

doc
CA1
EA
84C12
FRE

Rapport sur les exportations
canadiennes au
Royaume-Uni



Affaires extérieures
Canada

External Affairs
Canada

Rapport sur les exportations canadiennes au Royaume-Uni

43-240-416.

LIBRARY DEPT. OF EXTERNAL AFFAIRS
ADMINISTRE DES AFFAIRES ETRANGERES

Juillet 1984

COMMENT UTILISER CE RAPPORT

Le RAPPORT SUR LES EXPORTATIONS CANADIENNES AU ROYAUME-UNI a pour grand objectif de fournir des données pertinentes, opportunes et précises de façon à permettre aux gens d'affaires canadiens de définir une stratégie de marketing ou un plan d'action pour le marché britannique, selon la formule qui semble la mieux adaptée aux objectifs de leur entreprise. Cette façon d'aborder le marché britannique découle des résultats d'une enquête menée auprès des lecteurs de la précédente série des *Plan(s) d'expansion des exportations canadiennes*. Elle la remplacera désormais.

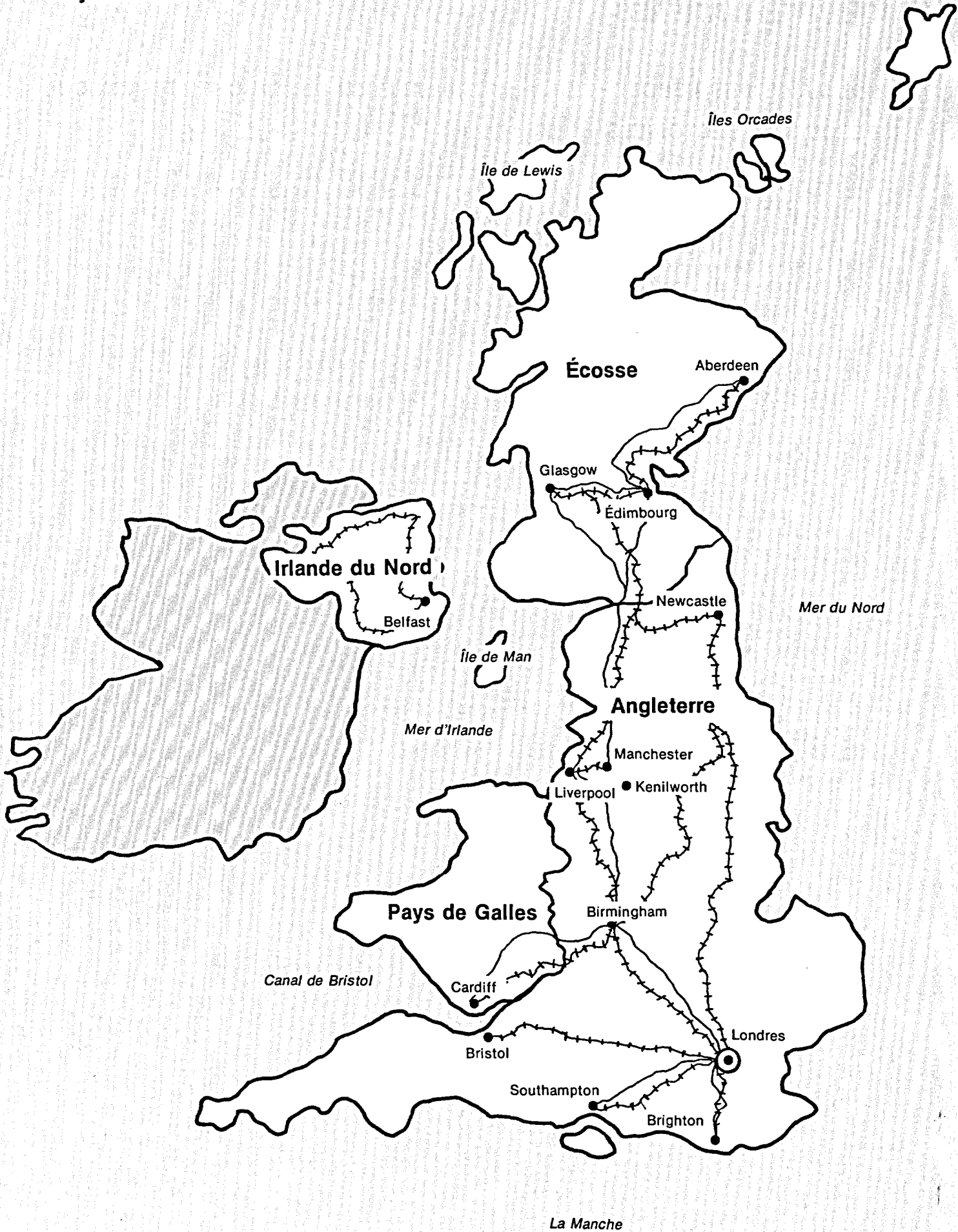
Le présent rapport fournit des renseignements sur les débouchés sectoriels au Royaume-Uni ainsi que des conseils sur les secteurs d'activité à envisager dans l'élaboration de programmes de marketing au Royaume-Uni. Un survol du marché britannique fournit des renseignements de base sur les relations commerciales et économiques du Canada avec ce pays, sur l'actuelle structure du commerce ainsi que sur la promotion et les services commerciaux. Le lecteur recherchant un résumé de ce rapport y trouvera un sommaire des débouchés.

Le lecteur pourra prendre connaissance de tous les services et programmes offerts par le gouvernement fédéral à Londres, Glasgow (délégations commerciales) et Ottawa, ainsi que par les ministères provinciaux de l'Industrie et du Commerce, les associations commerciales et les principales banques commerciales du Canada.

Si la partie traitant des débouchés devait encourager votre entreprise à exporter au Royaume-Uni ou à y élargir ses opérations, vous êtes incité à tirer avantage de ces services. En outre, le lecteur voudra peut-être consulter *Les exportations : feuille de route*, publication de l'Association canadienne d'exportation (qu'on peut se procurer aux bureaux régionaux du MEIR) qui précise aux exportateurs les points de contact au sein des divers ministères et organismes du gouvernement fédéral.

TABLE DES MATIÈRES

I. SOMMAIRE DES DÉBOUCHÉS	5	III. APERÇU DU MARCHÉ BRITANNIQUE	
II. DÉBOUCHÉS SECTORIELS		Objectif	39
A. Détermination des secteurs prioritaires ..	7	Relations entre le Canada et le Royaume-Uni	39
B. Survol: Exportations de matières premières canadiennes au Royaume-Uni	7	Caractéristiques du marché britannique	39
1. Produits de la forêt		Caractéristiques du commerce bilatéral	41
1.1 Produits de bois ouvré	8	Instruments d'expansion du commerce	44
1.2 Bois de construction et panneaux extérieurs	9	IV. ANNEXES	
C. Survol: Exportations d'articles manufacturés et de produits de pointe au Royaume-Uni	10	A. Données de base sur le Royaume-Uni	46
1. Électronique		B. Exportations canadiennes au Royaume-Uni, 1982-1983	46
1.1 Télécommunications	12	C. Importations canadiennes du Royaume-Uni, 1982-1983	48
1.2 Informatique	15	D. Projets PDME approuvés pour le Royaume-Uni par secteur industriel, 1980-1981 à 1983-1984	49
2. Outillage et équipement		E. Exportations canadiennes de métaux non ferreux et de minéraux au Royaume-Uni, 1981-1982	50
2.1 Matériel pour les industries secondaire et tertiaire	16	F. Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).....	50
2.2 Pièces et accessoires d'automobile	19	G. Programme des projets de promotion	51
2.3 Matériel et services pour l'exploitation pétrolière et gazière sous-marine	20	H. Adresses utiles	51
3. Produits de consommation et de loisir		I. Publications utiles	55
3.1 Articles de sport	22	J. Liste des abréviations	56
3.2 Produits de consommation	24		
3.3 Meubles	24		
D. Produits agricoles, halieutiques et alimentaires	25		
1. Aliments traités	26		
2. Produits agricoles	29		
3. Poisson et produits du poisson	31		
E. Opérations en tiers pays	35		
F. Tourisme	37		



I. SOMMAIRE DES DÉBOUCHÉS

OBJECTIF

Le RAPPORT SUR LES EXPORTATIONS CANADIENNES AU ROYAUME-UNI a été conçu pour aider les entreprises canadiennes à élargir leurs relations économiques avec le Royaume-Uni (R.-U.) en matière d'exportation de biens et des services.

Le présent document a été préparé dans le cadre de la politique et des programmes du gouvernement fédéral visant à aider les exportateurs canadiens à mieux concentrer les efforts de commercialisation du Canada à l'étranger.

INTRODUCTION

Le marché britannique est le troisième en importance pour le Canada et le deuxième pour les biens manufacturés. En 1983, le R.-U. a acheté des produits canadiens d'une valeur de quelque 2,5 milliards de dollars, ce qui représente près de 40 % de nos ventes à l'ensemble du marché de la Communauté économique européenne (CEE).

Le R.-U. reste prometteur à long terme pour l'exportateur. Tout comme le reste du monde industrialisé, ces dernières années, il a connu un chômage élevé, des baisses de productivité et une diminution de la compétitivité de ses prix, la fermeture et la sous-utilisation de ses usines, une baisse de l'activité des industries de services, une chute des exportations de biens manufacturés et un manque d'investissements dans de nouvelles installations. Il y a cependant des signes positifs d'une relance soutenue — et déjà bien engagée — au R.-U., ce qui ouvre des perspectives encourageantes aux produits canadiens pour les deux ou trois années à venir.

Le présent rapport adopte une attitude optimiste à l'égard du marché britannique et de son importance pour le Canada. Non seulement s'agit-il d'un marché très important, mais les biens et les services canadiens qu'il absorbe comprennent une proportion considérable de biens entièrement finis, ce qui augmente la valeur pour toutes les régions du Canada.

TENTATIVES D'ACCROISSEMENT DU COMMERCE CANADIEN À CE JOUR

Malgré les problèmes de l'économie britannique et le fait que le Canada ne soit plus un fournisseur privilégié par suite de l'adhésion de la Grande-Bretagne à la CEE, nous avons continué d'obtenir de bons résultats sur le marché britannique.

En 1980, lorsque le taux de change livre/dollar était de 2,72/1, les exportations du Canada atteignaient 3,2 milliards de dollars. En 1981, avec un taux de change de 2,41/1, nos exportations atteignaient un sommet de 3,3 milliards. L'année 1982, avec un taux de change de 2,15/1, a vu nos exportations baisser de presque 12 % pour se stabiliser à 2,7 milliards. En 1983, alors que le taux de change était de 1,87/1,

les exportations canadiennes ont reculé au niveau des 2,5 milliards.

Malgré la baisse de la demande, le Canada a continué de connaître de bons résultats à l'égard des biens manufacturés, particulièrement les produits de haute technologie. Les biens entièrement ouverts constituent présentement environ 14 % des exportations canadiennes au R.-U.

