

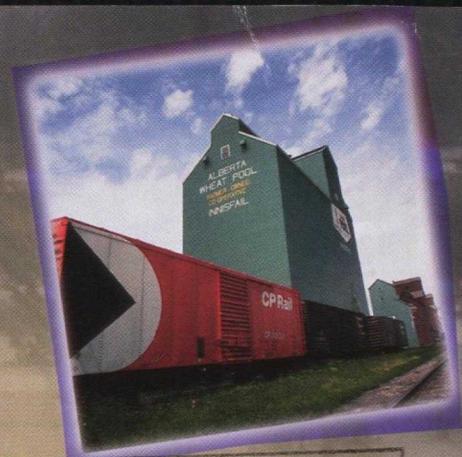
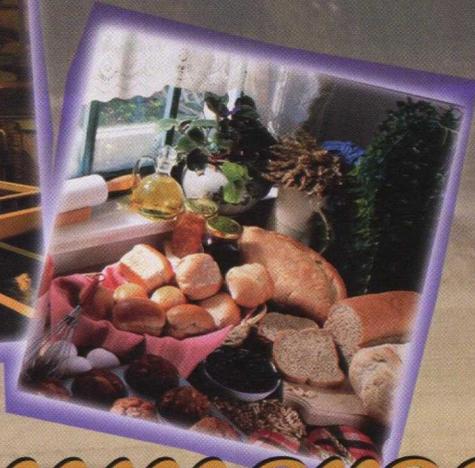
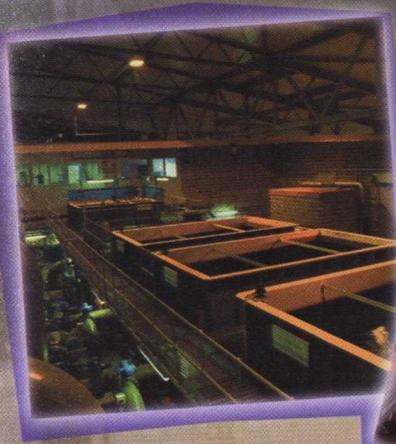
doc
CA1
EA
99C17
FRE

Canada

Le commerce
c'est important!

- 2003
- 2002
- 2001
- 2000
- 1999





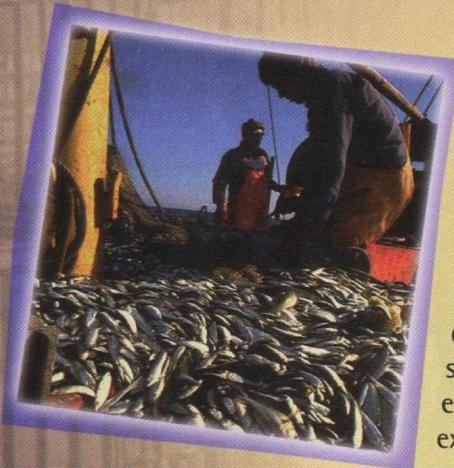
Le Commerce c'est important!

Dept. of Foreign Affairs
Min. des Affaires étrangères

MAR 15 2006

Return to Departmental Library
Retourner à la bibliothèque du Ministère

Pour la sixième année consécutive, les Nations Unies ont placé le Canada au premier rang dans le monde pour la qualité de vie. Comment un pays de 30 millions d'habitants peut-il ainsi devancer tous les autres? La réponse tient pour une bonne part à nos échanges commerciaux avec les autres pays. Le commerce, en effet, améliore la qualité de vie des Canadiens et des Canadiennes. Grâce aux succès remportés sur les marchés internationaux, nous possédons les ressources économiques dont nous avons besoin pour créer le pays que nous désirons.

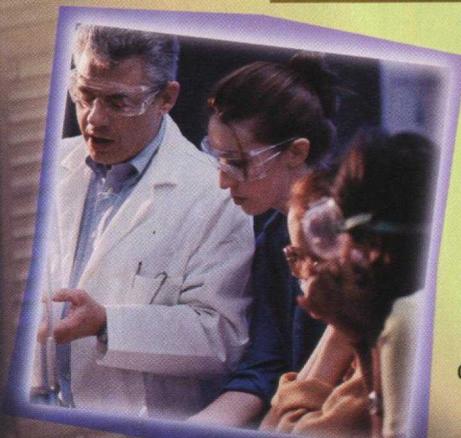


Le commerce international est-il réellement important pour le Canada? Les chiffres sont éloquentes à cet égard. Plus de 40 % de tout ce qui est produit chez nous est exporté. En 1998, nos ventes à l'étranger atteignaient un niveau record pour la septième année consécutive. Nos expéditions de biens et services à travers le monde s'élevaient à 368 milliards de dollars, soit plus de 12 145 \$ par personne, enfants, adolescents et retraités compris.

