du Nord qui offre des avantages comparables à ceux que procurent les États-Unis.
- Influencer la façon dont les hauts dirigeants d'entreprises en Australie et en Nouvelle-Zélande perçoivent, en général, le climat commercial canadien et, en particulier, les politiques et les programmes de l'État en matière de commerce et d'économie.

## **Mise en oeuvre**

Les programmes de promotion de l'investissement et de la création de partenariats en Australie et en Nouvelle-Zélande devraient être élargis de manière à inclure les trois principaux éléments suivants.

- Effectuer des visites de liaison ou des activités de promotion et rester en contact avec des spécialistes de l'investissement, fonctions dans l'exercice desquelles les chefs de mission, mais aussi les autres membres du personnel de la mission, devraient tirer parti de leur réseau de personnes-ressources et de leur influence.
- Concentrer les efforts sur la création de liens avec des investisseurs et sur la prestation de services dans chacune des missions, notamment en choisissant

l'investissement comme thème d'activités telles que des séminaires de gens d'affaires ou des grandes foires commerciales et technologiques et, entre autres, en repérant et en se tenant au fait des entreprises qui développent des produits et des technologies, particulièrement par le biais de programmes financés par l'État.

- Cerner les occasions où des dirigeants d'entreprises ou des spécialistes de secteurs d'activités du Canada pourraient être invités à prendre la parole, par exemple dans le cadre de conférences organisées par l'industrie.

## Stratégie de promotion de l'investissement et de la formation d'alliances stratégiques - Malaisie

### Objectifs

- Encourager les entreprises canadiennes à se procurer des capitaux propres et à trouver des partenaires pour le développement de technologies auprès d'entreprises compétentes de la Malaisie.
- Promouvoir le Canada comme un endroit sûr et avantageux où les Malaisiens peuvent investir et par lequel ils peuvent pénétrer les marchés américain et mexicain créés par l'ALENA.
- Promouvoir le savoir-faire du Canada dans le développement d'infrastructures destinées à être utilisées en Malaisie et, au moyen de partenariats avec des entreprises malaisiennes, dans des pays tiers, particulièrement dans les secteurs du transport en commun de grande vitesse, de l'aérospatiale, des télécommunications et du tourisme.

- Promouvoir les services canadiens dans le domaine de l'enseignement et de la formation en entreprise.
- Faire valoir aux entreprises canadiennes que la Malaisie est le pivot de la formation d'alliances avec les pays de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE), la Chine, l'Amérique du Sud, l'Afrique du Sud et d'autres pays africains et certains pays musulmans.

### Contexte

La Malaisie est un pays en marche, malgré les révers qu'elle a éprouvés récemment, tels que la dépréciation de 16 % du ringgit par rapport au dollar américain entre juin et septembre 1997 et l'enregistrement, en septembre 1997, du plus bas niveau en cinq ans de l'indice composé de la bourse de Kuala Lumpur. Les analystes économiques et financiers en Malaisie s'inquiètent de l'effet de la dépréciation de la monnaie sur les taux d'intérêt et sur l'important déficit courant du pays, étant donné que plus de 75 % de la dette extérieure de la Malaisie est libellée en yen et que le gros des importations de biens d'équipement provient du Japon. L'économie malaisienne demeure en général saine et elle continue de prendre de l'expansion. D'un point de vue canadien, les conséquences risquent peu d'être importantes, puisque bon nombre de nos exportations sont destinées aux secteurs en croissance de la Malaisie. Cependant, si le ringgit ne s'apprécie pas, les autorités malaisiennes pourraient imposer des restrictions à l'importation.

Comparativement aux pays en développement des autres régions du monde, la Malaisie et les autres économies d'Asie du Sud-Est jouissent de facteurs macroéconomiques relativement solides, par exemple, une inflation faible, des taux d'épargne élevés, une population qui valorise les études et un climat politique relativement stable. Toutefois, on peut s'attendre à court terme à ce que le taux de croissance annuelle, qui, ces dernières années, était exceptionnellement élevé, diminue progressivement et s'établisse à un niveau plus « mûr » se situant entre 4 et 5 %. La Malaisie peut encore réaliser les objectifs de son programme « Vision 2020 » avant la date butoir et rejoindre d'ici peu les rangs des pays industrialisés. Le moment est venu pour le Canada de profiter dès aujourd'hui des occasions qui se présentent. Le Canada ne devrait pas attendre que ses compétiteurs s'assurent les meilleures parts de marché avant de prendre des mesures qui ne donneront que

**Le gouvernement de la Malaisie encourage dorénavant les entreprises à considérer l'Amérique du Nord comme un lieu d'investissement pour les secteurs à dimension mondiale, comme les technologies de l'information, la biotechnologie, les pâtes et papiers, l'aérospatiale et l'exploitation minière**

des résultats insignifiants, comme ce fut le cas en Thaïlande il y a quinze ans.

Ces neuf dernières années, le PIB de la Malaisie a enregistré une croissance continue de 8 % par année. Hormis la croissance du PIB, les autres signes vitaux sont bons; l'inflation est faible, le plein emploi est virtuel et le climat politique est le plus stable de l'Asie. Les deux derniers plans quinquennaux ont pratiquement fait passer la Malaisie d'une économie fondée sur les ressources à une économie basée sur la fabrication. Les statistiques de 1996 indiquent que le secteur de la fabrication était à l'origine de plus de 35 % du PIB en comparaison de 19 % il y a dix ans, et que le secteur des services progresse lui aussi à pas de géant.

Le septième plan quinquennal (1996-2000) vise essentiellement l'augmentation de la croissance et de la productivité totale des facteurs, et il insiste tout particulièrement sur la modernisation des technologies dans le secteur privé. Le plan directeur pour l'industrie, qui le complète et couvre la même période, préconise une approche élargie à l'égard du secteur de la fabrication qui ne porte pas uniquement sur ce secteur, mais également sur la recherche et le développement de produits, effectués en amont, et la mise en marché et le service après-vente, effectués en aval.

Bien que certains puissent être reportés en raison de l'actuel ralentissement de l'activité économique, il y a un nombre impressionnant de projets d'infrastructure novateurs et de nouvelles municipalités consacrées aux industries de haute technologie. Le Multimedia Super Corridor (MSC - le super couloir du multimédia) retient l'attention de tous les pays. Une fois que le MSC sera complètement en place, la Malaisie aura concrétisé son projet de créer une Silicon Valley nationale et de se mettre à l'avant-garde du développement des technologies de l'information en Asie, sinon du monde, et aura recentré l'économie sur les objectifs du programme « Vision 2020 ». Comme la Malaisie a maintes fois affirmé que le Canada est le point de référence sur lequel sont fondés ses travaux de développement de technologies, notamment de l'information, il y a de grandes possibilités qui s'offrent aux entreprises canadiennes dans ce secteur.

La nouvelle politique économique (NPE) des années 70 et la nouvelle politique de développement (NPD) des années 80 ont permis de rééquilibrer la répartition de la richesse entre les Malais et les non-Malais. En conséquence, il y a un groupe d'entrepreneurs malais riches et influents pour faire bouger les choses en Malaisie et qui veulent non

seulement diversifier leurs activités à l'étranger, mais qui sont contraints de le faire. Les entrepreneurs chinois qui, ensemble, possédaient autrefois plus de 70 % de l'économie (en comparaison de 42 % aujourd'hui), ont instauré ces cinq dernières années un impressionnant réseau d'investissement en Chine. De plus, la Malaisie est devenue un important investisseur aux Philippines, au Vietnam, en Birmanie, au Cambodge et au Laos.

Les groupes de gens d'affaires tant malais que chinois ont accompagné le Premier ministre dans le cadre de ses visites diplomatiques et politiques en Amérique du Sud, en Afrique du Sud et dans d'autres pays de l'Afrique subsaharienne, ainsi que dans des pays musulmans du Moyen-Orient et de la Communauté des États indépendants. De nombreux protocoles d'entente ont été signés, certains projets sont en place et d'autres, qui sont en suspens, quoique dûment financés, présentent des possibilités pour les Canadiens possédant les compétences nécessaires.

Le gouvernement de la Malaisie encourage dorénavant les entreprises à considérer l'Amérique du Nord comme un lieu d'investissement pour les secteurs à dimension mondiale, comme les technologies de l'information, la biotechnologie, les pâtes et papiers, l'aérospatiale et l'exploitation minière. En fait, le groupe Berjaya a effectué un investissement important dans une usine de pâte de l'Alberta, et la Malaysian Mining Corporation a investi une somme considérable dans l'exploitation minière (étain) au Nouveau-Brunswick. Un certain nombre de sociétés bien connues étudient discrètement le secteur canadien des technologies de l'information. Il y a en plus les beaux projets d'aménagement immobilier à Toronto et à Vancouver lancés par les MUI Group, TA Properties, United Malayan Land Sdn Berhad et Shangri-la Group. La Malaisie a manifestement plus de capitaux que ce pays peut, à lui seul, absorber étant donné sa taille et sa population.

## **Intérêts et liens sectoriels**

Voici quelques-uns des secteurs prioritaires où il y aurait lieu de promouvoir l'investissement et la formation d'alliances stratégiques.

- **Écotecnologie** - Particulièrement pour le traitement des eaux usées et l'épuration de l'eau, pour l'élimination des déchets dangereux et des déchets solides de même



que pour la mesure et le contrôle de la pollution de l'air et de l'eau. Le Canada est réputé pour ses compétences relatives au système de gestion de l'environnement (SGE) et à la vérification de conformité.

- **Technologies de l'information et télécommunications** - Particulièrement les produits et systèmes qui interviennent dans le développement du Multimedia Super Corridor (MSC - supercouloir du multimédia), dont les sept principaux projets que sont les écoles intelligentes, les cartes à mémoire, la télémédecine, l'informatisation des services publics, les pôles de R-D, le World-Wide Web du secteur de la fabrication et le centre unique de mise en marché. Les systèmes de communication sans fil, le matériel de communications mobiles personnelles, les composantes de réseaux à fibres optiques, les techniques de traitement numérique des signaux, les commutateurs de transfert asynchrone, les logiciels, les dossiers médicaux électroniques, le système d'information sur les soins de santé, le télé-apprentissage et l'EED sont des exemples de produits et services.
- **Agroalimentaire** - Le niveau de vie augmente à vive allure et les goûts de la classe moyenne s'occidentalisent rapidement. Il y a des possibilités d'attirer l'investissement dans les secteurs suivants : transformation des aliments, aliments à forte valeur ajoutée, alimentation animale, huile de canola, élevage de bovins de boucherie et de bovins laitiers et élevage de poulets et de dindes.
- **Aérospatiale** - Un nouveau conseil chargé de coordonner le développement de l'industrie aérospatiale de la Malaisie sera créé sous peu. Sous la présidence directe du Premier ministre, le conseil restructurera et bâtira l'industrie aérospatiale de la Malaisie et aura pour tâche de négocier des accords de contrepartie industrielle, tant civils que militaires, à l'égard de la gamme complète des composants tant dans le domaine de l'avionique que spatial. La Malaisie préside avec brio, depuis maintenant six ans, la foire semestrielle LIMA (ou Foire internationale du matériel naval et aérospatial de Langkawi), qui est devenue l'un des principaux rendez-vous de l'industrie aérospatiale en Asie.
- **Espace et géomatique** - Bien qu'elle ne participe pas encore au programme de la

NASA, la Malaisie a récemment procédé au lancement de deux satellites.