Les perspectives restent fort bonnes, à la condition que les exportateurs canadiens consacrent les efforts nécessaires à l'expansion du marché.

FUTURS DÉBOUCHÉS

Les succès passés ont amené une intensification des efforts en vue de découvrir d'autres secteurs où il serait possible d'accroître les débouchés actuels ou d'en créer de nouveaux. Il existe un grand nombre de domaines dans lesquels les fournisseurs canadiens de biens et de services peuvent s'attendre à réussir, notamment les produits de haute technologie, comme les ordinateurs ainsi que le matériel et les services connexes, et les télécommunications, en particulier tous les genres d'appareils et de dispositifs pour les lignes et les centraux téléphoniques. Le matériel de défense constitue une catégorie spéciale qui offre d'excellentes occasions, particulièrement aux entreprises qui peuvent fournir des éléments et des systèmes électroniques et aérospatiaux hautement complexes.

Il existe également des possibilités dans le domaine des matériaux de construction, notamment le bois tendre et le bois dur de construction, les panneaux de copeau, le contre-plaqué de bois tendre, les produits en bois ouvré et les meubles. Le R.-U. est un marché fort important pour nos fournisseurs de produits des pâtes et papiers. Des efforts ardues sont actuellement déployés pour maintenir notre part du marché, surtout pour le papier journal.

Les secteurs des métaux et des minéraux continueront à offrir des possibilités à l'égard des produits non ferreux, primaires et semi-transformés, à mesure que progressera la reprise économique et que l'augmentation de la demande fera monter les prix. Ce vaste et important marché pour nos produits miniers continuera de faire l'objet d'une attention soutenue et active, tant au Canada qu'au R.-U.

L'industrie de la transformation offre des débouchés pour les pièces d'automobiles, particulièrement sur le marché de l'après-vente, pour le matériel d'impression, d'emballage, d'étiquetage et de traitement des plastiques, pour certains matériels destinés aux industries de services, et plus particulièrement la restauration et la vente au détail, ainsi que pour le matériel et les services destinés aux industries pétrolière et gazière. Dans le domaine des produits de consommation, il y a des débouchés pour des articles de loisirs comme les vêtements, les chaussures et les accessoires de sport ainsi que pour certains articles-cadeaux, articles de mode et tissus.

Le secteur des produits agricoles, halieutiques et alimentaires est également prometteur pour certains

types de graines de provendes, les légumes à gousse, le bétail, la semence et les embryons de bétail, le bœuf de haute qualité, les produits du poisson en conserve et congelés, le maïs congelé, les pommes fraîches et certains aliments transformés.

On prévoit que le R.-U. restera notre plus importante source de touristes d'outre-mer. Le marché est extrêmement concurrentiel et nécessite une promotion originale.

Les investissements britanniques ont contribué d'une façon importante au développement du Canada dans chacune des grandes sphères de l'activité industrielle. Les contacts entre sociétés intéressées par des accords de licence ou des entreprises de coproduction, au Canada ou au R.-U., sont facilités par les bureaux que les gouvernements fédéral et provinciaux gèrent au Canada et à Londres. En outre, le R.-U. est une source importante de placements de portefeuille au Canada, dont les provinces et les entreprises d'utilité publique se servent comme source de financement.

Londres est depuis longtemps un centre de haute finance et de commerce pour les régions du monde avec lesquelles le R.-U. entretient des liens de longue date. S'appuyant sur l'infrastructure commerciale de Londres, le haut-commissariat du Canada, en collaboration avec des sociétés et institutions financières du Canada, recueille des renseignements sur les projets en cours ou à venir. On encourage les responsables basés à Londres et chargés du développement de projets sur des marchés comme l'Arabie Saoudite, le Koweït et d'autres États du Golfe, l'Égypte, le Nigeria, l'Inde, Hong Kong, la Chine, Singapour et la Malaisie à songer à la possibilité d'utiliser du matériel et des services canadiens.

II. DÉBOUCHÉS SECTORIELS

A. DÉTERMINATION DES SECTEURS PRIORITAIRES

L'analyse du marché britannique a révélé un certain nombre de secteurs prioritaires que le savoir-faire et les compétences des Canadiens leur permettraient d'exploiter. Les efforts de commercialisation dans ces secteurs devraient entraîner une augmentation des ventes des produits canadiens.

Chaque chapitre de ce rapport se concentre sur un segment différent du marché britannique: produits primaires, articles manufacturés, produits agricoles, halieutiques et alimentaires, projets d'immobilisation dans les tiers marchés et tourisme. Les trois premiers chapitres sont précédés d'un survol des possibilités d'exportation. Les deux derniers constituent eux-mêmes des esquisse d'horizon. Les possibilités sectorielles sont esquissées pour chacun des trois premiers chapitres.

Les secteurs traités ici ne constituent évidemment pas les seules possibilités d'exportations canadiennes au R.-U. Bon nombre de nos exportations de longue date continueront de se développer avec un minimum de promotion ou d'aide directe du gouvernement. Ceci est particulièrement vrai pour les métaux et minéraux à l'état brut et semi-fini ainsi que pour le papier journal. Le secteur public a un rôle particulier à jouer dans la promotion et le maintien d'un environnement commercial international plus stable et ouvert dans lequel les entreprises canadiennes et étrangères sont encouragées à planifier, à investir et à se développer dans un climat de confiance.

Rappelons que le marché britannique, riche et varié, pourrait permettre d'augmenter les ventes cana-

diennes de nombreux autres produits non traités dans ce rapport. Les entreprises canadiennes sont encouragées à effectuer leurs propres études de marché et à demander l'avis du ministère des Affaires extérieures ainsi que des représentants commerciaux du Canada au R.-U., dans les bureaux régionaux du ministère de l'Expansion industrielle régionale ou dans les délégations commerciales des provinces en ce qui touche les débouchés sectoriels précis.

B. SURVOL: EXPORTATIONS DE MATIÈRES PREMIÈRES CANADIENNES AU ROYAUME-UNI

En terme de valeur, les produits à base de matières premières ont toujours occupé une position dominante dans nos exportations vers le R.-U. De plus, nous nous attendons à ce que ces produits restent, dans l'avenir prévisible, au nombre de nos principaux produits d'exportation au R.-U.

Les structures du commerce canado-britannique de ces produits sont bien établies en raison des relations que les producteurs et les exportateurs canadiens ont établies au fil des ans avec les consommateurs, les négociants et les marchands britanniques.

Les prix sont généralement laissés au libre jeu du marché et toutes les matières peuvent être facilement achetées à de nombreuses sources de par le monde. Dans les cas importants, les prix sont déterminés par une bourse internationale de produits, par exemple la Bourse des métaux de Londres et la COMEX, sa contrepartie à New York. Les transactions y sont menées avec confiance puisque les matières échangées se conforment ou sont spécifiquement liées à des normes de qualité convenues au niveau international. (Voir l'Annexe E pour plus

Tableau 1
Exportations de matières premières canadiennes au Royaume-Uni, 1981-1983

	milliers de dollars		
	1981	1982	1983
Papier journal	351 716	350 291	274 115
Bois d'œuvre et produits en bois	256 380	233 727	257 618
Minerais de fer	191 747	160 445	225 525
Pâte	176 113	144 339	115 313
Cuivre et laiton	158 786	136 110	96 722
Plomb et zinc	71 903	86 844	46 744
Nickel	170 637	53 075	116 718
Métaux de platine (minerais et déchets)	111 327	55 887	58 601
Autres papiers	65 225	45 840	45 508
Fer, acier et alliages	11 858	33 129	6 612
Amiante	29 960	27 735	25 582
Aluminium	7 340	6 539	5 916
Minéraux non métalliques	7 077	3 673	246
TOTAL	1 610 069	1 327 634	1 275 220
Pourcentage de l'ensemble des exportations canadiennes au R.-U.	48,9%	49,8%	52,1%

Source: Statistique Canada

de détails sur les exportations de métaux et de minéraux non ferreux.)

Les objectifs de la politique commerciale canadienne encourageant l'exportation de produits à base de matières premières davantage transformés (c.-à-d. à plus forte valeur ajoutée) nécessitent que les délégués commerciaux du Canada collaborent avec le secteur privé pour recenser de nouveaux débouchés. Par exemple, des efforts sont actuellement menés pour élargir les marchés des produits métalliques et minéraux transformés ou ouvrés pour lesquels nos producteurs sont compétitifs. La concurrence accrue livrée par les autres pays pour se tailler une part du marché des métaux et minéraux de première transformation nécessite des efforts permanents pour protéger les intérêts canadiens au R.-U.

Dans le cas d'autres produits comme le papier journal, ce sont les contrats à long terme qui prédominent.

Les producteurs canadiens rencontrent un certain nombre de problèmes lorsqu'ils cherchent à élargir leurs ventes de produits des pâtes et papiers (et notamment de papier journal et de pâte de bois) qui peuvent nécessiter des efforts de marketing plus dynamiques menés par le biais de contacts permanents avec les agents de commercialisation, les associations de producteurs et de consommateurs ainsi que les organismes du gouvernement britannique. Le marché des pâtes et papiers devrait se développer lentement, et on peut s'attendre à une intensification de la concurrence livrée par les nouvelles installations de production britanniques et par d'autres producteurs à la suite de la dévaluation des monnaies finnoise et suédoise, ainsi que de l'élimination des tarifs douaniers en vertu de l'entente sur les produits industriels conclue entre la CEE et l'Association européenne de libre-échange (AELE).

Les chiffres donnés au tableau 1 montrent une diminution de la valeur des exportations canadiennes de presque chaque produit sur la liste entre 1981 et 1982, tendance à la baisse qui s'est poursuivie en 1983. Des analyses montrent que le phénomène est attribuable à plusieurs influences, comme par exemple:

- les effets de la récession;
- le remplacement de produits traditionnellement importés par des matières nouvelles et localement produites, comme les fibres optiques et l'aluminium, pour remplacer le cuivre, et le papier journal britannique pour remplacer le papier journal importé;
- les progrès technologiques réalisés dans l'utilisation de matériaux comme, par exemple, les accumulateurs au plomb qui nécessitent sensiblement moins de plomb pour une capacité donnée;
- la chute des cours de nombreux produits de base;
- les pressions que les écologistes exercent sur certaines matières, comme le plomb (dans l'essence) et l'amiante (de façon générale);

— les cours du change qui avantagent certains pays: par exemple, la dévaluation de la monnaie scandinave au début de 1983 a avantagé, en termes de prix, le bois d'œuvre d'origine scandinave.

Étant donné la reprise économique qui progresse au R.-U., on peut s'attendre à un accroissement global de l'utilisation des matières premières. Cela devrait entraîner un accroissement correspondant de la demande de telles matières, et des débouchés conséquents pour les producteurs et fournisseurs canadiens.