L'économie canadienne, avec sa complexité grandissante et son potentiel énorme, ne peut continuer de croître que si nous trouvons de nouveaux débouchés à l'extérieur de nos frontières. Au sein de la population mondiale, seulement une personne sur 200 se trouve au Canada. Si nous ne nous efforçons pas de savoir ce que les 199 autres ont à vendre ou à acheter, nos exportateurs ne tarderont pas à voir leur recettes diminuer et de nombreux emplois disparaîtront. Aujourd'hui, un emploi sur trois est tributaire de nos ventes à l'étranger, et chaque augmentation d'un milliard de dollars de nos exportations soutient 6 000 emplois au Canada.



LA CONCURRENCE, SOURCE DE PROSPÉRITÉ

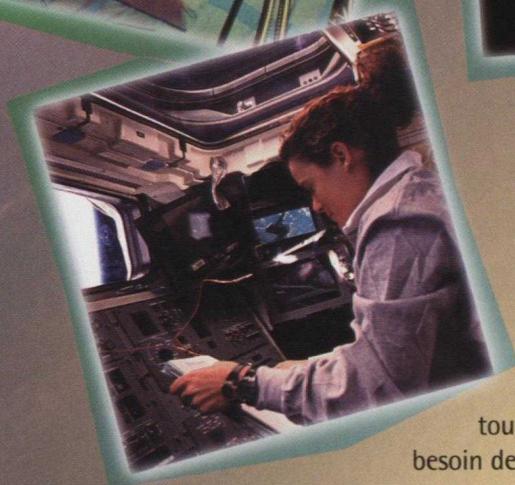


Si on demande à un écolier de cinquième année pourquoi le commerce est important, on peut s'attendre à une réponse du genre : « Les Canadiens vendent des tas de trucs aux autres pays et ça nous rapporte beaucoup d'argent. Nous nous servons de cet argent pour acheter les choses dont nous avons besoin. » Aussi simpliste que cette explication puisse paraître, tant pour les économistes que pour les adultes en général, elle a tout de même le mérite de cerner parfaitement la dynamique des échanges commerciaux.

17083402



Les exportations de *Douglas and McIntyre*, qui atteignaient 23 % des ventes totales il y a deux ans, représentaient 31 % du chiffre d'affaires de 6,1 millions de dollars enregistré en 1998. Plus de 80 % des ventes à l'étranger sont destinées aux États-Unis, tandis que 16 % se dirigent vers l'Europe et 3 % vers le Japon et l'Australie. « En cinq ans, les exportations en sont venues peu à peu à occuper une place très importante dans nos activités. Nous avons réorienté notre stratégie d'édition pour l'axer davantage sur le marché international. »
SCOTT McINTYRE, PRÉSIDENT, DOUGLAS AND McINTYRE PUBLISHING GROUP,
VANCOUVER (COLOMBIE-BRITANNIQUE)



Le commerce international englobe les importations aussi bien que les exportations. Si une partie des milliards de dollars que nous recevons pour nos exportations servent à acheter des produits à l'étranger, cela sert les intérêts de tout le monde : pour que les pays étrangers puissent acheter nos produits, ils ont besoin de nous vendre leurs propres marchandises.

Les importations nous permettent d'acquérir la technologie et les matériaux dont nous avons besoin pour accroître nos exportations, et elles élargissent nos choix en tant que consommateurs d'une grande variété de produits – des oranges aux voitures en passant par les médicaments. Elles encouragent la concurrence sur les prix, contribuent à la création d'emplois, stimulent le progrès technologique et favorisent le développement d'une société mieux instruite et mieux informée.

Comme toute nouvelle possibilité d'expansion, le commerce peut aussi présenter certains risques. Toutefois, il ne fait pas de doute que, pour les pays résolus à affronter la concurrence, le commerce international engendre une gamme infinie de situations où toutes les parties y gagnent.

L E CANADA A-T-IL LES RESSOURCES NÉCESSAIRES ?

Dans le passé, l'économie canadienne reposait sur l'exploitation des matières premières – grains, minerais, bois d'œuvre, etc. Ces produits revêtent toujours une grande importance, mais leur part relative de nos exportations a diminué sensiblement, passant de 65 % à 45 % en vingt ans.