Conjointement avec son programme aérospatial, il est prévu que la technologie spatiale sera l'un des moteurs du secteur de la haute technologie. La Malaisie procède actuellement à l'établissement d'un vaste programme de géomatique pour déterminer l'utilisation de ses terres, pour contrôler la pollution et pour surveiller ses côtes. Le savoir-faire du Canada dans ce domaine bénéficie d'une grande considération et répond à des besoins.

- **Matériel et services d'exploitation du pétrole et du gaz naturel** - Le secteur malaisien des hydrocarbures est celui qui rapporte le plus et la participation du Canada à des coentreprises a porté fruit. Hormis l'exploration, il y a des possibilités pour les entreprises canadiennes d'établir des alliances stratégiques avec des sociétés malaisiennes dans des secteurs en aval comme celui des produits chimiques et celui des produits pharmaceutiques. Le secteur des produits pharmaceutiques est visé par le Plan directeur pour l'industrie qui préconise une approche élargie à l'égard du secteur de la fabrication.
- **Produits de défense** - Il y a des possibilités d'investissement au chapitre du nouveau matériel de pointe et des produits de sécurité destinés à des applications tant militaires que civiles. Le gouvernement de la Malaisie encourage les fabricants étrangers à établir des coentreprises pour la fabrication de produits de défense de haute technologie. Un futur protocole d'entente sur l'industrie permettra au Canada de mieux se positionner dans ce secteur, qui bénéficie d'un important budget.
- **Biotechnologie et sciences de la santé** - Il s'agit de deux autres secteurs visés par le Plan directeur pour l'industrie qui préconise une approche élargie à l'égard du secteur de la fabrication. Les consortiums et les parcs technologiques canadiens bénéficient d'une grande considération de la part des Malaisiens qui s'en servent comme modèles pour le développement de leurs activités de biotechnologie dans les secteurs agricole et pharmaceutique. Des alliances stratégiques entre des partenaires canadiens et malaisiens permettront aux premiers de se constituer une base en Asie et aux seconds, d'accéder à une technologie de pointe.

- **Éducation et formation en entreprise** - Le Canada est renommé pour son système d'éducation de qualité et abordable, qui se compare avantageusement avec celui du Royaume-Uni, des États-Unis, de l'Australie, de la Nouvelle-Zélande, de l'Allemagne et de la France. Étant donné la priorité que la Malaisie accorde au multimédia ainsi qu'aux sciences et à l'ingénierie informatiques, le Canada s'attire l'estime de ce pays pour son champ de connaissances dans ces domaines. Il existe déjà des possibilités de coopération à la fois avec les universités et les collèges communautaires ainsi que sur le plan de la formation en entreprise.

## Défis

Voici les principaux défis à relever pour intensifier les liens en matière d'investissement et d'alliances stratégiques avec la Malaisie.

- Sensibiliser davantage les investisseurs malaisiens au haut degré de perfectionnement et à la compétitivité des industries canadiennes.
- Encourager les entreprises canadiennes à se procurer du capital risque et à trouver des partenaires stratégiques auprès d'entreprises malaisiennes à forte composante technologique.
- Cerner les possibilités de formation d'alliances avec des entreprises, comme des projets de coentreprise qui peuvent accroître les exportations canadiennes non seulement vers la Malaisie, mais aussi vers l'Asie du Sud-Est, la Chine, l'Afrique, l'Amérique du Sud et d'importants pays musulmans.
- Promouvoir le Canada comme une porte d'entrée au marché nord-américain créé par l'ALENA pour les entreprises malaisiennes qui veulent y fonder des établissements de fabrication et de recherche et y vendre des produits.
- Susciter davantage l'intérêt des Malaisiens à l'égard du Canada en mettant l'accent sur le caractère tolérant et multiculturel de la société canadienne et en faisant valoir que le Canada est un pays où l'on se sent en sécurité et qui dispose d'un bon niveau de vie et d'un excellent système d'éducation.

## Mise en oeuvre

Un programme de promotion de l'investissement et de la création de partenariats en Malaisie devrait être établi et comprendre les principaux éléments suivants.

- Effectuer des visites auprès d'entrepreneurs malaisiens importants en tirant parti du bon réseau de contacts et de l'influence du haut-commissaire du Canada, et accueillir les missions en provenance du Canada.
- Concentrer les efforts sur l'établissement de liens avec des investisseurs et sur la prestation de services, notamment en choisissant l'investissement comme thème d'activités telles que des séminaires de gens d'affaires ou des grandes foires commerciales et technologiques.
- Présenter des sociétés malaisiennes d'investissement en capital risque et des banques malaisiennes à des entreprises canadiennes de haute technologie et de capital risque pour réunir des capitaux d'expansion et pour pénétrer le marché de la Malaisie.
- Encourager des journalistes économiques et financiers de la Malaisie à se rendre au Canada, soit à titre personnel ou dans le cadre d'initiatives d'investissement ou de missions commerciales.
- Diffuser des informations sur les investissements au Canada et des articles spéciaux sur des exemples de réussite en utilisant un certain nombre de nouveaux sites Web.

# Profils de trois économies de l'ANASE

## Stratégie de La crise économique en Asie de Sud-Est

*La décision des autorités thaïlandaises de laisser flotter le baht devant la persistance des pressions à la vente exercées sur la monnaie a entraîné une baisse de 30 % de la valeur du baht par rapport au dollar américain entre juin et septembre 1997. Cette baisse a déclenché un réalignement régional, qui s'est traduit par une dépréciation importante des devises des pays voisins, soit les Philippines, la Malaisie, l'Indonésie et Singapour. Les gouvernements et les banques centrales de chacun de ces pays se sont empressés de prendre des mesures pour tenter d'amoindrir l'impact économique de la dépréciation des monnaies, et les ministres des Finances des pays de l'ANASE ont accepté d'adopter une position commune en matière de spéculation. Selon les prévisions des analystes du marché, les monnaies du Sud-Est asiatique ne se stabiliseront que lorsque les marchés régionaux auront « assimilé » les changements d'orientation des divers gouvernements et réévalué les perspectives économiques de cette région.*

Comme la région connaît son premier ralentissement après plus de dix ans d'expansion économique sans précédent, il y a beaucoup à assimiler. Cependant, rien à ce stade ne permet d'affirmer que ce ralentissement aura les proportions de la crise qui a frappé le Mexique en 1994-1995. Le mouvement de croissance dans la région et à l'échelle internationale est encore fort, l'inflation est contenue et les gouvernements nationaux de la région sont, en général, en bonne situation financière. La principale préoccupation demeure l'ampleur des déficits courants qu'affichent bon nombre de ces économies et qui les rend vulnérables en cas

d'affaiblissement de leurs exportations.

Les difficultés économiques que connaît actuellement la région ont mis au jour des lacunes structurelles qui ouvriront la voie à des changements en profondeur. Parmi ces nouvelles mesures, signalons l'accélération de la privatisation, la mise en oeuvre d'une réforme financière axée sur la transparence, une restructuration industrielle nécessaire et un recentrage des priorités sur les facteurs clés de la compétitivité, notamment l'éducation et les dépenses d'infrastructure. Une fois ces changements apportés, les économies de l'Asie du Sud-Est seront plus solides. Les répercussions économiques directes sur le Canada ne devraient pas être très importantes. Il se pourrait que les exportations canadiennes à destination de la région ralentissent et que la participation canadienne à des projets d'infrastructure soient retardée.

## Indonésie

Avec une population de 190 millions d'habitants, l'Indonésie est le quatrième pays en importance au monde. Ces 25 dernières années, son taux de croissance économique s'est situé en moyenne à 7,5 % par année, puis, en 1996, l'économie a progressé de 8,1 %. Il est peu probable que l'Indonésie maintienne à court terme ce taux de croissance, étant donné la dépréciation récente de la monnaie. Après avoir vainement tenté de contenir la dépréciation de la monnaie en élargissant sa tranche d'intervention, le 18 août 1997, les autorités indonésiennes ont décidé de laisser flotter la rupiah, qui a diminué de 10 % (elle s'est dépréciée de 16 % par rapport au dollar américain depuis le début de juillet). Le 3 septembre, sur le conseil de la Banque mondiale, le gouvernement indonésien a annoncé l'adoption d'un train de mesures de déréglementation et de mesures fiscales qui devraient favoriser la stabilisation de la monnaie.

L'Indonésie est un important partenaire commercial du Canada dans la région en plein essor de l'Asie-Pacifique. La présence de longue date des Canadiens dans la région à titre d'investisseurs, de fournisseurs et de partenaires se conjugue aux mesures annuelles de libéralisation des échanges et de l'investissement pour fournir une base solide à l'accroissement des possibilités et des activités commerciales. Bien qu'il constitue un marché très compétitif, entretenant depuis longtemps de solides liens avec des partenaires européens, japonais, américains, coréens et, de plus en

plus, australiens, le Canada montre qu'il a toutes les capacités d'élargir et d'intensifier ses relations économiques avec le gouvernement de l'Indonésie et des clients du secteur privé indonésien.

L'Indonésie recherche activement des investissements étrangers. Dans son sixième plan quinquennal annoncé en 1994, le gouvernement indonésien a indiqué que des investissements de 53 milliards de dollars américains seraient nécessaires afin de développer l'infrastructure requise pour maintenir les taux élevés de croissance économique pendant les cinq années à venir. Selon les prévisions du gouvernement, la moitié de cette somme proviendrait du secteur privé, y compris d'investisseurs étrangers.

Selon les estimations, l'investissement direct canadien en Indonésie totaliserait 6,4 milliards de dollars, faisant de ce pays le principal lieu d'investissement direct du Canada en Asie du Sud-Est. L'investissement canadien devrait atteindre 8 milliards de dollars dans les deux à trois prochaines années, compte tenu des investissements prévus dans les secteurs du gaz naturel, des mines, de la fabrication, de l'énergie et de l'environnement.

Les Indonésiens investissent très peu au Canada.

## Thaïlande

La croissance économique rapide a entraîné des transformations profondes dans l'économie thaïlandaise et le Royaume est désormais considéré comme une économie nouvellement industrialisée. Le PIB par habitant a plus que triplé depuis 1970 pour atteindre aujourd'hui 3 100 dollars américains et la croissance se poursuit au rythme d'environ 8 % par année. Ces 25 dernières années, la contribution du secteur de la fabrication au PIB est passée de 16 % à 29 %, tandis que celle de l'agriculture, quoique toujours importante, a régressé, passant de 30 % à 10 % pendant la même période.

Le récent ralentissement économique en Thaïlande a été déclenché par une crise qui a frappé le secteur financier à cause d'une trop grande exposition aux risques d'un marché de l'immobilier encombré conjuguée à des facteurs économiques affaiblis, notamment des exportations à la baisse, des prévisions de croissance économique s'assombrissant continuellement et un déficit courant important. Selon bon nombre d'observateurs, la reprise de l'activité économique en Thaïlande est

étroitement liée à la stabilité politique et à la gestion économique du pays.

La crise financière qu'a connue la Thaïlande a conduit les autorités à accepter du FMI un programme de redressement de 16 milliards de dollars américains qui prévoit des réductions des dépenses publiques dans un large éventail de domaines. Devant l'insistance du FMI en faveur d'une plus grande transparence, la Banque de Thaïlande a dû révéler qu'elle avait accumulé pour 3,4 milliards de dollars américains d'obligations à terme en tentant de défendre le baht ces derniers mois, laissant les réserves de fond à un niveau de 6,6 milliards de dollars américains. Le resserrement de la politique budgétaire et la dépréciation du baht signifient à l'heure actuelle que les opérations commerciales canadiennes en Thaïlande risquent d'être réduites, reportées ou annulées.