1. PRODUITS DE LA FORÊT

1.1 Produits de bois ouvré

Débouchés

La valeur du marché britannique du bois ouvré se situait aux environs de 1 milliard de livres sterling en 1983, les importations de ce secteur comptant pour quelque 88 millions ou 8,8 % de l'ensemble du marché. Les importations britanniques de portes, de fenêtres et de revêtements de plancher en bois ont totalisé 53 millions de livres ou 60 % de l'ensemble des importations.

Le Canada a exporté au R.-U. 148 000 portes d'une valeur de 1,8 million de livres. Il devrait être possible d'accroître sensiblement ce chiffre. Il existe aussi un marché relativement peu important, mais croissant, pour les importations de maisons, de remises et d'autres éléments de construction préfabriqués.

Au R.-U., les fabricants d'articles de menuiserie vendent d'ordinaire directement aux grands constructeurs et entrepreneurs, bien que certains d'entre eux vendent également au grand public. Les grands marchands de matériaux de construction, qui fournissent toutes sortes de produits aux petits entrepreneurs, offrent des articles de menuiserie et font souvent crédit aux bons clients.

Les bricoleurs et les entreprises de rénovation s'approvisionnent surtout auprès des marchands de bois de construction ou des vendeurs de matériaux de construction qui offrent des produits de menuiserie. Une des principales entreprises britanniques de menuiserie exploite plus de 240 points de vente au comptant et à emporter.

Les portes canadiennes sont présentement commercialisées par l'entremise de distributeurs qui sont généralement classés comme marchands de bois de construction ou comme vendeurs de matériaux de construction. Les planchers de bois dur sont vendus par les agents à des importateurs qui ont souvent leur propre service spécialisé ou à des spécialistes qui assurent en outre la pose des matériaux.

Les lamelles et les blocs de bois dur pour les planchers sont en général limités à un usage commercial, le marché domiciliaire de ces produits s'étant contracté depuis les 10 dernières années. La plupart des planchers de bois à usage résidentiel sont composés de carreaux laminés à endos imperméable de feutre, ce qui n'est pas la norme au Canada.

On estime que les débouchés au R.-U. sont raisonnablement bons pour un certain nombre de produits, surtout dans le secteur de la menuiserie. Les maisons à ossature de bois gagnent rapidement en faveur au R.-U., et l'on s'attend à ce que cette tendance se maintienne et permette d'accroître nos ventes de produits de menuiserie et d'autres produits en bois ouvré.

Récents activités canadiennes de commercialisation

Les possibilités d'augmentation considérable des exportations canadiennes dans ce secteur portent sur les produits à fort volume, comme les portes et les fenêtres finies et leurs éléments, d'autres produits de menuiserie comme les planchers de bois dur et les armoires de cuisine ainsi que les maisons préfabriquées de luxe. Étant donné la complexité de l'industrie britannique des maisons préfabriquées, on s'attend à ce que les importations de maisons demeurent des cas isolés, sauf peut-être dans le domaine des maisons de luxe et des chalets de loisir. Deux fabricants de maisons préfabriquées de l'Ontario ont réussi à vendre des unités dans le secteur du logement de luxe.

Plusieurs fabricants canadiens de portes d'armoires de cuisine ont réussi à faire une percée sur le marché britannique et fournissent des portes en bois massif aux principaux fabricants britanniques d'armoires de cuisine.

L'accroissement de la promotion a amené en Grande-Bretagne de nouveaux exportateurs des côtes est et ouest du Canada. Les succès canadiens sont généralement à petite échelle, étant donné que les entreprises de ce secteur sont généralement petites. Par exemple, cinq entreprises de quatre provinces différentes ont réussi à exporter des portes, des fenêtres et d'autres produits de bois ouvré.

Une mission d'acheteurs est venue au Canada en mars 1983 en vue d'intéresser les principaux constructeurs britanniques de maisons à ossature de bois à nos fenêtres en bois de meilleure qualité. Bien que nos produits aient été bien accueillis, la valeur élevée du dollar canadien les rendait en général moins concurrentiels.

Considérations sur le marché

Les principaux freins à l'actuelle tendance à la hausse des exportations de produits de bois ouvré ou d'éléments en Grande-Bretagne seront le taux de change et un tarif moyen d'environ 6 %. Les produits des États membres de la CEE et des pays scandinaves sont admis en franchise.

L'élimination récente du droit de 7 % frappant les produits des pays scandinaves aura certaines répercussions. La réputation canadienne en matière de qualité, de conception, d'efficacité énergétique, de fiabilité des approvisionnements et de prix est maintenant un facteur positif qui pourrait aider à maintenir la pénétration du marché.

Les codes et les normes britanniques sont publiés par le « British Standards Institute ». Les articles qui

ne se conforment pas à ces normes peuvent être refusés. Bien qu'il puisse être possible d'utiliser des fenêtres en bois importées qui ne répondent pas entièrement aux normes britanniques, la plupart des constructeurs répugneraient à le faire sans essais indépendants.

Le code du bâtiment est obligatoire et est établi par le ministère de l'Environnement. Sur le plan local, ce sont les inspecteurs municipaux qui sont chargés d'assurer l'interprétation et l'observation du code du bâtiment.

1.2 Bois de construction et panneaux extérieurs

Débouchés

Les scieries du R.-U. comptent pour environ 10 à 15 % de la consommation de bois tendre, les importations, d'une valeur d'environ 600 millions de livres, comblant les 85 à 90 % restants. En 1982, le Canada a fourni près de 24 % du total des importations britanniques (valeur estimative de 144 millions de livres).

L'augmentation récente du nombre de logements à ossature de bois (LOB) au R.-U. ouvre un débouché important pour le bois raboté canadien.

Présentement, environ 24 % des maisons construites au R.-U. sont à ossature de bois, bien que le chiffre soit plus élevé en Écosse (environ 50 %). On reconnaît généralement que les LOB augmenteront leur part du marché du logement. En 1983, il y a eu 213 500 mises en chantier au R.-U.

Bon nombre des principaux constructeurs de maisons du R.-U. (Barratt's, Geo. Wimpey, Laing, Wates) ont adopté l'ossature de bois, qui rend compte de 60 à 85 % de leur chiffre d'affaires. Les producteurs d'éléments sont les mieux placés pour tirer parti de cette méthode de construction.

Le marché britannique du contre-plaqué de bois tendre est d'environ 200 millions de livres. Puisque la production intérieure est négligeable, les importations comblent près de 100 % de la demande. En 1982, le Canada a compté pour environ 20 % (en valeur) de la demande globale. La production canadienne de contre-plaqué de bois tendre se concentre en Colombie-Britannique d'où provenait en 1981 plus de 50 % du total des exportations canadiennes de contre-plaqué vers la Communauté européenne.

Récents activités canadiennes de commercialisation

Le commerce canado-britannique du bois de construction se développe depuis une centaine d'années et les expéditeurs canadiens vendent par l'entremise d'agents britanniques établis qui commandent en vrac aux importateurs en fonction de leurs besoins.

Les importateurs revendent aux marchands de bois de construction qui, à leur tour, traitent avec les clients moins importants. Les consommateurs importants, c'est-à-dire les entreprises nationales de menuiserie (Magnet Southern, Boulton and Paul) et,

dans une certaine mesure, les grands constructeurs qui ont depuis longtemps des comptes achètent en quantité directement des importateurs.

Les exportateurs canadiens de bois de construction, surtout ceux de Colombie-Britannique, sont présents au R.-U. depuis 30 ans. Cette présence s'est intensifiée avec la mise sur pied de bureaux de vente par les sociétés MacMillan Bloedel, Northwood Mills et Seaboard. Ces trois sociétés ont récemment commencé un programme qui consiste à placer au R.-U. leurs stocks de bois d'œuvre non écoulés, qui sont ensuite vendus directement aux importateurs britanniques.

Le Conseil de l'industrie forestière de la Colombie-Britannique (COFI), qui a des bureaux à Londres, a joué un rôle de premier plan dans la promotion des LOB et des produits canadiens de la forêt au R.-U. et sur le continent européen. La promotion des méthodes canadiennes de construction, des devis et des applications a également été faite par l'entremise du Programme coopératif de développement des marchés d'outre-mer.

En 1982, on a organisé les missions suivantes au R.-U. à l'égard du bois de construction et des panneaux extérieurs: i) mission du bois de construction de l'Est du Canada; ii) mission canadienne du bois dur; iii) mission du COFI pour le bois de construction de l'intérieur de la Colombie-Britannique. Également en 1982, il y a eu des rencontres avec des clients britanniques à l'occasion de la mission albertaine du bois de construction et de la mission du bardeau de la Colombie-Britannique; les membres des missions ont présenté des exposés sur les capacités de l'industrie, sur les devis techniques et sur d'autres questions connexes.

Comme il faut généralement beaucoup de temps pour que les contacts établis au cours des missions aboutissent à des commandes fermes, il est nécessaire d'assurer le suivi des contacts.

Un producteur de Colombie-Britannique qui a récemment pénétré le marché britannique pour tirer parti de possibilités croissantes exporte du bois tendre de construction par l'entremise d'un agent britannique. C'est la première entreprise de cette province à expédier du bois répondant aux normes britanniques.

En mai 1982, une mission en Europe sur le bois de construction, financée par le gouvernement de l'Alberta, a visité Londres; le séminaire qu'elle avait organisé au haut-commissariat du Canada a attiré bon nombre de participants. Ce séminaire, et la publicité qui l'a suivi, a suscité une réponse très favorable de l'industrie britannique du bois de construction.

Au cours des deux ou trois dernières années, un certain nombre de producteurs québécois de bois tendre de sciage ont pénétré le marché du R.-U. D'autres entreprises ont récemment bénéficié d'une aide fédérale et provinciale et l'on s'attend à ce que leurs exportations s'en trouvent accrues.

Les principales entreprises canadiennes qui exportent du contre-plaqué de bois tendre en Grande-Bretagne sont Northwood, Seaboard et Balfour Guthrie.

Le Conseil de l'industrie forestière de la Colombie-Britannique demeure une force importante pour la promotion de la vente et de l'utilisation du contre-plaqué de bois tendre au R.-U.

Considérations sur le marché

Il est essentiel que les scieries qui exportent du bois tendre en Grande-Bretagne comprennent bien l'évolution du réseau très structuré de distribution pour assurer le succès de leurs exportations. Les négociants britanniques en bois de construction, bien au fait des conditions internationales, recherchent pour le bois tendre des fournisseurs fiables à long terme.

Quelques producteurs de l'est du Canada exportent depuis longtemps du bois tendre de construction au R.-U. On s'inquiète cependant au R.-U. des difficultés à obtenir, à des taux concurrentiels, de l'espace pour ce bois sur les navires. Un consortium d'expéditeurs permettrait de créer des aires de regroupement de marchandises dans les principaux ports de l'est canadien et permettrait d'utiliser des transporteurs en vrac à destination des ports britanniques qui disposent des terminaux appropriés pour le bois de construction.