Ce qui explique cette évolution, c'est que depuis quelques décennies, l'économie canadienne s'est transformée en une économie du savoir. Notre système éducatif est un des meilleurs au monde, comme l'illustre le fait qu'en 1998, par exemple, on trouvait pas moins de 18 universités canadiennes parmi les établissements nord-américains offrant les 40 meilleurs programmes de génie électrique. Les établissements canadiens dispensent les connaissances techniques qui alimentent les industries modernes de haute technologie – notre industrie aérospatiale, par exemple, se classe cinquième au monde.

Dans le dernier rapport sur la compétitivité des pays à l'échelle mondiale, le Canada vient au premier rang pour ce qui est du potentiel technologique. Nous ne pouvons pas nous permettre de gaspiller ce potentiel. Notre marché intérieur n'est tout simplement pas assez vaste pour absorber l'énorme capacité de production du Canada. Si nous ne voulons pas renoncer aux bienfaits que celle-ci peut nous procurer, nous devons, grâce aux échanges commerciaux, en faire la source de notre réussite sur les marchés mondiaux.





Diagnostics Chemicals tire actuellement environ 90 % de son chiffre d'affaires de l'exportation, comparativement à 75 % il y a cinq ans. Les États-Unis, qui absorbent 80 % de ses expéditions, constituent son marché le plus important, mais elle a aussi d'importants débouchés au Japon, en Allemagne, en France et en Italie. L'entreprise a établi des filiales aux États-Unis et au Mexique pour mieux répondre à la demande. Elle compte aujourd'hui 150 employés, soit deux fois plus qu'il y a trois ou quatre ans.
DIAGNOSTICS CHEMICALS LTD
CHARLOTTETOWN (ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD)

Le Canada est, de loin, le pays qui exporte le plus vers les États-Unis. De 1993 à 1998, nos ventes de marchandises à ce pays sont passées de 149 à 242 milliards de dollars, tandis qu'en 1998 nos importations en provenance de nos voisins se chiffraient à 234 milliards. Si nous pouvons nous mesurer avec autant de succès aux Américains, des gens d'affaires compétitifs, nous pouvons aussi concurrencer tous les autres pays.

*P*OUR ÊTRE PROSPÈRES, NE VIVONS PAS ISOLÉS

D'aucuns diront que le Canada risque de perdre son identité s'il en vient à dépendre trop étroitement des bienfaits qu'apporte le commerce international. Cette crainte est injustifiée. Les Canadiens savent qui ils sont; ils savent aussi que pour financer les programmes culturels et sociaux qui font du Canada ce qu'il est, celui-ci a besoin que son économie continue de croître. Nous ne pouvons rester inactifs, nous devons réussir sur les marchés étrangers pour favoriser le progrès économique au pays. C'est grâce au commerce que ceux et celles qui travaillent dans nos hôpitaux, enseignent dans nos écoles ou gèrent nos programmes sociaux peuvent améliorer leur niveau de vie. En commençant avec les autres pays, les Canadiens restent donc fidèles à eux-mêmes.

Ce qu'il faut surtout éviter, c'est de se couper du reste du monde. Les travailleurs, les propriétaires de petites entreprises et les entrepreneurs du Canada sont tout à fait capables de se mesurer à la concurrence étrangère. Ils comptent sur leur gouvernement pour qu'il mette en place, de concert avec les autres gouvernements, des règles du jeu qui établiront un régime de concurrence équitable à l'échelle mondiale.

Les échanges commerciaux entraînent les investissements, et vice versa. Il fut un temps où de nombreux Canadiens se méfiaient de l'investissement étranger – une attitude qui, d'ailleurs, n'a pas complètement disparu. Mais on n'a qu'à considérer l'exemple d'Ericsson Communications Canada, investisseur international qui embauche des jeunes Canadiens hautement qualifiés pour travailler ici plutôt qu'ailleurs, et pour le bénéfice de tous les Canadiens.