Néanmoins, les exportations continuent d'augmenter, et, si cette tendance se maintient, la Thaïlande ne devrait avoir aucune difficulté à atteindre l'objectif que lui a fixé le FMI, soit d'afficher un déficit courant correspondant à 5 % du PIB pour 1997. La libéralisation de l'économie thaïlandaise se poursuivra, stimulée par le besoin d'investissements, notamment d'investissements technologiques, et par ses engagements multilatéraux. La prospérité du secteur des entreprises, de la classe moyenne et de l'administration publique permettra à celles-ci de se doter de technologies compétitives, d'avoir un niveau de vie plus confortable et de développer l'infrastructure. De plus en plus, le pays sera un concurrent industriel du Canada, mais également un nouveau marché de consommation. La demande de services et de produits de haute technologie augmentera, particulièrement dans des secteurs comme les télécommunications, la santé et l'éducation. Lors de la mission d'Équipe Canada dirigée par le premier ministre Chrétien en Thaïlande, en janvier 1997, 55 contrats évalués à plus d'un milliard de dollars ont été signés. Dans son allocution de bienvenue présentée à la délégation de gens d'affaires canadiens, le vice-premier ministre et ministre de l'Industrie de la Thaïlande, M. Korn Dabbaransi, a invité les entreprises canadiennes à participer aux plans thaïlandais d'expansion des entreprises dans les secteurs suivants : automobile, transformation des aliments, pâtes et papiers, produits électriques et électroniques, transport routier et ferroviaire et pétrole et gaz. Les visites de suivi qu'organise l'ambassade du Canada seront fortement axées sur l'investissement et le transfert de technologies et elles comporteront des volets à l'intention des entreprises d'ingénierie, de construction et de services-conseils.

L'investissement canadien en Thaïlande s'est accru considérablement ces cinq dernières années (il atteignait 359 millions de dollars en 1995), les entreprises canadiennes souhaitant de plus en plus établir dans ce pays une présence à plus long terme. Un accord sur la protection des investissements étrangers (APIE) a été conclu entre le Canada et la Thaïlande lors de la récente mission d'Équipe Canada. Cet accord garantira aux investisseurs canadiens un environnement concurrentiel stable et transparent.

## Philippines

Après la Thaïlande, les Philippines arrivent au deuxième rang des pays qui ont été le plus durement touchés par la récente crise monétaire, étant donné qu'elles présentent bon nombre des mêmes caractéristiques, dont un déficit courant important, un marché boursier fléchissant et des inquiétudes imminentes au sujet de l'encombrement du marché de l'immobilier à Manille. Dans ce contexte, les autorités philippines ont laissé flotter le peso. Depuis le début de juillet 1997, le peso s'est déprécié de 16,5 % par rapport au dollar américain. Le FMI a consenti un prêt de un milliard de dollars américains pour aider à soutenir le peso. En dépit du récent ralentissement de l'activité, les vastes réformes économiques ainsi que les mesures visant la privatisation et la déréglementation mises en oeuvre depuis quelques années aux Philippines portent fruit, comme en témoignent la solide croissance économique, la faible inflation et les forts mouvements d'investissements étrangers.

Les échanges de produits entre le Canada et les Philippines ont plus que quintuplé depuis 1985, atteignant une valeur de 843 millions de dollars en 1996. Les exportations canadiennes à destination des Philippines sont passées de 46 millions de dollars à 290 millions de dollars pendant cette période, tandis que les importations canadiennes en provenance des Philippines passaient de 109 millions à 553 millions de dollars. Il convient de souligner que ces chiffres ne tiennent pas compte de la vente de services canadiens, qui, à eux seuls, représentent une très grande part des activités commerciales qu'exerce le Canada aux Philippines.

Les exportations canadiennes ont toujours été dominées par les produits agricoles et les matières premières, mais, depuis quelque temps, celles qui sont destinées aux Philippines, se composent surtout de machines et de matériel. Les exportations canadiennes de matériel de télécommunications ont été assez

importantes en 1995 en raison du commencement des programmes de mise en place des entreprises de télécommunications philippines. Les secteurs prioritaires canadiens sont l'agroalimentaire, l'énergie, les mines, l'éducation, les transports, la gestion de l'environnement et les télécommunications.

## Investissement

Le climat politique et économique favorable des dernières années a renforcé la confiance des investisseurs étrangers dans les Philippines comme lieu d'investissement. On y dénombre actuellement quelque 25 accords de coentreprise et autres types d'ententes mettant en jeu des intérêts canadiens et philippins, ce qui fait ressortir l'importance grandissante des liens commerciaux qui existent entre ces deux pays. Le Canada se classe parmi les dix principaux investisseurs étrangers aux Philippines. Parmi les grands investisseurs canadiens, signalons la Sun Life (depuis plus de 100 ans), la Banque de Nouvelle-Écosse, la Financière Manuvie, TVI, Stayfast et BC Packers.

Les Philippines possèdent une très grande capacité d'emprunt et préconisent en général la réalisation de projets selon le système de financement « construction-exploitation-transfert », ce qui permettra d'investir des sommes considérables dans l'infrastructure au cours des dix prochaines années, en particulier dans les secteurs de l'énergie, des transports et des communications. Plus de la moitié des 68 millions d'habitants, population qui s'accroît d'ailleurs rapidement, ont moins de 25 ans, sont fort instruits et productifs. Étant donné que les réformes commerciales et fiscales commencent à amenuiser l'oligopole dont jouissaient jusqu'à récemment quelques familles, les petites et moyennes entreprises devraient prendre rapidement de l'expansion, et la classe moyenne, dont la demande accumulée est très grande, devrait s'accroître. Ces facteurs se conjuguent pour offrir d'énormes possibilités dans des secteurs où le Canada possède un savoir-faire certain, par exemple l'énergie, les télécommunications, les transports, l'agriculture et les industries primaires, l'approvisionnement en eau et les services urbains. Le fait qu'une section de l'ambassade du Canada à Manille suive de près les projets financés par la Banque asiatique de développement facilite la liaison avec cette banque.

Le soutien accordé par l'Agence canadienne de développement international (ACDI) pour le développement durable aux Philippines contribue également à la réalisation des

objectifs en matière de commerce et d'investissement, en mettant en évidence, dans le cadre de programmes d'assistance technique, le savoir-faire, les technologies et les services canadiens.

En dépit du récent repli de l'activité, les Philippines connaîtront une forte croissance économique dans les dix prochaines années. La démocratie a été solidement implantée et l'appui à l'égard de la modernisation et de l'ouverture de l'économie va croissant, quoique le rythme de mise en oeuvre de nouvelles réformes après la fin du mandat du président Ramos (après 1998) dépendra de son successeur. Le pays continuera de se heurter aux difficultés que pose le développement, en l'occurrence la dégradation de l'environnement, l'inadéquation des services sociaux et l'accroissement rapide de la population. Une mission d'Équipe Canada, dirigée par le premier ministre Chrétien, s'est rendue aux Philippines en janvier 1997. Lors de cette visite, 52 nouveaux contrats d'une valeur totale de 500 millions de dollars ont été signés.

## Chine

La Chine n'est pas directement visée par cette stratégie, car la promotion de l'investissement restera, à court terme, axée sur Hong Kong. La Chine continuera vraisemblablement à se servir de Hong Kong comme un pont entre elle et le reste du monde, par exemple pour financer des sociétés de premier ordre (entreprises constituées en société à Hong Kong et entreprises cotées à la bourse de Hong Kong dont les intérêts majoritaires appartiennent à des sociétés de la Chine continentale).

Le Canada attire les principaux intervenants chinois du secteur des ressources (pâtes et papiers, pétrole et gaz) et de celui des ressources transformées (acier, métaux, produits alimentaires), c'est pourquoi la Chine s'apprête à y ouvrir un certain nombre de bureaux. Le potentiel d'investissement bilatéral à long terme est considérable.

# ANNEXE I

## Liens entre le commerce et l'investissement

*Ces trente dernières années, et surtout depuis le milieu des années 80, la production internationale est vraiment devenue partie intégrante de l'économie mondiale. Grâce aux progrès technologiques, en particulier dans le domaine de l'information et des communications, les entreprises peuvent traiter et envoyer une quantité incroyable de renseignements à très peu de frais. Cela leur a permis de gérer sur une base quotidienne des réseaux de service et des réseaux de production de grande envergure largement dispersés. Conjuguées à la libéralisation rapide des politiques régissant les flux d'échanges commerciaux, d'investissements et de capitaux financiers observée récemment, ces améliorations révolutionnaires ont donné lieu à la production internationale et à la naissance de nombreuses nouvelles sociétés transnationales (STN), qui ont établi par la suite des filiales à l'étranger. Une étude réalisée par les Nations Unies dans 15 grands pays développés a révélé que le nombre de STN qui ont leur siège social dans ces pays a presque quadruplé entre 1969 et 1993, passant de 7 000 à 27 000. On en compte à peu près 40 000 dans le monde entier auxquelles s'ajoutent quelque 270 000 filiales étrangères.*

Ces tendances ont amélioré l'accès aux marchés et aux facteurs de production étrangers, avec le résultat que les entreprises peuvent obtenir plus facilement et sur une plus grande étendue ce dont elles ont besoin pour produire, que ce soit par exemple de la main-d'oeuvre non qualifiée bon marché ou de la main-d'oeuvre qualifiée pour faire de la R-D. Par ailleurs, la séquence de l'internationalisation classique, décrite ci-après, tend maintenant à être modifiée et court-circuitée.

La façon classique utilisée par les entreprises manufacturières pour investir à l'étranger se résume comme suit : d'abord s'établir solidement sur le marché intérieur, puis commencer à exporter, trouver des producteurs étrangers aptes à fabriquer sous licence et commencer à faire fabriquer une partie du



produit à l'étranger ou à faire assembler le produit à l'étranger (habituellement en association avec un partenaire étranger) en visant graduellement la fabrication entière du produit par des filiales à l'étranger leur appartenant à 100 % ou dans lesquelles elles ont des intérêts majoritaires. Si l'opération est couronnée de succès, des filiales manufacturières peuvent être ouvertes dans d'autres pays ou d'autres marchés, qui elles-mêmes pourraient ultérieurement commencer à exporter. Souvent, le processus donne lieu à du commerce lié (le siège social fournit des biens et des services à sa filiale à l'étranger) et à de l'investissement lié (aussi bien dans le pays d'origine que dans le pays d'accueil). On observe à peu près les mêmes étapes séquentielles dans le domaine de l'exploitation des ressources naturelles et celui du commerce des services, quoique dans ces domaines, certaines étapes puissent être sautées.

Les exemples de ce processus de mondialisation ne manquent pas au Canada : le Canada a bénéficié jusqu'ici de quelque 180 milliards de dollars canadiens d'IED (stock en 1996) et l'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) totalise actuellement 171 milliards de dollars canadiens (95 % de l'IED).

## Séquence de l'internationalisation classique

Dans le secteur de la fabrication, les entreprises procèdent généralement de la façon suivante pour s'internationaliser<sup>1</sup> :

- Production et ventes au pays.
- Quand les marchés étrangers deviennent intéressants, les exportations commencent habituellement par des ventes sans lien de dépendance (réalisées d'abord à l'aide d'agents locaux ou étrangers), sans IED.
- Les intermédiaires sont remplacés par des divisions de l'exportation au siège social, ce qui donne parfois lieu à de l'IED, sous forme notamment d'entrepôts ou de filiales commerciales à l'étranger.
- Les exportations sont suivies de l'octroi à des producteurs étrangers de licences autorisant ceux-ci à fabriquer un produit à l'aide de technologies exclusives.