Le bois non raboté rend compte de la majeure partie des importations du R.-U., et est admis en franchise. Le tarif actuel de 4 % pour le bois raboté canadien pourrait freiner les exportations canadiennes, compte tenu du fait que les pays de l'AELE, y compris la Suède et la Finlande, peuvent exporter en franchise depuis 1984.

À court terme, la baisse de la valeur de la livre sterling par rapport au dollar canadien, s'ajoutant à la dévaluation récente de la couronne suédoise et du mark finlandais, pourrait avoir un effet négatif marqué sur les exportations canadiennes de bois de construction en Grande-Bretagne.

C. SURVOL : EXPORTATIONS D'ARTICLES MANUFACTURÉS ET DE PRODUITS DE POINTE AU ROYAUME-UNI

La période difficile qu'a traversée l'industrie manufacturière britannique lui a fait comprendre qu'elle doit moderniser sa production si elle veut rester concurrentielle à l'étranger. Les fabricants britanniques sont forcés de satisfaire aux normes internationales de production et ils devront prendre l'initiative d'introduire de nombreuses techniques nouvelles s'ils veulent prospérer dans les années 90. L'ensemble de l'industrie britannique devra procéder à des aménagements de structure, et une introduction

plus rapide de techniques de production avancées est nécessaire. Il en résultera un accroissement rapide de la demande d'importations d'équipements spécialisés ainsi que de techniques et de systèmes de production innovateurs.

De nombreux créneaux du marché britannique restent ouverts aux fournisseurs étrangers. En 1983, la Grande-Bretagne a importé pour un peu plus de 50 milliards de dollars de produits finals entièrement ouverts. Le fait que le Canada ne détienne que 0,8 % de ce marché doit être vu comme une remarquable possibilité de croissance future, à condition que les efforts soient mis au point et qu'ils visent des secteurs à fort potentiel précis.

La Grande-Bretagne est notre deuxième débouché en importance pour les produits finals manufacturés. Nos ventes de ces produits ont totalisé quelque 334 millions de dollars en 1983, soit 13,6 % de nos exportations au R.-U., ce qui constitue un accroissement sensible de l'importance relative de ces produits par rapport aux 10,5 % qu'ils représentaient en 1980.

Les produits manufacturés canadiens font face toutefois à une situation difficile sur le marché britannique. Il y a eu une contraction générale des marchés en raison de la récession. Dans le secteur des produits manufacturés, les pressions exercées par les marchés extérieurs ont amené les entreprises britanniques à s'intéresser beaucoup plus activement à leur propre marché national. De plus, les entreprises étrangères cherchant à compenser la baisse de leurs ventes sur leur marché national ont saisi les nouvelles possibilités qui s'offraient en Grande-Bretagne. La multiplication des relations d'affaires au sein de la CEE a rendu plus difficile pour les Canadiens de retenir l'attention des acheteurs britanniques. De sérieuses fluctuations du taux de change de la livre sterling par rapport au dollar canadien ont également rendu le marché britannique moins accessible à nos exportateurs, surtout sur un marché des biens de consommation fort sensible aux prix.

En ce qui concerne les articles manufacturés, les sous-secteurs suivants offrent des possibilités intéressantes: le matériel de manutention des matières, notamment le matériel et les systèmes de stockage en vrac, de manutention et d'entreposage automatisé; le matériel de réparation de navires et l'équipement destiné à l'industrie maritime, surtout en ce qui a trait aux activités sous-marines d'autres appareils et équipements spécialisés et destinés à l'exploration, à la mise en valeur et à la production pétrolières et gazières; le matériel de protection de l'environnement, et plus précisément le matériel d'élimination des déchets industriels et le matériel d'étude de l'environnement; les produits chimiques destinés à des utilisations industrielles spécialisées ou à des modes de consommation innovateurs; les fournitures et les équipements médicaux, surtout les équipements et les instruments électro-médicaux; les produits électriques et électroniques de grande consommation; notamment les appareils ménagers de conception attrayante; les machines agricoles spé-

cialisées; les meubles en bois, les fourrures, les articles en cuir et les vêtements et accessoires de loisirs haut de gamme; d'autres produits de loisirs; certains articles textiles, notamment des tapis; ainsi que les articles-cadeaux et les bijoux d'apparence nouvelle et présentés de façon attrayante.

Dans certains secteurs où les produits nord-américains de pointe sont largement acceptés, le marché britannique est devenu plus développé. Ce marché est certes devenu plus exigeant pour ce qui est des caractéristiques des produits, mais les fabricants britanniques se sont en plus organisés pour satisfaire la demande. La Grande-Bretagne est réputée pour sa base manufacturière fortement développée, et elle fait un marketing dynamique de son équipement partout dans le monde.

Le gouvernement britannique compte dépenser 130 millions de dollars chaque année pour appuyer certains développements comme la robotique, l'utilisation de la fibre optique, la conception assistée par ordinateur et la bureautique, ce qui donne une excellente possibilité aux entreprises canadiennes œuvrant dans le domaine des télécommunications, des ordinateurs et de l'automatisation de se lancer sur le marché britannique.

Les industries de la défense et de l'exploration pétrolière et gazière recèlent des possibilités tout particulièrement intéressantes pour l'application de techniques électroniques modernes.

En 1982, les exportations canadiennes de matériel de défense vers le R.-U. ont représenté 33,6 millions de dollars comparativement à 20 millions pour les importations. Les produits visés représentent un important marché pour le petit nombre d'entreprises composant la base industrielle canadienne, et servant à maintenir la compétitivité de notre industrie.

Sauf pour les achats prévus dans le cadre de quelques grands projets, le commerce bilatéral de matériel de défense touche un grand nombre d'articles dont l'exportation avantage un grand nombre de PME canadiennes.

Bien que la Grande-Bretagne reste au deuxième rang des pays de l'Organisation du traité de l'Atlantique nord (OTAN) pour ses dépenses de défense, avec un budget annuel qui dépasse actuellement les 30 milliards de dollars, le programme de défense britannique a fait l'objet d'une réévaluation en profondeur. Il sera maintenant moins tributaire d'avions de chasse et de navires de surface onéreux et introduira des systèmes électroniques techniquement plus avancés afin d'améliorer la capacité de défense nationale. Un tel changement offre des possibilités pour nos industries du matériel de défense et du matériel électronique et aérospatial de pointe connexe, puisque la plupart des exportations canadiennes de matériel de défense comprennent de l'équipement d'appui des opérations militaires: matériel électrique et électronique, matériel de communication, ainsi que les pièces, composantes et assemblages partiels de matériel aérospatial et autre.

Mais on reconnaît que la Grande-Bretagne a une importante industrie de défense et qu'elle tend à restreindre les importations de ce type de matériel à l'équipement hautement complexe qui, répondant aux normes internationales, n'est pas disponible dans le pays même. Une entreprise canadienne produisant de tels équipements a devant elle une tâche de commercialisation assez simple, mais quand même exigeante.

Les entreprises qui veulent s'établir comme fournisseurs tentent habituellement de convaincre le ministre britannique de la Défense (dont quelque 44 % du budget sont consacrés à l'achat d'équipements) que leur matériel est à la fine pointe des progrès techniques.

Lorsqu'il est déterminé qu'un produit donné pourrait répondre à un besoin, les noms des principaux soumissionnaires probables pour le projet deviennent généralement connus. L'entreprise canadienne doit ensuite convaincre ou un plusieurs soumissionnaires britanniques « principaux » qu'il serait mutuellement avantageux de collaborer pour la soumission.

L'industrie pétrolière et gazière est l'un des secteurs dynamiques de l'économie britannique. Au contraire des industries des télécommunications et de la défense, l'industrie pétrolière et gazière est dominée par le secteur privé, et le marché est assez facilement accessible.

Plusieurs entreprises canadiennes vendent sur ce marché des équipements et des services hautement spécialisés. Fait caractéristique, nombre d'intervenants sur ce marché, bien qu'intéressés par les nouveaux développements, hésitent à introduire des méthodes qui n'ont pas fait leurs preuves.

La liste ci-dessus de produits manufacturés et de services ainsi que de produits et de services de pointe ne devrait pas être considérée comme exhaustive. Comme sur tout marché hautement développé, la diversité et la différenciation de sous-secteurs du marché britannique offriront généralement des possibilités pour tout produit véritablement innovateur, présenté à des prix intéressants et appuyé par une bonne publicité.

1. ÉLECTRONIQUE

1.1 Télécommunications

Débouchés

Le monopole gouvernemental des télécommunications au R.-U. est en train d'être remplacé par des intérêts privés, qui seront soumis à une réglementation étroite. L'adoption du « Telecommunications Act » en 1981, et la publication d'un nouveau « Telecommunications Bill » ont mis fin au monopole de la British Telecom (BT) pour la fourniture d'équipe-

ments et de services dans plusieurs domaines clés. Ainsi, la loi de 1981 autorisait un concurrent de la BT, Mercury, à assurer des services de communications téléphoniques interurbaines et de transmission de données.

Le deuxième « Telecommunications Bill », adopté par le Parlement britannique en avril 1984, vise à accentuer les modifications antérieures en autorisant la vente de la majorité (51 %) des actions de la BT au secteur privé et en mettant sur pied un Bureau des télécommunications, Ofttel, pour contrôler le cadre réglementaire, à la façon de la « Federal Communications Commission » des États-Unis. Par suite de ces changements, de nouvelles normes pour le matériel de télécommunications se précisent lentement, sous la direction de la Commission britannique des approbations en matière de télécommunications (BAPT); ces normes se fondent sur les anciennes normes de la BT. Le matériel et les services précédemment assurés exclusivement par la BT ont été progressivement ouverts à la concurrence.