Les exportations d'*Avant-Garde Engineering* ont centuplé depuis 1994, atteignant 23 millions de dollars en 1998. Cette firme, dont le taux de croissance est parmi les plus élevés au Canada, est 40 fois plus importante qu'elle ne l'était il y a cinq ans. En 1994, AGE comptait trois employés, tandis qu'aujourd'hui elle en a plus de 100 et s'attend à doubler ce nombre au cours des prochaines années. Elle exporte surtout aux États-Unis, mais aussi vers le Chili, la France et l'Égypte.
AVANT-GARDE ENGINEERING, L'ASSOMPTION (QUÉBEC)



Après avoir visité le Japon en 1992, GAYLORD LINDAL, de *Viceroy Homes*, était convaincu qu'il y avait là un marché plein de promesses. Grâce aux efforts déployés dans ce pays, Viceroy a vu les exportations stimuler sa production, qui est passée de quelques centaines d'unités au début des années 90 à 1400 unités en 1998-1999. Le nombre d'employés, qui était tombé à 100, est maintenant remonté à 350 et continue de croître. « Nous exportons des produits à valeur ajoutée, ce qui dégage des retombées positives pour le Canada. Et cela dans un marché qui est sans doute le plus difficile à pénétrer au monde. »
 GAYLORD LINDAL, PRÉSIDENT ET DIRECTEUR GÉNÉRAL
 VICEROY HOMES LTD, PORT HOPE (ONTARIO)

LES PRIORITÉS COMMERCIALES DU CANADA

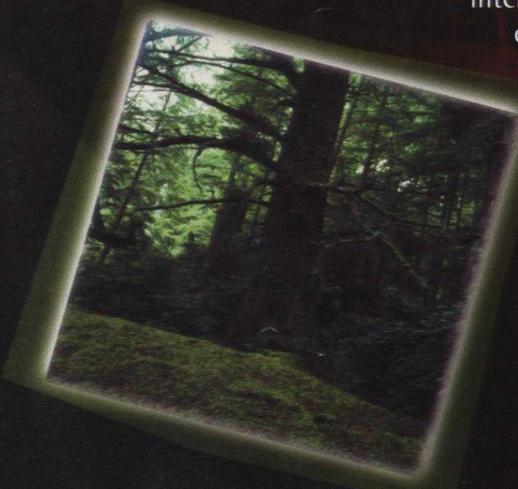
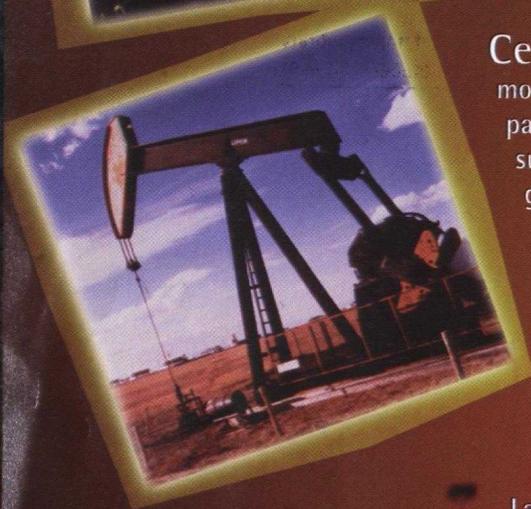
Certains ont exprimé des craintes quant aux effets de la mondialisation des marchés sur le commerce canadien. Ces craintes sont parfois exagérées, mais d'autres sont tout à fait légitimes. Le changement suscite toujours de nouveaux défis, et ceux-ci réclament toute l'attention des gouvernements, dont la tâche est de maximiser les bienfaits apportés par ces changements et d'en atténuer les effets défavorables.

À la fin de novembre, le Canada entamera des discussions avec plus de 130 pays membres de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) lors de la troisième conférence ministérielle de l'OMC, qui aura lieu à Seattle (dans l'État de Washington). Ces entretiens porteront sur les accords antérieurs de l'OMC et sur le nouveau cycle de négociations, qui doit débiter en 2000.

La participation active du Canada aux réunions de l'OMC souligne la détermination du gouvernement de veiller à ce que les règles régissant les transactions commerciales à travers le monde soient équitables.

Puissance moyenne, le Canada doit parfois concurrencer des pays qui n'hésitent pas à jouer des coudes. Nous ne sommes pas en mesure d'égaliser les subventions et les autres avantages déloyaux que certains pays offrent à leurs industries et à leurs agriculteurs. C'est pourquoi il faut mettre en place des règles que tous les pays s'engageront à respecter. Le Canada est tout à fait capable de soutenir la concurrence sur les marchés internationaux, mais il faut que les règles du jeu soient équitables, qu'elles soient claires et qu'elles soient appliquées uniformément envers tous.

Pour pouvoir bénéficier des avantages qui découlent des échanges internationaux, tous les participants doivent connaître les règles en vigueur et accepter de s'y conformer.