- Une fois expérimentées dans ces activités et dans d'autres formes de production à l'étranger, ces dernières ne comportant le plus souvent aucune participation au capital, les entreprises s'installent graduellement à l'étranger, en commençant d'abord par des opérations d'assemblage ou par la fabrication d'une partie du produit (parfois dans le cadre de coentreprises avec des partenaires locaux), avant de se tourner vers la fabrication entière du produit dans des filiales à l'étranger leur appartenant à 100 % ou dans lesquelles elles ont des intérêts majoritaires et qui, avec le temps, deviennent des clones autonomes de leur société mère.
- Même si les entreprises peuvent exporter vers plusieurs pays à la fois, elles commencent habituellement par investir dans des installations de production dans un seul pays, généralement pas trop éloigné du pays d'origine du point de vue psychologique. Cette « distance psychologique » varie selon l'ampleur des facteurs qui empêchent ou perturbent la circulation de l'information entre l'entreprise et sa filiale, notamment les différences de langue, de culture, de régime politique, de niveau d'instruction et de niveau de développement entre le pays d'origine (l'entreprise) et le pays d'accueil (sa filiale).
- Si l'opération est couronnée de succès, l'expérience acquise avec la première filiale de production à l'étranger peut mener à l'établissement de filiales dans d'autres pays dans l'optique d'en faire des filiales autonomes répondant dans un premier temps à la demande de leur marché local.
- À la longue, les filiales étrangères pourraient finir par exporter.

C'est cette séquence que suivent en général les entreprises manufacturières, les petites comme les grandes, qui veulent prendre de l'expansion à l'étranger pour exploiter de nouveaux marchés. Toutefois, certaines étapes peuvent être escamotées, c'est souvent le cas notamment de l'étape de l'octroi de licences à des producteurs étrangers. Quand on élabore des stratégies visant à attirer des investissements, il importe de savoir où l'entreprise en est dans cette séquence de manière à influencer ses décisions. Quand on présente une possibilité d'investissement, il faut

tenir compte de l'étape à laquelle l'entreprise visée se situe dans cette séquence, et, bien entendu, le choix du moment est crucial.

La production étrangère peut remplacer la production intérieure, mais l'effet de l'établissement d'une filiale à l'étranger sur les échanges internationaux ne s'arrête pas là. Une filiale remplace les exportations, mais elle génère aussi habituellement une demande pour d'autres produits comme des biens d'équipement ou des biens et services intermédiaires. Ces produits peuvent être fournis par d'autres divisions de la société mère, par ses fournisseurs ou des entreprises indépendantes du pays d'origine ou encore par des entreprises de pays tiers. Cela peut mener à de nouveaux échanges commerciaux entre le pays d'origine et le pays d'accueil, ce que l'on appelle le commerce lié, ainsi qu'à de nouveaux investissements, ce que l'on appelle l'investissement lié (c'est le cas notamment quand des fournisseurs locaux de biens et services sont attirés à l'étranger). De même, au fil des ans et quand les sociétés transnationales (STN) arrivent à maturité, les stratégies changent, tout comme d'ailleurs les relations commerciales. Les exportateurs d'un pays d'origine peuvent devenir des importateurs de leurs filiales à l'étranger, et, inversement, les importateurs d'un pays d'accueil peuvent devenir des exportateurs. C'est ce qui s'est produit dans le cas des producteurs japonais de téléviseurs et d'appareils vidéos, le Japon étant maintenant devenu un importateur net de ces produits et de beaucoup d'autres biens de consommation, scénario qui aurait été impensable il y a dix ans. Toyota fabrique maintenant plus de voitures à l'étranger qu'elle n'en exporte du Japon. Plusieurs études<sup>1</sup> portant sur les pays développés révèlent que, dans le pays d'origine, l'effet d'expansion des échanges de l'IED manufacturier l'emporte plus souvent sur l'effet de réduction des échanges - autre argument puissant en faveur de l'intensification de l'IDCE comme mesure visant à accroître les échanges internationaux. Entre autres exemples illustrant bien les avantages qui découlent de l'IDCE, mentionnons les activités d'Alcan liées à la production d'aluminium au Japon et celles de la société Moore (avec Toppan) sur le marché japonais de l'imprimerie.

## Ressources naturelles

La relation entre commerce extérieur et IED dans le secteur des ressources naturelles est déterminée par le fait que l'extraction et la production primaire se font en un endroit fixe

et qu'une partie importante de la demande de ressources naturelles est internationale<sup>1</sup> (p. 81-86). Dans le secteur des ressources renouvelables de l'agriculture et de l'exploitation forestière, la séquence est la même que dans le secteur de la fabrication, sauf que le commerce consiste habituellement presque uniquement en des importations visant à satisfaire la demande dans le pays d'origine (p. ex., du bois d'oeuvre au Japon). Toutefois, dans le secteur des ressources non renouvelables du pétrole et des mines, l'IED précède les échanges commerciaux. En outre, les exportations du pays d'accueil peuvent aller à des pays tiers. Par exemple, la production de la mine de nickel d'Inco en Indonésie va au Japon.

Souvent, les STN bénéficient de bonnes occasions (sans compter qu'elles subissent des pressions de la part des gouvernements des pays d'accueil) pour faire de nouveaux investissements dans la fabrication et les services, surtout dans les pays développés. Par exemple, les investissements réalisés par Shell et BP dans le secteur pétrolier américain visaient au départ à s'assurer des sources d'approvisionnement, mais ces deux sociétés n'ont pas tardé à investir davantage pour construire des usines pétrochimiques (ce qui a entraîné des exportations de produits à plus grande valeur ajoutée) et des stations-service, autrement dit de l'investissement et du commerce liés. En outre, les investissements que les entreprises minières font à l'étranger donnent souvent lieu à l'exportation de matériel et de services d'exploration et d'extraction minières connexes en provenance du pays d'origine où des fabricants de matériel et des fournisseurs de services compétents se sont déjà développés pour desservir les sociétés minières. S'appuyant sur une très bonne base au Canada, les entreprises canadiennes font de l'exploration et mettent en valeur des mines à l'étranger depuis longtemps. À la fin de 1995, les entreprises canadiennes avaient des intérêts dans près de 2 750 concessions minières réparties dans 99 pays dans le monde. En raison de leur savoir et de leur expertise, les entreprises canadiennes sont bien placées pour profiter des occasions découlant de la mondialisation de l'industrie minière. Les entreprises canadiennes contrôlent actuellement le quart des grandes entreprises au monde du marché des métaux précieux, des métaux communs et du diamant et elles détiennent la part dominante de ce marché au Canada et en Amérique latine. En Asie du Sud-Est, elles sont 40 environ réparties dans sept pays.

## Services

Le commerce des services nécessitant habituellement une forme d'interaction quelconque entre les producteurs et les consommateurs, la fourniture de services à l'étranger nécessite ou le mouvement des producteurs ou des consommateurs ou l'utilisation de filiales qui ont besoin d'IED. Certains services très sensibles aux fluctuations du marché (comme les journaux locaux et la publicité) doivent compter sur des filiales étrangères. Beaucoup d'entreprises de services s'internationalisent pour appuyer les activités internationales de leurs clients (producteurs de biens) de leur pays d'origine. Les succursales à l'étranger de banques et de sociétés de commerce extérieur commencent habituellement de cette façon.

Comme le secteur des services a progressé en importance pour devenir le plus gros secteur de l'économie mondiale, l'IED dans les services a aussi progressé au point de représenter maintenant la moitié de tout l'IED au monde et de 60 à 65 % des mouvements d'IED.

Même si les cheminements décrits précédemment s'appliquent ici aussi, il peut y avoir des différences selon les caractéristiques de chaque industrie; ainsi, les secteurs de l'acier, de l'automobile, des produits chimiques, des communications, des machines de précision et du travail des métaux empruntent vers la mondialisation des chemins qui se ressemblent, mais qui ne sont pas tout à fait les mêmes. À titre d'illustration, prenons quelques exemples<sup>24</sup> d'industries japonaises. Au Japon, l'industrie de l'acier a démarré plus tard qu'elle ne l'a fait en Europe et aux États-Unis, et comme elle manquait de matières premières de base, elle a construit ses usines le long du littoral pour rendre le transport plus efficace. Les entreprises japonaises ont construit des fours et des convertisseurs LD de grandes dimensions et utilisé d'autres technologies de pointe pour contrebalancer leur manque de ressources minérales. Elles ont aussi été les premières à utiliser les ordinateurs dans l'industrie lourde et, avec leurs formidables ressources humaines, ont mis au point le système de production de masse le plus efficace au monde et renforcé leur capacité de soutenir la concurrence internationale. Au lieu d'aller à l'étranger, les aciéristes japonais sont restés compétitifs en commercialisant et vendant leur technologie et leur expertise; ils se mondialisent par la coopération technologique.

L'industrie japonaise de l'automobile est partie de zéro après la Deuxième Guerre mondiale

pour atteindre actuellement la production ahurissante de 14 millions d'unités par année. La croissance économique rapide, les deux crises du pétrole et l'adoption de normes d'émission nationales dans les années 70, conjuguées à la vive concurrence à laquelle les Japonais faisaient face, ont amené ces derniers à construire à la perfection des autos compactes, de grande qualité, à faible consommation d'essence et à prix abordables, qui sont devenues attrayantes dans le marché américain et d'autres marchés. Un peu d'histoire. Quand la mondialisation commence pour de bon, les Japonais s'efforcent plutôt de développer, de produire et de vendre des automobiles sur leur territoire. Ces tendances s'intensifient avec les frictions commerciales et l'appréciation marquée du yen dans les années 80. En revanche, en 1994, le nombre de voitures japonaises produites à l'étranger dépasse le nombre de voitures exportées du Japon.

Durant cette période, l'industrie japonaise de l'électronique passe par les mêmes étapes en route vers la mondialisation. À l'étape un, elle confine ses activités au marché intérieur. À l'étape deux, elle commence à exporter ses produits à l'aide de sociétés de commerce extérieur. À l'étape trois, encouragée par l'accroissement de ses exportations, elle établit ses propres réseaux de vente à l'étranger. À l'étape quatre, elle cherche à réduire les risques associés aux frictions commerciales et au change en relocalisant ses installations de production et de recherche et de développement à l'étranger. À l'étape cinq, ses ventes et sa production sont entièrement délocalisées et très compétitives dans un marché mondial de plus en plus « libre ». Son plus gros problème est devenu la montée en flèche du coût de la recherche et du développement, ce qui a mené à la création de programmes de recherche conjoints avec des entreprises aussi bien locales qu'étrangères, qui sont souvent aussi des concurrents. Par exemple, Siemens et Toshiba ont un projet conjoint depuis 1992 visant à mettre au point une DRAM de 256 Mbits.

Par conséquent, le commerce extérieur et l'investissement sont très étroitement liés. Pour faire des affaires dans les pays d'Asie en développement, les entreprises canadiennes doivent absolument y ouvrir des filiales ou y avoir sur place des associés très proches. Il est significatif que l'IED cumulé au Canada ait atteint 180 milliards de dollars en 1996; mais ce qu'on sait moins, c'est que l'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) totalisait cette année-là 171 milliards de dollars ou 95 % de l'IED, pourcentage qui a augmenté

régulièrement au cours des vingt dernières années à mesure que les entreprises canadiennes se sont internationalisées. De même, dans le domaine des produits à forte intensité de service, les logiciels par exemple, il devient de plus en plus important d'investir directement au lieu où le service est fourni, comme le savent très bien les entreprises canadiennes de logiciels qui exportent au Japon.