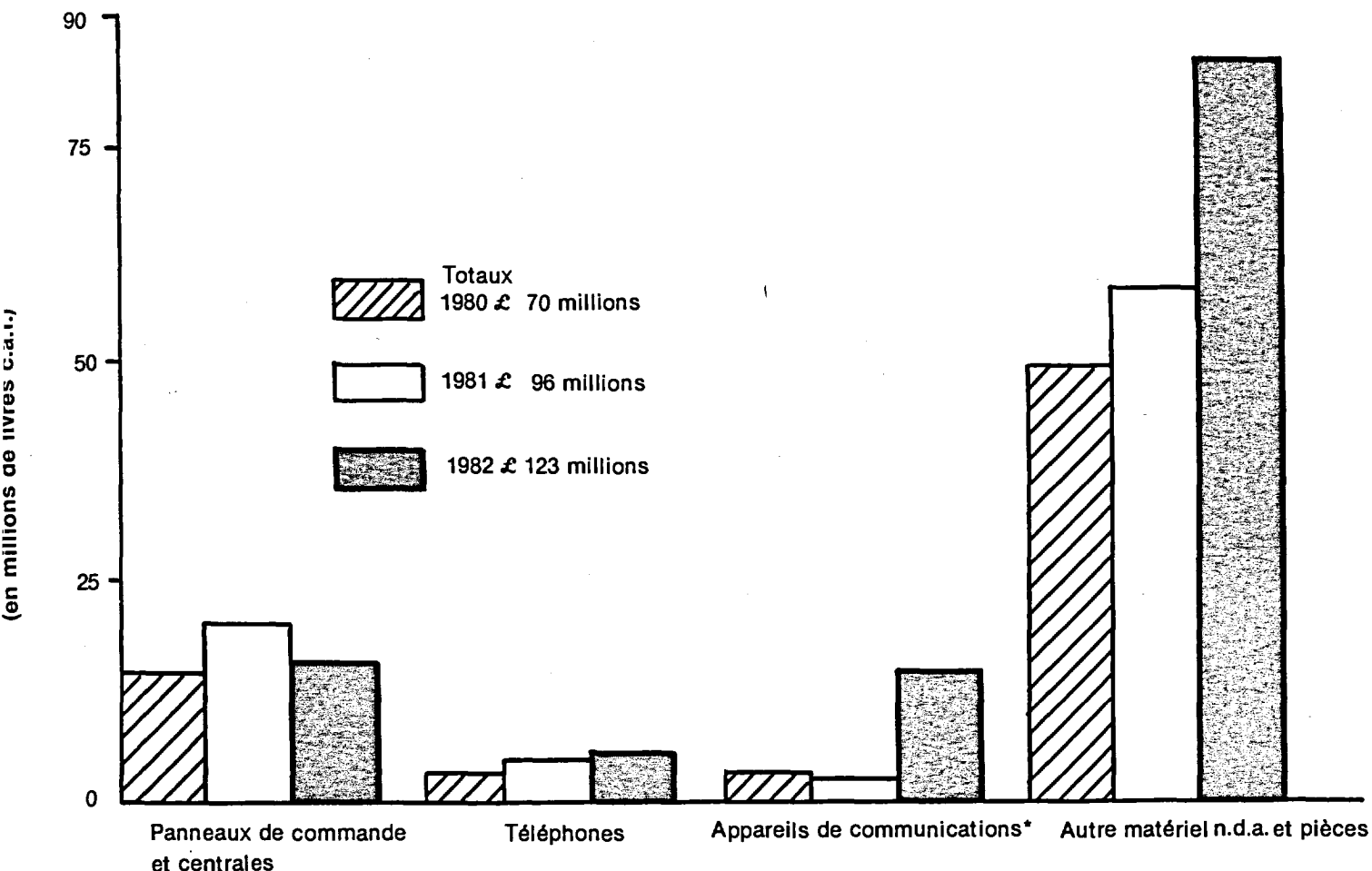
La BT se situe au quatrième rang des entreprises de télécommunications dans le monde avec ses 29 millions de téléphones, ses 19 millions d'interconnexions, 92 000 connexions télex et 93 000 terminaux de transmission des données. La BT a des actifs d'une valeur de plus de 15 milliards de livres sterling; en 1982, elle a acheté pour 890 millions de livres de matériel de télécommunications. Comme l'indique le tableau 2, les importations de matériel ont représenté 123 millions de livres en 1982.

Bien qu'il reste à voir si les modifications actuellement apportées à la réglementation ouvriront le marché britannique du matériel de télécommunications, les mesures prises à ce jour pourraient néanmoins représenter des occasions intéressantes pour les fournisseurs canadiens.

Dernièrement, on a commencé à accorder une plus grande attention au sous-secteur de la câblodistribution sur le marché britannique des télécommunications. À ce jour, la câblodistribution n'a atteint que 9 % des ménages britanniques. Le gouvernement a cependant annoncé son intention d'élargir ce service. Un projet de loi en ce sens, présenté à la fin de 1983, devait être sanctionné en juin 1984.

Le gouvernement considère le développement de la câblodistribution comme une façon d'obtenir un réseau national à bande large qui pourrait éventuellement servir aux communications commerciales et aux transactions personnelles menées depuis le foyer. On encourage les exploitants à mettre en place des réseaux étoilés de fibres optiques. La British Telecom, avec son expérience de pose de câbles, sera un élément majeur de la mise en place des services de câblodistribution. Onze câblodistributeurs se sont vu accorder des concessions « provisoires » à la fin de 1983, soit avant l'entrée en vigueur de la nouvelle loi.

Tableau 2
Importations de matériel de télécommunications
au Royaume-Uni (1980-1982)



*Appareillage pour communications interurbaines (ondes porteuses, duplex et répéteurs) et matériel de voix

Source: Business Monitor PQ 363 41C 91 1983

Récentes activités canadiennes de commercialisation

Après les modifications à la loi sur la BT, l'activité a augmenté de façon significative. La part canadienne du marché est passée à environ 2 % du total des importations (c'est-à-dire 2,5 millions de livres) en 1982.

Les principales sociétés canadiennes actives sur ce marché sont Northern Telecom (filiale britannique et accords de licence avec GEC et STC), Mitel (filiale de fabrication au R.-U., accord de licence technologique avec BT, GEC et Plessey, accord de distribution avec ICL), Marconi Canada (contrat de central télex avec BT), SR Telecom (fournisseur de BT) et Gould Canada (batteries de télécommunications).

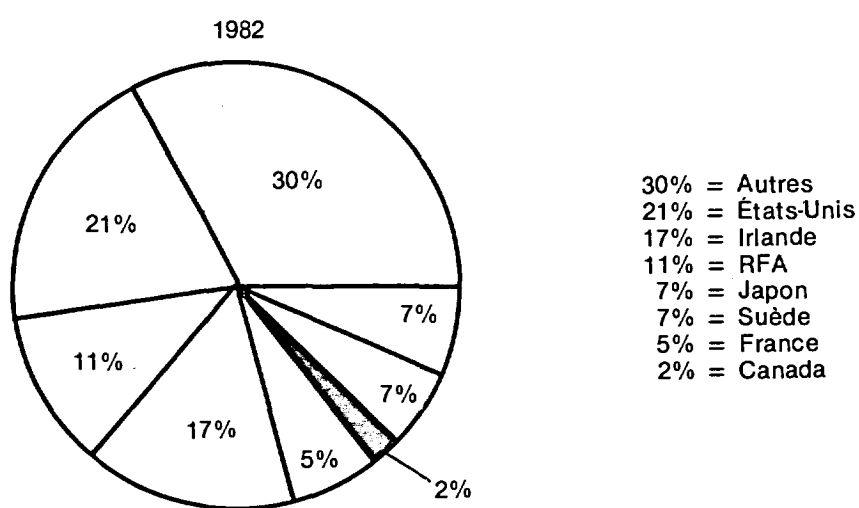
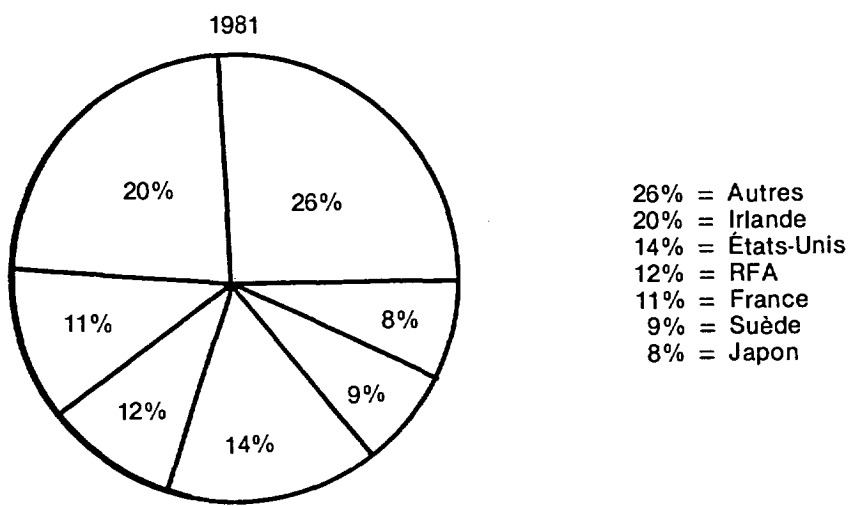
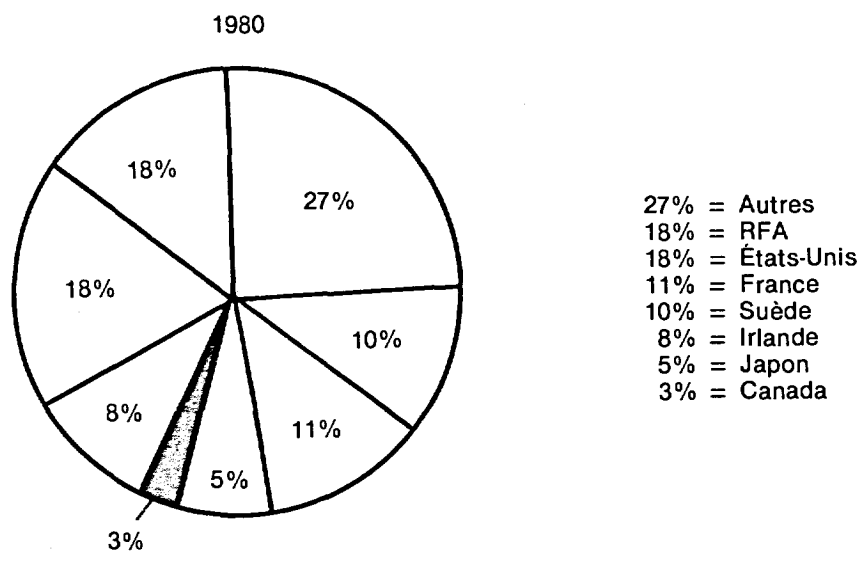
Les sept entreprises canadiennes qui ont participé avec leurs filiales ou leurs représentants britanniques à l'exposition Communications 82 tenue en avril 1982 à Birmingham, ont signalé des succès. Six entreprises canadiennes ont participé à l'exposition

de mai 1984 à Birmingham, laquelle a assuré les premiers contacts aux entreprises canadiennes qui recherchaient des accords de coentreprise ou de licence, ou qui prévoient se trouver un distributeur britannique.

Quinze entreprises ont participé à une mission sur les communications par câble et par satellite qui s'est rendue au R.-U. en mars 1984. Les Canadiens et les Britanniques qui s'y sont rencontrés se sont montrés enthousiasmés par les possibilités.

L'Eurocast (salon européen des communications par câble et par satellite) est une autre manifestation qui intéresse les exportateurs canadiens. En 1984, seize entreprises canadiennes y présentaient leur matériel et neuf autres y étaient représentées. L'Eurocast se tient en mai et alterne entre Bâle (Suisse) et Birmingham. Le prochain salon CAST (Cable and Satellite Television) se tiendra à Birmingham en avril 1985.