En 1998-1999, plus de 60 % des produits pharmaceutiques vendus par *Dominion Veterinary Laboratories* étaient destinés aux marchés étrangers. Les ventes aux États-Unis valaient 3,5 millions de dollars, tandis que les expéditions vers le Moyen-Orient atteignaient 400 000 dollars. Les exportations se sont accrues très rapidement ces dernières années, passant de 25 000 dollars seulement en 1994-1995 à leur valeur actuelle d'environ 4 millions. « Ces chiffres montrent qu'une entreprise familiale peut laisser sa marque sur le marché international. L'exportation nous a ouvert d'excellentes possibilités. »
 SHELDON EARN, PRÉSIDENT
 DOMINION VETERINARY LABORATORIES, WINNIPEG (MANITOBA)

Rachael Lewis est encore sous le coup de sa tournée rapide au Japon en septembre. Sa petite entreprise d'expertise-conseil, *R.L. Resource Management*, est une des quatre firmes du Yukon à avoir participé à la mission d'Équipe Canada dans certains pays de l'ouest du Pacifique. C'était une première visite au Japon pour cette firme, qui en était toutefois à sa deuxième participation aux missions d'Équipe Canada. « Nous avons établi de nombreux contacts utiles en Amérique latine lors de la mission de 1998, et plusieurs organismes gouvernementaux ont pris contact avec nous grâce aux représentants de deux compagnies chiliennes que nous avons rencontrés là-bas. »

RACHAEL LEWIS, ASSOCIÉE
R.L. RESOURCE MANAGEMENT, WHITEHORSE (YUKON)



Ils doivent maintenir un juste équilibre entre la poursuite de leurs objectifs commerciaux et leur engagement envers la justice sociale et la protection de l'environnement à l'échelle mondiale.

Le Canada accorde une importance prioritaire à ces deux dossiers au sein de la Zone de libre-échange des Amériques. Il entend faire de même lors de la conférence de l'OMC à Seattle.

VOUS VOULEZ EN SAVOIR PLUS?

Pour de plus amples renseignements sur les priorités commerciales du Canada, rendez-vous à la page suivante du site web du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international : www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/

Pour transmettre vos commentaires sur ces questions commerciales : www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/contact-f.asp

ou adressez-vous à :
Consultations sur les
négociations commerciales
Direction des consultations et de la
liaison - Politique commerciale (EBC)
Ministère des Affaires étrangères et du
Commerce international
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Télécopieur : (613) 944-7981

On pourra obtenir des exemplaires imprimés de cette publication en s'adressant au :
Service des renseignements (SXCI)
Ministère des Affaires étrangères et du
Commerce international
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex, tour B-2
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

ou en composant l'un des numéros suivants :
1 800 267-8376 (interurbain sans frais)
(613) 944-4000 (région d'Ottawa-Hull)
Télécopieur : (613) 996-9707

AUTRES SOURCES

Strategis : Commerce et investissement	http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrkti/frndoc/homepage.html
Finances et commerce internationaux	http://www.fin.gc.ca/activity/ACTIVEF.html
Douanes : Entreprises	http://www.ccra-adrc.gc.ca/customs/business/menu-f.html
Contrat Canada : Accords commerciaux	http://contratcanada.gc.ca/fr/trade-f.htm
Politiques commerciales agroalimentaires	http://www.agr.ca/itpd-dpci/indexf.html
Agence canadienne d'inspection des aliments	http://www.cfia-acia.agr.ca/francais/tocf.html
Programme du travail	http://labour-travail.hrdc-drhc.gc.ca/doc/lab-trav/fra/
La voie verte : Pactes environnementaux	http://www.ec.gc.ca/envagree_f.html
Patrimoine canadien : Commerce et investissement	http://www.pch.gc.ca/culture/invest/francais.htm

DOCS
CA1 EA 99C17 FRE
Canada : le commerce c'est
important. --
17083402

En octobre 1999, *Ericsson* annonçait un investissement de 196 millions de dollars pour mettre au point de nouvelles solutions dans les télécommunications. Cette mise de capitaux contribuera à créer 130 nouveaux postes d'ingénieurs dans les laboratoires de recherche d'Ericsson à Montréal. Ericsson, qui a investi plus d'un milliard de dollars au Canada depuis 1990, emploie 1400 personnes à ses installations de Montréal et Mississauga. Son chiffre d'affaires en 1998 dépassait les 600 millions de dollars.
ERICSSON COMMUNICATIONS CANADA, MISSISSAUGA (ONTARIO)



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce internationale

Department of Foreign Affairs
and International Trade