En matière de promotion de l'investissement, le truc consiste à reconnaître à quelle étape de son développement se trouve l'industrie d'un pays et à cerner au bon moment les occasions de coopération entre entreprises canadiennes et étrangères qui conviennent précisément à cette étape.

## ANNEXE II

### Techniques générales de promotion de l'investissement

#### Importance de l'investissement

Des exportations réelles d'une valeur de 1 milliard de dollars permettent de conserver environ 11 000 emplois, et de 6 000 à 8 000 nouveaux emplois nets sont créés lorsque la valeur des exportations réelles augmente de 1 milliard de dollars.

On accorde souvent moins d'attention aux conséquences saisissantes des investissements étrangers directs (IED) pour l'emploi et la croissance au Canada. Quelle est l'importance des filiales étrangères pour l'expansion économique du Canada? Aujourd'hui, trois emplois sur dix au Canada (directs et indirects confondus), plus de 50 % des exportations totales et 75 % des exportations de l'industrie

manufacturière sont directement attribuables à l'IED au Canada. Selon les études, si on attire 1 milliard de dollars d'IED au Canada, on obtient 45 000 emplois sur cinq ans. Même si le Canada a réussi jusqu'à un certain point, au cours des deux dernières années, à accroître l'apport d'IED au Canada, notre part de tous les IED dans le monde a continué de fléchir. En fait, la part du Canada, qui était de 11 % au début des années 80, n'était plus que de 4,5 % en 1995 et ce, en grande partie, à cause de la hausse rapide de l'IED dans le monde et de la vive concurrence exercée par les États-Unis, les pays en développement d'Asie et les pays d'Europe pendant la mise en place du marché commun.

Cependant, si la part du Canada a diminué, en fait, les chiffres absolus, eux, ont augmenté. En 1985, le stock mondial d'IED se chiffrait à 700 milliards de dollars américains, ce qui veut dire que la part de 11 % que détenait le Canada cette année-là représentait 77 milliards de dollars. Pendant les dix années suivantes, l'IED dans le monde s'est considérablement accru, atteignant 2 600 milliards de dollars américains en 1995. Ainsi, la part canadienne de 4,5 % cette année-là représentait quelque 117 milliards de dollars. La hausse rapide de l'IED ces dernières années a provoqué d'énormes changements dans l'économie mondiale<sup>22</sup>. L'IED induit les échanges internationaux et intensifie l'interdépendance entre les nations. Les échanges intra-entreprise (c'est-à-dire la livraison de produits et de services entre succursales, filiales et groupes d'une même société) se sont accrues au point où ils représentent désormais environ le tiers de l'ensemble des échanges effectués entre pays développés. Un des effets secondaires de cette tendance est que l'influence qu'un État-nation peut exercer sur sa balance commerciale s'est amenuisée.

#### Techniques générales de promotion de l'investissement

Dans cette annexe, les techniques générales de promotion de l'investissement sont énumérées et présentées comme un « menu » à partir duquel il est possible de choisir des activités pouvant convenir à n'importe quelle campagne de promotion de l'investissement. On peut choisir dans ce menu des activités qui conviennent pour un pays, une région, un secteur ou une entreprise selon son stade de développement et selon les ressources disponibles pour la campagne. Les techniques

présentées sont conçues de manière à concourir à l'atteinte des objectifs suivants :

- faire mieux connaître aux investisseurs les avantages à faire des affaires au Canada;
- accroître la confiance des investisseurs étrangers dans le Canada;
- attirer de nouveaux investissements étrangers porteurs d'emplois;
- retenir et accroître les investissements existants.

Les activités recommandées pour l'atteinte de ces objectifs peuvent se répartir de la façon suivante :

- 1) les activités de nature générale;
- 2) les activités qui s'adressent à certains investisseurs déjà ciblés soit en raison des secteurs dans lesquels ils investissent, soit parce qu'ils font déjà des affaires au Canada, ou encore parce qu'ils recherchent des possibilités d'investissement ou de formation d'alliances stratégiques;
- 3) les services aux investisseurs étrangers, en réponse à des demandes de renseignements précises qui découlent, bien souvent, d'activités de promotion générales et ciblées;
- 4) les services de partenariat et d'appariement, qui conviennent particulièrement lorsqu'il s'agit d'attirer des investissements dans le domaine des technologies de pointe et pour la réalisation d'activités qui requièrent du capital risque.

Ces objectifs sont décrits ci-après et les moyens recommandés pour les atteindre sont résumés dans les tableaux 2 à 5.

## **Faire mieux connaître aux investisseurs les avantages à faire des affaires au Canada**

Le Canada possède des avantages fort intéressants et on ne doit pas hésiter à vanter ces avantages chaque fois que l'occasion se présente. Dans une allocution prononcée devant les participants de la mission du Keidanren au Canada en septembre 1996, M. Toru Hirano, président de Sumitomo Canada Ltd. a donné dix raisons d'investir au Canada :

1. le niveau d'instruction élevé et la qualité de la main-d'oeuvre;
2. la stabilité politique du Canada en tant que démocratie développée;
3. le faible taux de criminalité;
4. le système national de soins de santé;
5. l'infrastructure bien établie;
6. la politique financière avantageuse encourageant l'investissement et le libre-échange;
7. l'abondance des richesses naturelles et les faibles coûts de l'énergie;
8. la proximité des États-Unis et l'accès facile à cet immense marché grâce à l'ALENA;
9. la compétitivité que permet la faiblesse du dollar canadien;
10. l'appui des Canadiens d'origine japonaise; en d'autres mots, la présence au Canada de nombreux Canadiens d'origine japonaise aide à ouvrir la voie aux investissements japonais. (L'accueil chaleureux que le Canada réserve aux nouveaux arrivants de nombreux pays et le respect qu'il témoigne envers ces personnes sont des avantages souvent mentionnés par des dirigeants d'entreprises étrangères établies au Canada.)

Plusieurs autres avantages sont largement reconnus<sup>12</sup> :

11. la collectivité de recherche-développement bien établie;
12. les salaires et les coûts de revient de l'entreprise compétitifs, comme en témoigne l'étude réalisée en 1997 par la société KPMG<sup>14</sup> dans laquelle on compare les coûts de localisation des entreprises au Canada, aux États-Unis et en Europe dans huit secteurs;
13. un environnement moins controversé qu'aux États-Unis;
14. une des meilleures qualités de vie au monde.

## **Accroître la confiance des investisseurs étrangers dans le Canada**

Pour donner confiance aux investisseurs étrangers et les convaincre que le Canada est un bon endroit où investir, il faut constamment faire valoir les « raisons d'investir » énumérées ci-dessus. Il est tout aussi important d'attirer

leur attention sur l'excellente performance de l'économie canadienne, la faible inflation, la croissance des investissements des entreprises, les points forts dans les secteurs de la fabrication et des services à forte intensité de connaissances et les politiques gouvernementales, qui font toujours bon accueil à l'investissement étranger.

Le climat d'investissement est un facteur déterminant dans les décisions d'investissement. Des investisseurs ont mentionné certains obstacles, dont les suivants : la formation et le perfectionnement professionnel, l'immigration des gens d'affaires et les difficultés liées à l'obtention d'un visa, l'accès au marché, des questions relatives à la réglementation, par exemple l'approbation de médicaments ainsi que les crédits d'impôt et les refus fiscaux au titre de la R-D. Ces questions, entre autres, sont systématiquement examinées et résolues autant que possible afin que le Canada puisse continuer à offrir un climat d'investissement sans pareil.

## **Attirer de nouveaux investissements étrangers**

Il existe plusieurs méthodes reconnues pour attirer l'investissement au Canada. Voici quelques-unes des plus efficaces :

- organiser d'importantes missions canadiennes à l'étranger et des missions étrangères au Canada, comme la mission japonaise du Keidanren au Canada en septembre 1996 et les missions d'Équipe Canada en Chine, en Asie et en Amérique latine;
- organiser des séminaires ciblés;
- produire et diffuser de l'information précise sur les avantages pour une entreprise donnée à s'implanter au Canada;
- organiser des missions étrangères au Canada axées sur des secteurs précis;
- participer à des séminaires, à des missions et à des salons professionnels afin de faire connaître aux gens d'affaires étrangers les possibilités d'investissement au Canada;
- exploiter des pistes prometteuses en fournissant des renseignements utiles à des investisseurs potentiels, en leur présentant des partenaires possibles et en leur faisant part de possibilités d'investissement.

Les secteurs choisis doivent répondre non seulement aux besoins des Canadiens, mais

également à ceux des investisseurs étrangers en fonction de leur stade de développement. Le choix du moment est aussi d'une importance cruciale. Par exemple, au Japon, la Section de la promotion de l'investissement de l'ambassade du Canada a désigné comme prioritaires pour l'exécution de son programme de liaison avec les entreprises les secteurs suivants : technologies de l'information (y compris les semiconducteurs), agroalimentaire, sciences de la vie, pièces d'automobiles, produits forestiers et produits de construction. Ces secteurs correspondent plus ou moins aux secteurs ciblés aux fins de la promotion des exportations dans le Plan d'action du Canada pour le Japon, exception faite de ceux du tourisme et des produits de consommation. Le secteur des pièces d'automobiles ne figure pas dans l'actuel Plan d'action en raison des démarches déjà bien établies en matière de promotion de l'investissement, mais il reste, bien sûr, un secteur vital.

Les critères utilisés pour le choix des entreprises japonaises à rencontrer dans ces secteurs reposent sur des analyses qui indiquent que les entreprises ont élaboré une stratégie dynamique d'investissement en Amérique du Nord, qu'elles affichent d'excellents résultats au chapitre de la R-D, qu'elles exportent beaucoup vers le Canada et l'Amérique du Nord, qu'elles font preuve de leadership et d'innovation dans leurs secteurs respectifs, qu'elles sont d'une taille raisonnable et qu'elles connaissent une croissance durable. Les responsables du programme Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC), créé récemment, ont ciblé les mêmes secteurs auxquels ils ont ajouté l'aérospatiale, les produits chimiques et pétrochimiques et les mines. Les activités du PIC seront concentrées sur un petit nombre de multinationales qui semblent présenter les meilleures possibilités d'investissement au Canada. Le fait qu'un sous-ministre agisse en qualité de « promoteur » du Canada au Japon et rencontre des investisseurs de grandes multinationales enrichira ce programme.

## **Retenir et accroître les investissements existants**

Les bénéfices réinvestis représentent environ 60 % de l'accumulation du capital, d'où l'importance d'encourager les entreprises à étendre leurs activités au Canada.

Si, d'une part, les missions poursuivent leurs visites de liaison régulières auprès



d'investisseurs qui exercent déjà des activités au Canada, il est, d'autre part, tout aussi important d'effectuer des visites de contrepartie aux filiales de ces entreprises au Canada ou, du moins, de leur communiquer des messages de bienvenue et des messages qui confirment les forces industrielles et économiques du Canada de façon à ce qu'elles puissent accroître la confiance de leurs sociétés mères dans leurs investissements au Canada. Le

ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et Industrie Canada, les provinces et les municipalités restent en liaison constante avec les filiales canadiennes d'entreprises étrangères et avec les associations dont elles sont membres, par exemple la Toronto Japanese Association of Commerce and Industry, la Hong Kong Canada Business Association et la Taiwan Entrepreneurs and Investors Association.