Tableau 3
Part approximative de certains pays aux importations
du Royaume-Uni dans le domaine des télécommunications (1980-1982)



Source: Statistiques du commerce outre-mer du Royaume-Uni 1983 ISBN 0 11 726 955X

Considérations sur le marché

Bien que les tendances soient encourageantes, on ne peut s'attendre à moyen terme qu'à un marché partiellement concurrentiel pour le matériel de télécommunications au R.-U. Par conséquent, on encourage les fournisseurs canadiens à pénétrer ce marché en association avec une entreprise britannique qui a déjà une relation de travail avec la BT et qui peut donc offrir un savoir-faire répondant aux besoins du marché britannique.

Il n'est guère difficile de trouver des entreprises britanniques intéressées; le principal problème est de trouver les entreprises canadiennes susceptibles de faire des percées sur ce marché. À court terme, on peut réaliser des ventes intéressantes de matériel de télécommunications relativement mineur par l'entremise du réseau traditionnel de fournisseurs et de distributeurs, surtout si une partie du montage et du service se fait au R.-U. Une telle percée pourrait aboutir à l'établissement d'installations de fabrication au R.-U.

Concurrence

Il y a au R.-U. quatre grands fabricants d'équipement qui fournissent la BT, soit GEC, Plessey, STC et Pye (Philips). Ce sont également les principaux fournisseurs du secteur qui n'appartient pas à la BT. Il faut signaler aussi l'arrivée de Ferranti-GTE, coentreprise de la grande compagnie britannique d'électronique Ferranti et de la GTE des États-Unis.

Comme l'indique le tableau 3, la principale source d'importations dans le domaine de télécommunications est la CEE (Allemagne, France et Irlande), suivie des États-Unis et du Japon. Les importations ont tendance à progresser plus rapidement que l'ensemble du marché des télécommunications.

1.2 Informatique

Débouchés

Les experts de l'industrie britannique prévoyaient pour 1983-1984 des augmentations budgétaires du matériel informatique chez les sociétés britanniques, surtout dans le domaine de la bureautique (transmission des messages, traitement de textes et ordinateurs personnels). Il y aura également une demande croissante de logiciels. Les secteurs où la demande en immobilisation sera la plus forte sont les services d'utilité publique, l'administration publique, la vente au détail, la distribution, la production industrielle non spécialisée, l'industrie mécanique et les services financiers. L'augmentation de la demande de logiciels tout préparés se stabilisera quelque peu au cours des 24 prochains mois. Il y a présentement pénurie de logiciels pour les systèmes locaux de traitement réparti.

Les importations britanniques de matériel informatique ont augmenté de 30 % entre 1981 et 1982. Les importations de 1983 ont atteint environ 3 milliards de livres. Les importations alimentaient près des deux tiers du marché britannique en 1982.

L'Agence centrale de l'informatique et des télécommunications (CCTA) coordonne la politique et les pratiques gouvernementales dans ces domaines. Les gros contrats gouvernementaux en matière d'informatique vont généralement soit à des entreprises britanniques, soit à des sociétés étrangères, comme IBM, qui ont des engagements et des investissements considérables au R.-U. Comme le montre le tableau 4, l'industrie britannique des services informatiques avait un chiffre d'affaires global de 695 millions de livres en 1982, le secteur public comptant pour 78 millions, soit 11 % du montant total.

Tableau 4
Chiffre d'affaires de l'industrie britannique des services informatiques en 1980-1982*

	milliers de livres		
	1980	1981	1982
Programmes particuliers	105,7	127,9	151,3
Programmes préétablis	63,9	87,6	87,1
Temps d'ordinateur/Location	74,4	65,9	72,3
Services professionnels, y compris la consultation	153,2	176,1	185,6
Systèmes globaux, y compris le matériel	55,1	63,4	85,1
Autres	84,2	91,5	113,2
TOTAL	536,5	612,4	694,6

Source: SDQ9 *Business Statistics Office*, Cardiff, 1983

* Ces statistiques sont tirées de renseignements fournis par 135 sociétés de services informatiques du R.-U. qui sont membres de la Computing Services Association, laquelle regroupe des entreprises britanniques et étrangères.

Récentes activités canadiennes de commercialisation

Les entreprises canadiennes sont depuis longtemps actives sur le marché britannique. ICL, le principal fabricant britannique de matériel, a dérivé ses ordinateurs « 1900 » d'un modèle canadien Ferranti-Packard. Pendant de nombreuses années, ICL a commercialisé le matériel de vérification-clavier de Consolidated Computer Inc. à l'extérieur de l'Amérique du Nord, et elle a commencé la commercialisation du SX2000 de Mitel au R.-U.

La part canadienne de l'ensemble du marché britannique s'établit à moins de 1 %. Dans certains créneaux, les entreprises canadiennes sont très actives, connaissent des succès et augmentent leur part du marché. Mentionnons par exemple les ordinateurs Geac (grands systèmes de consultation en direct pour les banques, les compagnies d'assurance et les bibliothèques), IP Sharp (systèmes en temps partagé), Volker-Craig (terminaux), Remanco Systems (systèmes de gestion des restaurants), Gandalf (transmission de données), Memotec (transmission de données), AES (traitement de textes), Micom-Phillips (traitement de textes) et Electrohome (moniteurs). Dans la plupart des cas, on se limite à expé-

dier le produit du Canada par l'entremise d'un distributeur ou d'une filiale au R.-U. Cependant, Gandalf a une grande installation de fabrication au R.-U.

Étant donné la diversité du secteur informatique britannique, les efforts de développement du commerce ont surtout porté sur l'aide individuelle aux entreprises canadiennes, pour les aider à trouver des représentants, mettre sur pied des filiales et repérer les principales foires commerciales pour le produit ou les services en cause.

Pour le matériel, le salon le plus important est COMPEC, qui se tient chaque année à Londres, en novembre. Le « Personal Computer World Show » se tient à Londres en septembre. À COMPEC 80, il y avait un grand stand collectif canadien auquel participaient 11 entreprises. Des ventes de 6 millions de dollars ont été réalisées et de nombreux représentants ont été nommés. On envisage une meilleure participation pour 1984 et 1985.

Les salons du commerce peuvent s'avérer une façon efficace d'entrer en contact avec d'éventuels importateurs ou distributeurs et avec les clients. Comme complément aux salons reconnus, le haut-commissariat du Canada peut organiser des voyages pour permettre à des entreprises canadiennes de rencontrer certains distributeurs ou de participer à des expositions en solo.

Les foires commerciales « verticales » constituent le palier suivant. Il s'agit d'expositions relativement restreintes et spécialisées qui attirent des auditoires professionnels de haut calibre et qui peuvent offrir aux entreprises déjà établies d'excellentes occasions d'accentuer leur pénétration du marché. Ainsi, un fabricant canadien de systèmes informatisés pour les musées a participé à une exposition des musées à Londres. Il en est résulté des ventes directes d'une valeur de plusieurs millions de dollars et l'établissement de contacts précieux en Europe, au Moyen-Orient et en Asie.

Le plus important salon du logiciel est « Software Expo Europe », qui a également lieu chaque année à Londres en novembre et qui est organisé par la « Computing Services Association » et l'« Institute of Data Processing Management ».

Considérations sur le marché

Les plus belles occasions et les meilleures conditions de concurrence pour les entreprises canadiennes d'informatique se retrouvent dans les marchés « verticaux » clairement définis, car la concurrence est très forte dans le domaine du matériel et du logiciel tout usage.

L'objectif de la pénétration du marché dans ce secteur serait de sensibiliser le R.-U. aux capacités canadiennes; les entreprises devraient commercialiser ces capacités avec dynamisme lorsque des occasions particulières se présentent.

Il est d'ordinaire moins difficile de trouver des partenaires appropriés au R.-U. que de trouver des entreprises canadiennes capables de fournir un éventail de nouveaux produits et services répondant à la demande.

Les organismes, gouvernementaux ou autres, participent fort peu à l'élaboration des codes, des règlements et des normes visant le matériel et le logiciel informatiques vendus au R.-U. Sur le plan des normes électriques, le matériel doit pouvoir fonctionner à 240 volts et à 50 hertz. Bien qu'il n'y ait pas d'essais obligatoires, le matériel devrait se conformer aux usages britanniques en matière d'électricité, conformément aux normes britanniques pertinentes. Dans le domaine de la transmission des données, il faut une approbation pour brancher du matériel sur le réseau de la British Telecom. Le logiciel comptable devrait se conformer aux pratiques comptables britanniques.

Concurrence

Le principal fabricant de matériel du R.-U., ICL, connaît depuis deux ans une relance importante sous une nouvelle administration. Les autres grands fabricants britanniques comprennent GEC Information Systems, Computer Technology Ltd., Information Technology Ltd., Digico et Systime. En outre, la plupart des fabricants américains font bien sentir leur présence sur le marché britannique, notamment IBM, DEC, Hewlett-Packard, Burroughs, Honeywell, Wang et Data General.

La compétence britannique en matière de logiciel jouit d'une grande estime et a attiré bon nombre d'entreprises étrangères de matériel au R.-U. Parmi les chefs de file britanniques dans ce domaine, mentionnons Logica, CAP, Hoskyns, ICL-Dataskil, Leasco, Software Sciences et SPL.

Les importations de matériel informatique proviennent surtout des États-Unis (environ 40 %), de la République fédérale d'Allemagne, de la France et de l'Irlande. À l'heure actuelle, la part du Japon est de moins de 10 %, mais elle augmente rapidement.

2. OUTILLAGE ET ÉQUIPEMENT

2.1 Matériel pour les industries secondaire et tertiaire

Survol

Comme on le voit au tableau ci-après, le marché britannique du matériel pour les industries secondaire et tertiaire comprend une gamme de produits étendue et variée. En 1982, le marché s'établissait à 34,2 milliards de livres, soit une augmentation importante par rapport à 1981. Si ce chiffre plus élevé reflète une sortie graduelle de la récession et une relance des nouveaux investissements — qui avaient chuté à la fin des années 70 et en 1980-1981 — il montre aussi une reprise fort diversifiée. Les importations, bien qu'elles n'aient connu qu'une augmentation marginale en 1982, ont néanmoins capturé 27 % du marché britannique.