**Tableau 2**

Principales activités/initiatives	Produits et services résultants	Cibles/clients	Résultats (à court et à long terme)
<p><b>PROMOTION GÉNÉRALE :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>production de vidéocassettes, de troupes d'information à l'intention des investisseurs et des médias;</li> <li>tournées de conférences;</li> <li>organisation de kiosques lors de foires commerciales;</li> <li>organisation de séminaires et de salons sur la promotion.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>vidéocassettes et troupes à l'intention des médias;</li> <li>brochures générales et troupes d'information;</li> <li>bulletins et services d'information;</li> <li>tournées de conférences;</li> <li>événements (séminaires, salons professionnels);</li> <li>kiosques de promotion.</li> </ul>	<p>Milieu des affaires et des finances en général.</p> <p>Clients directs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>investisseurs étrangers actuels et potentiels</li> </ul> <p>Clients indirects</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>agents de développement économique aux paliers provincial, régional et municipal;</li> <li>entreprises canadiennes recherchant des partenaires étrangers et des occasions d'établir des filiales à l'étranger</li> </ul> <p>Agents d'exécution conjointe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>MAECI;</li> <li>Industrie Canada;</li> <li>autres ministères gouvernementaux;</li> <li>autres intermédiaires (p. ex. chercheurs d'emplacements, consultants)</li> </ul>	<p>Sensibilisation accrue</p> <p>Enrichissement des connaissances et sensibilisation accrue en ce qui concerne les possibilités, le climat d'investissement, les secteurs ou les entreprises au Canada.</p> <p>Changement dans les attitudes</p> <p>Influence sur les décisions relatives à l'exploration des possibilités au Canada et/ou à l'amorce de pourparlers avec des entreprises canadiennes.</p> <p>Changement dans le niveau d'IED ou de partenariats</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>conclusion d'accords d'investissement;</li> <li>formation d'alliances stratégiques ou de coentreprises;</li> <li>flux d'investissements étrangers directs.</li> </ul>

**Tableau 3**

Principales activités/initiatives	Produits et services résultants	Cibles/clients	Résultats (à court et à long terme)
<p><b>PROMOTION CIBLÉE :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>organisation de séminaires ciblés;</li> <li>production et distribution de produits d'information ciblés;</li> <li>organisation de missions ciblées au Canada;</li> <li>organisation de visites d'entreprises et d'activités de liaison avec les entreprises;</li> <li>mise en oeuvre d'initiatives intéressant un secteur en particulier (séminaires, missions, salons professionnels);</li> <li>exploitation des pistes prometteuses au moyen d'événements, de visites, de produits d'information.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>séminaires,</li> <li>produits d'information ciblés</li> <li>missions ciblées au Canada;</li> <li>visites d'entreprises et activités de liaison avec les entreprises;</li> <li>initiatives intéressant un secteur en particulier (séminaires, missions, salons professionnels)</li> <li>événements, visites, produits d'information afin d'exploiter les pistes prometteuses;</li> <li>pistes fournies en matière d'investissement;</li> <li>profils d'entreprises et comptes rendus de projets.</li> </ul>	<p>Groupes d'investisseurs déjà ciblés dans les pays désignés. Il peut s'agir de multinationales, d'investisseurs ayant des filiales ou des investissements au Canada ou ayant déjà exercé des activités au Canada.</p> <p>Clients directs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>investisseurs étrangers actuels et potentiels</li> </ul> <p>Clients indirects</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>agents de développement économique aux paliers provincial, régional et municipal;</li> <li>entreprises canadiennes recherchant des partenaires étrangers et des occasions d'établir des filiales à l'étranger</li> </ul> <p>Agents d'exécution conjointe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>MAECI;</li> <li>Industrie Canada;</li> <li>autres ministères gouvernementaux;</li> <li>autres intermédiaires (p. ex. chercheurs d'emplacements, consultants)</li> </ul>	<p>Sensibilisation accrue</p> <p>Enrichissement des connaissances et sensibilisation accrue en ce qui concerne les possibilités, le climat d'investissement, les secteurs ou les entreprises au Canada.</p> <p>Changement dans les attitudes</p> <p>Influence sur les décisions relatives à l'exploration des possibilités au Canada et/ou à l'amorce de pourparlers avec des entreprises canadiennes.</p> <p>Changement dans le niveau d'IED ou de partenariats</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>conclusion d'accords d'investissement;</li> <li>formation d'alliances stratégiques ou de coentreprises;</li> <li>flux d'investissements étrangers directs;</li> <li>entreprises canadiennes : facilitation de l'établissement de liens avec des entreprises étrangères.</li> </ul>

**Tableau 4**

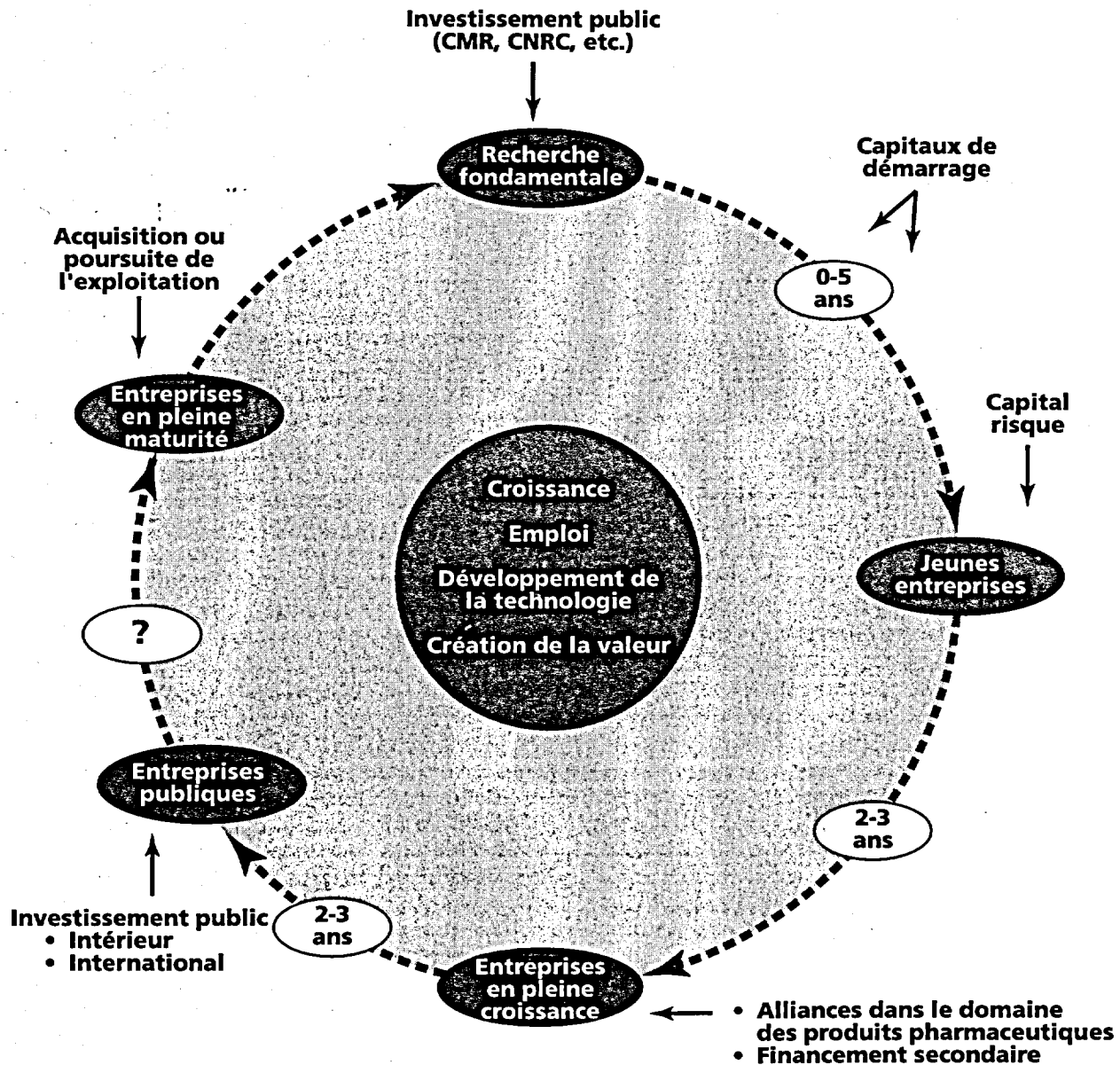
Principales activités/initiatives	Produits et services résultants	Cibles/clients	Résultats (à court et à long terme)
<p><b>SERVICES AUX INVESTISSEURS ÉTRANGERS :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>fourniture de produits d'information précis en réponse à des demandes de renseignements;</li> <li>réalisation ou financement d'études en réponse à des demandes précises;</li> <li>fourniture d'aide et de conseils informels, de pistes ou de contacts au Canada en réponse à des demandes précises.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>produits d'information personnalisés, p. ex. troupes d'information sur l'investissement;</li> <li>services de conseils ou d'aide;</li> <li>pistes en matière d'investissement;</li> <li>réponses aux demandes de renseignements;</li> <li>visites d'entreprises et contacts initiaux avec des entreprises;</li> <li>rapports sur le climat commercial (macro-variables et micro-variables);</li> <li>analyses de la compétitivité du Canada par rapport à la compétitivité étrangère (par secteur d'activité);</li> <li>profils d'entreprises et comptes rendus de projets.</li> </ul>	<p>Les clients peuvent appartenir à un groupe cible ou il peut s'agir d'entreprises, d'investisseurs ou d'institutions financières en général.</p> <p>Clients directs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>investisseurs étrangers actuels et potentiels</li> </ul> <p>Clients indirects</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>agents de développement économique aux paliers provincial, régional et municipal;</li> <li>entreprises canadiennes recherchant des partenaires étrangers et des occasions d'établir des filiales à l'étranger.</li> </ul> <p>Agents d'exécution conjointe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>MAECI;</li> <li>Industrie Canada;</li> <li>autres ministères gouvernementaux;</li> <li>autres intermédiaires (p. ex. chercheurs d'emplacements, consultants).</li> </ul>	<p>Sensibilisation accrue</p> <p>Enrichissement des connaissances et sensibilisation accrue en ce qui concerne les possibilités, le climat d'investissement, les secteurs ou les entreprises au Canada.</p> <p>Changement dans les attitudes</p> <p>Influence sur les décisions relatives à l'exploration des possibilités au Canada et/ou à l'amorce de pourparlers avec des entreprises canadiennes.</p> <p>Changement dans le niveau d'IED ou de partenariats</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>conclusion d'accords d'investissement;</li> <li>formation d'alliances stratégiques ou de coentreprises;</li> <li>flux d'investissements étrangers directs.</li> </ul>