Les ventes canadiennes ont augmenté de près de 25 % en 1982, passant à 63 millions de livres comparativement à 51 millions en 1981. Elles représentent cependant moins de 0,01 % du marché. Cette augmentation des exportations canadiennes était

Tableau 5
Marché britannique du matériel pour
les industries secondaire et tertiaire
(1980-1982)

	millions de livres		
	1980	1981	1982
Matériel de forgeage, d'emboutissage et de matrçage	1 005	887	938
Produits métalliques d'emballage	1 126	1 107	1 205
Appareils ménagers de cuisson et de chauffage (non électriques)	224	239	243
Chaudières et matériel de transformation	1 103	1 223	1 539
Machines pour l'industrie textile	278	256	232
Machines de transformation des aliments, boissons et tabacs; équipement d'emballage et d'embouteillage	457	445	506
Matériel mécanique de levage et de manutention	1 205	1 014	1 114
Matériel de réfrigération, de chauffage de plancher, de ventilation et de climatisation	913	865	986
Pompes	395	390	408
Matériel électrique de base	2 030	1 938	2 177
Appareils ménagers électriques	916	922	903
Lampes électriques et autre matériel d'éclairage électrique	473	494	512
	10 125	9 780	10 763

Source: Estimations du gouvernement britannique: *Annual Abstract Statistics (HMSO Books)*

attribuable à des ventes de machines à façonner le métal.

La récession internationale des dernières années ainsi que l'intérêt croissant manifesté par divers pays à la croissance par les exportations ont abouti à une augmentation spectaculaire du nombre des fournisseurs éventuels de matériel pour les industries secondaire et tertiaire du R.-U. Par ailleurs, un certain nombre de fournisseurs britanniques ont manifesté un intérêt accru pour le marché intérieur car il leur a été nécessaire de freiner certaines de leurs activités au Moyen-Orient et en Afrique.

Dans cette conjoncture, les fournisseurs canadiens devront réévaluer leur stratégie de marketing pour ce secteur, notamment leurs prix et la conception de leurs produits. Bien que l'outillage et l'équipement spécialisés de qualité et de prix raisonnable attirent toujours l'attention sur ce marché, les entreprises canadiennes découvrent que leur succès dépendra d'une présence plus visible.

Les exportateurs canadiens doivent surmonter certains obstacles généraux sur ce marché. Il y a peu de tarifs dans ce secteur, ce qui signifie que les fournisseurs canadiens doivent faire concurrence non seulement aux produits de qualité provenant des États-Unis et du Japon, mais aussi à ceux qui entrent en franchise en provenance des pays membres de la CEE ainsi qu'aux produits concurrentiels de l'Extrême-Orient et de l'Europe de l'Est. Les taux de change ainsi que les coûts du transport et du service sont importants. Le Canada doit relever un défi important pour convaincre les clients du

R.-U. et de la CEE qu'il peut fournir des produits de haute qualité dans ce secteur.

Néanmoins, le secteur du matériel pour les industries secondaire et tertiaire offre le plus grand potentiel aux exportateurs canadiens dans les domaines suivants: a) matériel d'impression, d'emballage et d'étiquetage; b) matériel pour l'industrie des plastiques; c) matériel de nettoyage et de restauration. Chacun de ces domaines présente des possibilités à long terme, a des caractéristiques propres et dispose de son réseau de distribution; aussi seront-ils étudiés séparément.

L'accent mis sur ces secteurs ne devrait pas empêcher des exportateurs canadiens d'explorer d'autres possibilités dans des domaines comme les machines agricoles, le matériel de manutention des matières, les accessoires de magasin, etc. Les entreprises devraient visiter le marché, préférablement lors d'un salon commercial au R.-U. ou en Europe de l'Ouest. Elles pourront ainsi examiner les produits de l'industrie ainsi que des facteurs comme la conception, le prix, la distribution et les diverses stratégies de commercialisation utilisées par les entreprises britanniques et étrangères.

Matériel d'impression, d'emballage et d'étiquetage

En 1982, la valeur totale du matériel britannique d'emballage et d'étiquetage était de 380 millions de livres, soit une croissance de 7 à 9 % par rapport à 1981. Même si la récession a ralenti cette croissance, les ventes demeurent fortes car les entre-

prises britanniques s'éloignent des méthodes traditionnelles d'emballage et d'étiquetage.

Les importations ont augmenté de même que la demande de matériel hautement automatisé et raffiné. Ce matériel provient en général de la France, de la RFA, de l'Italie, des États-Unis, du Japon et de la Scandinavie. Les importations ont capturé 25 % du marché. Cette tendance des importations pouvait se constater pendant le salon PAKEX de 1983, à Birmingham, où les exposants étrangers ont obtenu un succès important.

La majorité des fabricants britanniques de matériel d'emballage et d'étiquetage vendent leurs produits directement à l'utilisateur par l'entremise de leur propre service de vente. Puisque ces entreprises assurent également l'installation et le service de leur matériel ainsi que des services de consultation (qui sont d'autres facteurs de vente), les acheteurs ont manifesté une certaine préférence pour cette méthode, qui évite d'avoir recours à un intermédiaire.

Les fabricants étrangers ont d'ordinaire recours aux distributeurs britanniques pour la vente et le service de leur matériel d'emballage. Ils ont conclu un certain nombre d'accords de distribution avec les fabricants britanniques, qui produisent du matériel complémentaire. Ceci leur permet de profiter des capacités de service du distributeur. Les grandes entreprises, désireuses d'assurer une présence plus permanente, devraient établir leur propre filiale.

Le matériel canadien d'étiquetage et d'emballage s'est taillé une réputation internationale pour son raffinement, sa compétitivité et sa qualité. Les exportations au R.-U. ont représenté 1,8 million de dollars en 1982.

De même, le matériel canadien d'impression et de reliure est diversifié et très développé, nécessitant des efforts permanents de mise au point. Les exportations canadiennes au R.-U. ont représenté plus de 1,3 million de dollars en 1982.

Les salons PAKEX et BREWEX sont les meilleures vitrines de présentation pour les fabricants canadiens au R.-U. Ces salons n'ont lieu qu'à tous les trois ans, ce qui oblige l'entreprise à choisir ses propres activités complémentaires d'expansion entre les salons.

Il y a des occasions dans ce domaine, pourvu que les entreprises canadiennes soient prêtes à consacrer le temps et l'énergie nécessaires à l'exploration et à la recherche.

Si les Britanniques n'ont pas acheté beaucoup d'outillage canadien, c'est parce qu'ils connaissent mal le matériel canadien et qu'ils n'ont pas suivi l'évolution des capacités canadiennes. C'est « l'image », plutôt que les droits de douanes (de 4 à 5 %), qu'il faut surmonter pour faire une percée sur ce marché.

Matériel pour l'industrie des plastiques

Les exportations canadiennes de matériel pour l'industrie des plastiques du R.-U. se sont sensiblement accrues, passant de 637 000 \$ en 1975 à quelque 8,2 millions en 1982.

Les initiatives canadiennes de marketing dans ce secteur se sont davantage intéressées au marché européen et moins aux particularités du marché britannique. En outre, les activités ont été largement centrées sur le transfert de techniques, et tout particulièrement sur l'obtention de licences du R.-U. — question pour laquelle le *Bulletin des produits nouveaux* a eu une valeur inestimable —, ainsi que sur les accords de coentreprise.

À cet égard, nos fabricants de matériel pour l'industrie des plastiques ont participé aux salons Interplas (Birmingham, 1982) et Kunststoff (Düsseldorf, en RFA) en 1983. Ces deux salons se sont avérés d'excellents moyens de promotion à l'étranger, et ont donné la possibilité de voir les dernières innovations dans ce domaine en pleine évolution.

Matériel de nettoyage et de restauration

Les marchés du matériel de nettoyage et de restauration en Grande-Bretagne peuvent être étudiés ensemble, car ils partagent de nombreuses caractéristiques. Les deux peuvent se diviser en trois sous-secteurs: a) les consommateurs, b) les services de nettoyage ou de restauration à contrat; et c) les entreprises industrielles ou commerciales. L'approvisionnement peut se faire auprès de détaillants ou de distributeurs, selon le cas.

Les ventes au détail dans les deux secteurs ont connu une légère croissance en 1982, alors que les ventes aux entreprises industrielles et aux entreprises de services ont connu une baisse spectaculaire. Les principaux domaines de croissance en 1982 étaient les achats effectués par les entreprises de nettoyage et de restauration à contrat. Il se pourrait que ces achats soient en outre favorisés par les politiques du gouvernement britannique visant à rendre au secteur privé les services de nettoyage et de restauration destinés aux écoles, aux hôpitaux et aux prisons.

Bien que les tarifs ne soient pas une source de problèmes dans l'un ou l'autre secteur, il faut que le matériel électrique soit approuvé par le « British Standards Institute ». L'approbation peut parfois prendre beaucoup de temps.

En 1982, le total des ventes sur chacun des marchés était d'environ 300 millions de livres, dont environ 30 % d'importations dans chaque secteur (90 millions de livres).

Les Britanniques mangent de plus en plus dans des restaurants à cuisine rapide, ce qui donne à ce secteur d'excellentes possibilités de croissance. Il y a présentement environ 10 000 franchises de restauration rapide au R.-U., dont la plupart servent encore du poisson et des frites. L'attrait des franchises à la mode nord-américaine a été démontré avec éclat par la pénétration de franchises américaines comme McDonald's.

En outre, on commence à servir des plats-minute dans les « pubs » traditionnels et, plus récemment, dans les bars où l'on sert des vins. Il y a environ 7 millions de machines distributrices au R.-U. et l'introduction récente de la pièce d'une livre devrait,

à moyen terme, faire progresser considérablement les ventes.

L'industrie britannique de la restauration est bien organisée; il y a une association nationale et deux salons de réputation internationale — HOTELYMPIA et Cefex — qui alternent d'une année à l'autre. Il y a une pénétration notable des importations — près de 30 % — surtout en provenance de la CEE et des États-Unis.

Les exportations canadiennes dans ce secteur s'élevaient à environ 3 millions de livres, sur près de 90 millions d'importations britanniques. Plusieurs entreprises canadiennes ont connu des succès dans ce secteur.

Les initiatives de commercialisation se sont concentrées jusqu'à ce jour sur le salon HOTELYMPIA (salon international de l'hôtellerie et de la restauration) à Londres. Les producteurs canadiens ont participé activement aux trois derniers salons, soit ceux de 1980, 1982 et 1984. Neuf entreprises canadiennes de matériel de préparations et de services alimentaires ont participé au dernier salon en janvier 1984 et ont réalisé sur les lieux des ventes s'élevant à environ 270 000 \$, avec une possibilité de 10 millions de ventes supplémentaires, pour la plupart réalisées dans des pays autres que le R.-U. En outre, quatre entreprises canadiennes étaient représentées au salon HOTELYMPIA de 1984 par leurs agents ou filiales britanniques.

Dans le sous-secteur du matériel de nettoyage, les ventes canadiennes s'élevaient à près de 500 000 £ en 1982, dans la plupart des cas des fournitures plutôt que du matériel.

À ce jour, les initiatives de commercialisation ont consisté en la participation d'entreprises à un stand national au salon Europaclean (Birmingham) en 1978 et 1980, et en 1982 avec l'aide du PDME; la participation au salon HOTELYMPIA en 1982 et 1984, et au salon Interclean (Amsterdam) en 1981 et 1983.