**Tableau 5**

Principales activités/initiatives	Produits et services résultants	Cibles/clients	Résultats (à court et à long terme)
<p><b>SERVICES DE PARTENARIAT ET D'APPARIEMENT :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>prestation de services d'appariement (ceux-ci peuvent être proactifs ou réactifs et exiger l'utilisation de bases de données complexes ou la connaissance d'entreprises canadiennes dans un secteur en particulier);</li> <li>organisation de missions, de foires et de séminaires pour réunir les intervenants intéressés;</li> <li>réalisation ou financement d'études en réponse à des demandes précises;</li> <li>fourniture d'aide et de conseils informels, de pistes ou de contacts au Canada en réponse à des demandes précises;</li> <li>fourniture de troupes d'information.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>brochures, dépliants, troupes d'information sur l'investissement et autres publications générales;</li> <li>réponses aux demandes de renseignements;</li> <li>missions, foires et séminaires ayant pour but de favoriser la création de partenariats;</li> <li>conseils et aide de suivi;</li> <li>troupes d'information de suivi;</li> <li>visites d'entreprises et contacts initiaux avec des entreprises.</li> </ul>	<p>Les clients/cibles sont habituellement des groupes précis d'entreprises canadiennes et étrangères à forte composante technologique. Les entreprises sont établies dans des régions cibles et sont habituellement invitées à participer. Des entreprises qui n'appartiennent pas aux secteurs ou aux régions cibles peuvent vouloir se renseigner sur les possibilités de partenariats.</p> <p>Clients directs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>entreprises canadiennes et étrangères recherchant des partenaires ou des occasions de former des alliances.</li> </ul> <p>Clients indirects</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>agents de développement économique aux paliers provincial, régional et municipal;</li> </ul> <p>Agents d'exécution conjointe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>MAECI;</li> <li>Industrie Canada;</li> <li>autres ministères gouvernementaux;</li> <li>autres intermédiaires (p. ex. chercheurs d'emplacements, consultants)</li> </ul>	<p>Sensibilisation accrue</p> <p>Enrichissement des connaissances et sensibilisation accrue en ce qui concerne les possibilités, le climat d'investissement, les secteurs ou les entreprises au Canada.</p> <p>Changement dans les attitudes</p> <p>Influence sur les décisions relatives à l'exploration des possibilités au Canada et/ou à l'amorce de pourparlers avec des entreprises canadiennes.</p> <p>Changement dans le niveau d'IED ou de partenariats</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>conclusion d'accords d'investissement;</li> <li>formation d'alliances stratégiques ou de coentreprises;</li> <li>flux d'investissements étrangers directs;</li> <li>acquisition de savoir-faire dans les domaines de la technologie et de la gestion.</li> </ul>

**Tableau 6**

*Les investissements dans la recherche fondamentale créent une dynamique vertueuse de croissance et de possibilités de développement*



Source: Conseil de recherches médicales

# Techniques de promotion de l'investissement

Les tableaux 2 à 5 font état des principales activités<sup>23</sup> qui sont couramment utilisées pour promouvoir l'investissement. Les activités sont groupées en quatre catégories selon le type de promotion qui convient au stade de développement auquel se situe le client. Ces quatre catégories sont décrites ci-après.

- 1) **Promotion générale :** Cette catégorie regroupe des activités proactives qui sont destinées de façon générale aux gens d'affaires, aux membres de la communauté financière et aux investisseurs, afin de les sensibiliser davantage au climat d'investissement favorable du Canada et de modifier leur opinion à l'égard des possibilités d'investissement.
- 2) **Promotion ciblée :** Les activités qui entrent dans cette catégorie sont également proactives et elles ont pour but d'accroître la confiance des investisseurs étrangers dans le Canada et de mieux leur faire connaître les avantages à faire des affaires au Canada dans le contexte de l'ALENA. Cependant, les activités de promotion visent un groupe d'investisseurs déjà choisis soit en raison de leurs secteurs d'activité, soit parce qu'ils font déjà des affaires au Canada, ou encore parce qu'on sait qu'ils recherchent des possibilités d'investissement ou de formation d'alliances stratégiques. La clientèle cible de ces activités étant plus restreinte que celle à laquelle sont destinées les activités de promotion générale, le rendement par client sera vraisemblablement élevé, puisque les clients du groupe cible sont déjà ouverts à l'idée d'investir à l'étranger, quoique pas nécessairement au Canada.
- 3) **Services aux investisseurs étrangers :** Dans cette catégorie entrent des activités réactives, c'est-à-dire des activités qui sont réalisées en réponse à des demandes de renseignements précises, qui découlent bien souvent d'activités de promotion générale et ciblée.
- 4) **Services de partenariat et d'appariement :** Il s'agit d'activités proactives ou réactives (par

exemple, en réponse à une demande de recherche de partenaire). Ces services sont particulièrement utiles lorsqu'il s'agit d'attirer des investissements dans le domaine des technologies de pointe et pour la réalisation d'activités qui requièrent du capital risque.

Une campagne de promotion de l'investissement peut donc être conçue spécialement pour une économie, un secteur ou une entreprise si l'on choisit dans le « menu » proposé les activités appropriées, en fonction du stade de développement auquel se situe le client ou de sa connaissance des possibilités qu'offre le Canada. Habituellement, ce sont des activités de promotion générale qui sont entreprises lorsque le niveau de connaissance du client est faible (p. ex. la campagne « Le Canada s'ouvre au monde des affaires », menée après l'abrogation de la Loi sur Investissement Canada en 1985). Quand le client est un peu mieux renseigné, on peut envisager les activités de promotion ciblée (comme ce fut le cas avec les récentes campagnes de promotion de l'investissement dans le domaine des semiconducteurs au Japon, en Corée et à Taïpei). Ces campagnes mènent bien souvent à des demandes de services. Les activités d'appariement sont très focalisées (et exigent un apport de main-d'oeuvre important), mais elles donnent de très bons résultats lorsque des groupes d'entreprises canadiennes et étrangères partageant les mêmes intérêts peuvent être appariées. Les trousseaux de promotion de l'investissement, qui contiennent des profils d'entreprises canadiennes et des descriptions détaillées de certains secteurs précis, se sont révélées des outils très efficaces lors d'événements ayant pour but l'appariement d'entreprises dans les domaines de haute technologie comme ceux de la biotechnologie, des appareils médicaux et du logiciel. Comme autre exemple, signalons la mission de recherche de capital risque effectuée récemment à Taïpei, à Singapour et à Hong Kong et à laquelle une dizaine de dirigeants d'entreprises canadiennes de haute technologie ont pris la parole devant des auditoires triés sur le volet pour faire connaître leurs entreprises et les partenariats qu'ils souhaitaient former.

## Facteurs à long terme

### Éducation

Le maintien de normes d'instruction élevées est, bien sûr, essentiel à la croissance et à la prospérité à long terme du pays. Il y a aussi beaucoup d'avantages à « vendre » à l'étranger nos services d'enseignement afin d'attirer au Canada des étudiants étrangers de haut niveau. Ceux-ci établissent en effet des liens solides avec le Canada pendant leur séjour ici et, bien souvent, ils reviennent pour s'établir et investir chez nous. Lors de la mission d'Équipe Canada en Corée, aux Philippines et en Thaïlande, en janvier 1997, 60 des quelque 500 participants canadiens à cette mission étaient des représentants de nos universités, de nos collèges et même de nos conseils des écoles publiques; ces personnes souhaitaient accroître les inscriptions d'étudiants de ces pays dans nos établissements d'enseignement et cherchaient à conclure des contrats de recherche. Voilà qui est assez révélateur.

Parmi tous les étudiants étrangers au Canada, 60 % viennent de l'Asie-Pacifique. En 1994, 90 000 étudiants étrangers ont contribué pour une somme de 2 à 3 milliards de dollars à l'économie canadienne et ont aidé à créer 19 000 emplois. Les économies florissantes d'Asie taxent au maximum leurs infrastructures d'éducation, de formation et de perfectionnement des ressources humaines, sans compter que bon nombre d'étudiants de ces pays tiennent absolument à faire leurs études dans un environnement francophone ou anglophone. C'est là une excellente occasion pour le Canada de répondre à cette demande de cours universitaires de premier, deuxième et troisième cycles et de cours de formation spécialisée que peuvent offrir les écoles de gestion des affaires internationales, les collèges communautaires, les écoles de langues publiques et privées, ainsi que le secteur privé. Ces cours peuvent être donnés au Canada aussi bien qu'en Asie. Les Asiatiques font des affaires avec des gens qu'ils connaissent bien et en qui ils ont confiance. En se faisant mieux connaître auprès de la prochaine génération de décideurs asiatiques, les Canadiens auront un avantage compétitif lorsqu'ils feront des affaires en Asie.

En avril 1995, le gouvernement du Canada en coopération avec la Fondation Asie-Pacifique du Canada (FAPC) a créé un réseau de Centres d'éducation canadiens (CEC) afin de promouvoir les possibilités d'éducation et de formation au Canada. Actuellement, les CEC de

Kuala Lumpur, Taïpei, Séoul, Hong Kong, Singapour, Djakarta, Bangkok, New Delhi, Mexico et Canberra apportent une aide professionnelle aux institutions reconnues d'éducation et de formation pour commercialiser leurs programmes en vue d'attirer au Canada des étudiants étrangers qui acquittent la totalité des frais de scolarité. Un CEC à Beijing ainsi que les autres centres apportent aussi des marchés de formation de groupes et de sociétés. On compte plus de 210 participants : tous les principaux collèges, universités, institutions de formation linguistique, conseils scolaires au niveau secondaire, écoles secondaires privées et instituts de formation. Le réseau de CEC, filiale en propriété exclusive de la FAPC, a déjà permis de beaucoup augmenter le nombre des étudiants étrangers recrutés. Par exemple, en Corée, les permis de séjour pour étudiant sont passés de 800 en 1993 à 8 000 en 1996, et ces chiffres ne comprennent pas les centaines d'étudiants qui viennent au Canada pour faire des études de courte durée (moins de trois mois). Le maintien et l'expansion de ce réseau revêtent une importance stratégique en favorisant la création de liens avec le Canada dans le domaine de l'éducation et en contribuant à établir les relations à long terme qui sont nécessaires pour effectuer des échanges commerciaux durables avec l'Asie.

## Immigration des gens d'affaires

Le Programme d'immigration des gens d'affaires a été officiellement reconnu dans la Loi sur l'immigration de 1976 et son règlement d'application adopté en 1978, qui établissait les catégories d'immigrants « entrepreneur » et « travailleur autonome » ainsi que leurs critères de sélection respectifs. Le programme d'immigration des investisseurs, établi en 1986, a été modifié récemment. L'immigration de gens d'affaires est une importante source de capitaux de placement pour le Canada et elle représente 10 % des flux d'immigration. En 1996, sur un total de 225 313 immigrants, 10 % entraient dans une des catégories du Programme d'immigration des gens d'affaires (5 % avaient été reçus en qualité d'entrepreneurs, 3 %, en qualité d'investisseurs et 2 %, en qualité de travailleurs autonomes). En 1995, près de 3 000 entrepreneurs immigrants ont investi 435 millions de dollars et créé 12 850 emplois; 1 400 investisseurs immigrants ont investi 607 millions de dollars et

créé 2 635 emplois; et il y a eu un peu plus de 1 000 travailleurs autonomes immigrants. Depuis 1986, année de création de la catégorie des investisseurs, quelque 14 000 immigrants appartenant à cette catégorie ont investi 3,75 milliards de dollars, ce qui a donné lieu à la création de 33 700 emplois. En 1996, 37 % des investisseurs immigrants venaient de Hong Kong, 20 % venaient de Taïwan et 7 % venaient de la Corée du Sud.

## Recherche- développement et capital risque

Le lien qui existe entre la recherche-développement et le capital risque ressort clairement dans le diagramme illustré au tableau 6, tiré d'une communication présentée récemment par le Conseil de recherches médicales du Canada au Japon<sup>25</sup>. Dans cette communication, on mettait en lumière le rôle essentiel de la recherche fondamentale dans la « dynamique vertueuse de croissance et de possibilités de développement ». Sans recherche fondamentale, les futures entreprises innovatrices ne verront pas le jour. Mais le diagramme traduit également le rôle primordial du capital risque. Une des raisons qui expliquent l'essor des entreprises américaines dynamiques dans les domaines de la biotechnologie et des technologies de l'information est que les investisseurs en capital risque américains placent 24 % de leurs investissements dans la biotechnologie et 46 %, dans les technologies de l'information<sup>26</sup>. À titre de comparaison, les investisseurs en capital risque européens ne placent que 2 % de leurs capitaux dans la biotechnologie et 16 % dans les technologies de l'information, ce qui explique, en partie, le manque de vigueur de ces secteurs en Europe, en dépit de l'importante activité de recherche fondamentale qui y est effectuée.

## Bibliographie

1. Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED). Rapport sur les investissements mondiaux, 1996.
2. Steiner, Robert. Wall Street Journal; The Globe and Mail, 27 janvier 1997.
3. Dobson, Wendy. Benchmarking the Canadian Business Presence in East Asia, 1995.
4. Dobson, Wendy. East Asian Capitalism: Diversity and Dynamism, 1996.
5. Business Week, 27 janvier 1997.
6. Courtis, Kenneth, Deutsche Group Asia, Ltd., 1997.
7. Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Annuaire des statistiques d'investissement direct international, 1996.
8. Commonwealth of Australia, Dept of Foreign Affairs and Trade. Overseas Chinese Business Networks in Asia.
9. M. Kevin Westley, président et chef de la direction, HSBC Investment Bank Asia Ltd. The Merchant Bank to Hongkong Bank, conférence de la Hong Kong Management Association sur la compétitivité régionale, 11 novembre 1996.
10. Fondation Asie-Pacifique du Canada. Les Asiatiques canadiens : un avantage méconnu du Canada, novembre 1994.
11. M. Toru Hirano, président de Sumitomo Canada Ltd., articles ayant paru dans The New Canadian, septembre 1996.
12. Prospectus Inc. Investir et faire des affaires au Canada, 1996.
13. Fondation Asie-Pacifique du Canada. Rapport, février 1997.



14. KPMG. Le choix concurrentiel : comparaison des coûts des entreprises au Canada et aux États-Unis, Prospectus Inc., octobre 1996.
15. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Bureau de l'Inspecteur général. Évaluation du programme de développement de l'investissement du ministère des Affaires étrangères, octobre 1996.
16. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Direction du Japon. Plan d'action du Canada pour le Japon, novembre 1996.
17. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Direction de la Corée et de l'Asie de l'Est. Plan d'action canadien en matière de commerce et d'investissement en République de Corée, 1996.
18. The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited. Business Profile Series on Asian Countries.
19. Science Council of B.C. Asia Pacific Investment Study, juin 1996.
20. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Message no 4 de la Déléguée commerciale en chef, 27 février 1997.
21. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Plan d'action en matière de commerce international et d'investissement pour l'Asie-Pacifique, novembre 1996.
22. Nomura Research Institute. Foreign Direct Investment in Asia, 1995.
23. Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Developing a Performance Management Framework for DFAIT Investment Promotion Programs, février 1997.
24. LOOK JAPAN. Technology Policy in a Borderless World, février 1997.
25. Conseil de recherches médicales du Canada. Les emplois en recherche dans le secteur de la santé et le CRM, février 1997.
26. The Economist, 25 janvier 1997.
27. Industrie Canada. L'investissement étranger direct et l'intégration économique de la zone APEC, Série de documents de travail, no 8, février 1996.
28. Industrie Canada. La région de l'Asie-Pacifique et l'économie mondiale : perspectives canadiennes, Documents de recherche d'Industrie Canada, sous la direction de Richard G. Harris, 1996.
29. Canada, Bibliothèque du Parlement, Service de recherche. L'importance de la région de l'Asie-Pacifique pour le Canada : rapport provisoire à l'intention du Comité sénatorial permanent des affaires étrangères, juin 1997.
30. John Naisbitt. Megatrends Asia, 1996.
31. Holroyd, Karin et Coates, Ken. Pacific Partners - The Japanese Presence in Canadian Business, Society and Culture.

# Contacts

InfoCentre  
Ministère des Affaires étrangères et du  
Commerce international  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

Tél: 1-800-267-8376  
(613) 944-4000 (Ottawa/Hull)  
Télé: (613) 996-9709

M. Richard Lovatt  
Direction général de l'Asie du Nord et du  
Pacifique  
Ministère des Affaires étrangères et du  
Commerce International  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

Tél: (613) 944-5941  
Télé: (613) 943-8286

Ambassade du Canada  
7-3-38 Akasaka  
Minato-ku  
Tokyo 107, Japon

Tél: (011-81-3) 3408-2101  
Télé: (011-81-3) 5412-6246  
5412-6303

Consulat général du Canada  
One Exchange Square  
11e-14e étage  
8 Connaught Place  
Hong Kong

Adresse postale:  
C.P. 11142  
Hong Kong

Tél: (011-852) 2847-7414  
Télé: (011-852) 2847-7441

Haut-commissariat du Canada  
Tours IBM, 14e étage  
80 chemin Anson  
Singapour 079907, Singapour

Adresse postale:  
Robinson Road C.P. 845  
Singapour 901645, Singapour

Tél: (011-65) 325-3200  
Télé: (011-65) 325-3294

Bureau du Commerce du Canada  
365 chemin Fu Hsing Nord  
13e étage  
Taipei, 10483 Taiwan

Tél: (011-886-2) 547-9500  
Télé: (011-886-2) 712-7244

Ambassade du Canada  
Kolon Building, 10e étage  
45 Mugyo-dong, Jung-ku  
Seoul 100-170, Corée

Adresse postale:  
C.P. 6299  
Seoul 100-662, Corée

Tél: (011-82-2) 753-2605/8  
753-7290/3  
Télé: (011-82-2) 755-0686

Haut-commissariat du Canada  
Plaza MBF, 7e étage  
Jalan Ampang  
50450 Kuala Lumpur, Malaisie

Adresse postale:  
C.P.10990  
50732 Kuala Lumpur, Malaisie

Tél: (011-60-3) 261-2000  
Télé: (011-60-3) 261-3428  
261-1270

Haut-commissariat du Canada  
61 rue Molesworth  
3e étage  
Thorndon (Wellington)  
Nouvelle-Zélande

Adresse postale:  
C.P. 12-049  
Thorndon (Wellington)  
Nouvelle-Zélande

Tél: (011-64-4) 473-9577  
Télé: (011-64-4) 471-2082

Ambassade du Canada  
Wisma Metropolitan  
5e étage  
Jalan Jendral Sudirman Kav.29  
Djakarta 12084, Indonésie

Adresse postale:  
C.P. 8324/JKS.MP  
Djakarta 12084, Indonésie

Tél: (011-62-21) 525-0709  
Télé: (011-62-21) 571-2251  
570-1494

Ambassade du Canada  
19 rue Dongzhimenwai  
District de Chaoyang  
Beijing 100600, Chine

Tél: (011-86-10) 6532-3536  
Télé: (011-86-10) 6532-4072

Consulat général du Canada  
5e étage, Édifice Quay West  
111 rue Harrington  
Sydney, N.S.W., Australie 2000

Tél: (011-61-2) 9364-3000  
Télé: (011-61-2) 9364-3097  
9364-3098

Ambassade du Canada  
Centre Allied Bank, 11e étage  
6754 avenue Ayala  
Makati  
Manille, Philippines 1200

Adresse postale:  
C.P. 2168  
succursale postale Makati Central  
1261 Makati  
Manille, Philippines 1299

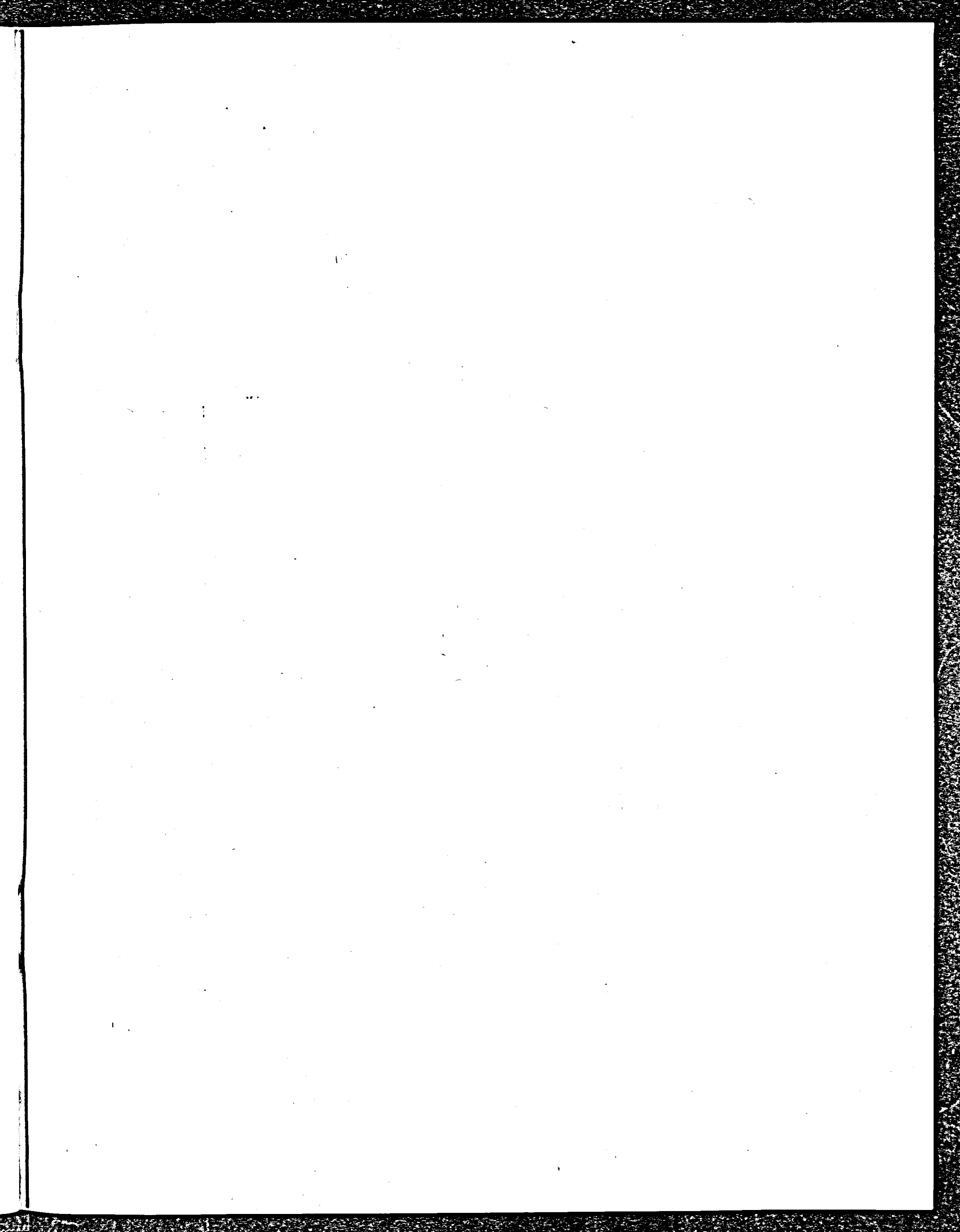
Tél: (011-63-2) 867-0001  
Télé: (011-63-2) 810-1699  
810-8839

Ambassade du Canada  
Édifice Boonmitr  
138 chemin Silom, 12e étage  
Bangkok 10500, Thaïlande

Adresse postale:  
C.P. 2090  
Bangkok 10500, Thaïlande

Tél: (011-66-2) 237-4126  
Télé: (011-66-2) 236-6463





LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20097951 9

DOCS

CA1 EA 97A76 FRE

Strategie de promotion de

l'investissement Asie-pacifique. -

62387323