Il n'y a à l'heure actuelle aucune association britannique de l'industrie du matériel de nettoyage, et il n'y a pas non plus de salon de réputation internationale au R.-U. On a tenté de mettre sur pied une association, et on a planifié la tenue d'une foire commerciale. Le salon « Interclean London » s'est tenu en mai 1984 avec la participation du Canada; il était organisé par l'organisme néerlandais RAI, et alternera annuellement avec le salon Interclean à Amsterdam.

Les entreprises canadiennes de matériel de nettoyage et de restauration qui ont les capacités nécessaires devront montrer leurs produits et leurs services avec plus de dynamisme et une plus grande fréquence afin de s'introduire au R.-U. et d'obtenir une part du marché britannique.

2.2 Pièces et accessoires d'automobile

Débouchés

À la fin de 1982, il y avait 17,9 millions de véhicules au R.-U., soit 16 millions d'automobiles et 1,9 million de véhicules commerciaux. Depuis 1979, les voitures importées rendent compte de plus de 50 % des nouvelles immatriculations.

L'industrie britannique des pièces d'automobile constitue l'un des principaux secteurs industriels du pays et ses exportations sont importantes. Cependant, les importations de pièces et d'accessoires de véhicules automobiles sont considérables; en 1982, elles s'élevaient à 1,5 milliard de livres. Les importations d'Europe, surtout de l'Allemagne, de la France, de la Belgique, du Luxembourg, de l'Italie et de l'Espagne, représentent 1,2 milliard de livres, soit 80 % du total.

Le principal débouché pour les fabricants canadiens est le marché de l'après-vente, d'une valeur estimative de 1,8 milliard de livres, et particulièrement le dynamique marché du bricolage. En 1970, seulement 35 % des propriétaires de voitures travaillaient eux-mêmes à leur voiture, alors que maintenant 85 % d'entre eux effectuent une partie de l'entretien et des réparations. Ce phénomène est dû à la hausse des coûts de l'essence, de l'huile, des pneus, du service et des réparations.

On estime à 1 milliard de livres la valeur au détail du marché d'après-vente pour bricoleurs. Les pièces de rechange rendent compte de 55 % de ce total, suivies des accessoires (28 %), des produits d'entretien et de réparation (11 %) et des produits d'entretien préventif (6 %).

La ventilation du marché des pièces de rechange donne les chiffres suivants: les pièces électriques constituent 25 % du total, les pièces de direction et de transmission 21 %, les pièces de moteurs 20 %, les pièces de suspension et de freins 20 % et les pièces de châssis et de carrosserie 14 %.

À mesure que grandissait le marché des pièces et des accessoires de rechange pour bricoleurs, il s'est développé un nouveau régime de distribution en gros et au détail. Alors que les points de vente « au comptant et à emporter » rendaient compte de 30 % des affaires, leur part diminue car les fabricants vendent davantage directement au commerce de détail. En plus de la croissance rapide du nombre de magasins indépendants d'accessoires, il y a eu une expansion des magasins d'accessoires à succursales, spécialisés dans les produits de rechange, de même qu'une augmentation du nombre des points de vente non spécialisés, grandes surfaces et maisons de vente par correspondance.

Récentes activités canadiennes de commercialisation

En 1981, le Canada a exporté pour 9,6 millions de dollars de pièces d'automobiles canadiennes au R.-U. On a enregistré des succès dans les créneaux suivants: ampoules électriques, bougies, matériel d'éclairage et de signalisation, essuie-glaces, attaches de tuyau, ensemble de garnitures de freins à disques, amortisseurs et outils manuels pour automobiles. Plusieurs distributeurs britanniques recherchent continuellement les produits canadiens.

Mentionnons notamment les succès de Tridon Ltd. (essuie-glaces et attaches de tuyau) qui a mis sur pied une filiale britannique à Thame (Oxon) et de Certified Brakes (garnitures de freins à disques) qui a son propre entrepôt à Tunbridge Wells (Kent).

Les efforts canadiens sur le marché d'après-vente ont porté surtout sur le salon biennuel Automechanika à Francfort, auquel assistent la plupart des agents et distributeurs britanniques. Le salon de 1982 a attiré 25 exposants canadiens. Les acheteurs britanniques potentiels ont été encouragés à visiter le salon de 1984.

Le PDME encourage également les entreprises à participer aux divers salons de l'automobile qui ont lieu au R.-U. (par exemple Autopartac) ou à se rendre au R.-U. pour explorer les débouchés.

En octobre 1981, six fabricants canadiens ont exposé au salon Autopartac à Londres; en mars 1983, huit entreprises canadiennes y ont participé. Les résultats ont été encourageants et l'on prévoit à l'avenir une participation dans le cadre du PDME.

Dans le domaine des pièces d'origine, où les débouchés au R.-U. sont peu prometteurs à court et à moyen termes, l'activité canadienne s'est jusqu'à maintenant concentrée sur le salon annuel SITEV de Genève. Ceci donne aux fabricants canadiens de pièces d'origine l'occasion de rencontrer d'autres fabricants de véhicules, y compris ceux du R.-U.

En 1978, 1980, 1982 et 1984, de petits groupes d'acheteurs britanniques ont visité le Salon international de l'automobile de Montréal (événement bienal) en vertu du programme d'accueil d'acheteurs étrangers, et la British Leyland a envoyé des groupes d'acheteurs importants faire des visites d'exploration au Canada à deux reprises au cours des trois dernières années.

Le domaine de la coentreprise pourrait entraîner une intensification des relations commerciales entre le Canada et la Grande-Bretagne. L'industrie britannique des pièces, qui a accès aux pays membres de la CEE, compte bon nombre d'entreprises qui seraient d'excellents partenaires pour certaines sociétés canadiennes.

Considérations sur le marché

Les importations canadiennes ne sont pas soumises à des restrictions quantitatives ou à des licences d'importation, mais peuvent être frappées de droits en vertu du Tarif douanier commun. Les exportateurs canadiens sont donc désavantagés par rapport à leurs principaux concurrents de la CEE dont les produits sont admis en franchise. Les droits ne sont pas uniformes et le taux, qui dépend de l'article en cause, varie entre 6 % et 9,5 %. Les droits d'importation sont imposés sur la valeur c.a.f. (ou débarquée). En outre, les composantes et les systèmes automobiles qui touchent à la sécurité ou aux émissions doivent se conformer aux règlements complexes de la CEE (ce qui représente un obstacle non tarifaire important pour certains articles), bien que dans certains cas les normes britanniques soient acceptables.

Une nouvelle loi, entrée en vigueur en août 1983, interdit les franchises exclusives de pièces détachées exploitées par le passé par les fabricants et les importateurs britanniques d'automobiles à l'égard de leurs concessionnaires. Ceux-ci pourront donc

s'approvisionner ailleurs, ce qui ouvre un débouché important pour les fabricants et les distributeurs indépendants de composantes. Ce n'est que lentement que les concessionnaires passeront à d'autres fournisseurs parce qu'ils se sont habitués avec les années aux systèmes, aux numéros de pièces, etc. des fabricants de véhicules.

2.3 Matériel et services pour l'exploitation pétrolière et gazière sous-marine

Survol

L'industrie britannique du gaz et du pétrole sous-marins pourrait connaître des développements importants. En 1983, l'activité a été caractérisée par des niveaux sans précédent de forages exploratoires, et plusieurs gisements ont été mis en exploitation.

En 1983, la production pétrolière totale du R.-U. était de 115 millions de tonnes, provenant presque entièrement de gisements sous-marins. Le R.-U. se situe maintenant au sixième rang des producteurs de pétrole du monde.

La valeur annuelle des commandes de biens et de services par les entreprises d'exploitation de ce secteur s'élèvent à environ 6 milliards de dollars, dont 70 % émanant de fournisseurs britanniques. Les dépenses pour l'exploitation de la mer du Nord devraient représenter 100 milliards de dollars entre 1984 et 1995, la moitié de ce total se composant de dépenses d'équipement nécessitées par de nouveaux gisements, y compris le matériel, les matières, la fabrication et les services. Le marché ne comporte aucune restriction et est ouvert à tous les fournisseurs, sous réserve des considérations commerciales habituelles: prix, qualité, service après-vente, etc.

La concurrence britannique est moins vive aux étapes de l'exploration et du forage exploratoire, comptant pour moins de 30 % du chiffre d'affaires généré par ces activités.

Le « Offshore Supplies Office » (OSO) a été mis sur pied en janvier 1973 pour assurer que l'industrie britannique puisse concurrencer la fourniture de biens et de services destinés au plateau continental britannique. Il ne s'agissait pas d'assurer un traitement préférentiel à l'industrie britannique. L'OSO devait plutôt aider l'industrie britannique à cerner les besoins des exploitants de pétrole sous-marin et les aider à recenser les entreprises britanniques capables de leur fournir le matériel et les services dont ils avaient besoin.

L'OSO encourageait de nouvelles entreprises visant à accroître la participation britannique à l'approvisionnement du marché du pétrole et du gaz sous-marins, et fournissait des conseils sur les coentreprises et les accords de licence. L'industrie britannique était également encouragée à approvisionner des points de vente outre-mer.

L'OSO n'achète pas directement des biens ou des services. Mais la part de l'industrie britannique dans la valeur totale des commandes passées par les exploitants de gaz et de pétrole pour la mise en

valeur du plateau continental britannique a augmenté en moyenne à 72 % au cours des quelques dernières années. En chiffres absolus, la valeur moyenne de l'ensemble des commandes passées au cours des quatre dernières années était de 2,56 milliards de livres par année, ce qui ne tient pas compte des commandes inférieures à 100 000 £.

La U.K. Offshore Operators Association Ltd. (UKOOA) a été mise sur pied en 1973 à partir d'un organisme officiel établi en 1964 (peu après l'attribution des premières licences britanniques d'exploitation sous-marine) qui portait le nom de « UK North Sea Operators Committee ». L'UKOOA assure un moyen de communication avec le gouvernement et d'autres organismes à l'égard des questions techniques et administratives. Comme elle est consultée régulièrement par le gouvernement, elle participe à presque toutes les affaires de l'industrie du pétrole sous-marin. L'UKOOA a un effectif permanent restreint, mais elle nomme chaque année un conseil choisi parmi ses membres pour diriger ses affaires. Seules peuvent en être membres les entreprises (présentement au nombre de 34) qui exploitent des licences de production dans les eaux britanniques; toutes les sociétés pétrolières qui s'occupent d'exploration ou de production sur le plateau continental britannique en sont membres.

L'UKOOA compte 18 comités permanents et deux comités *ad hoc* et est représentée auprès de 27 organismes mixtes de l'industrie. Parmi les sujets dont s'occupent régulièrement ces comités, on note les méthodes de forage, la plongée, les services d'urgence, le génie et le développement, la sécurité, la lutte contre la pollution, les pratiques d'emploi et l'égalité des chances pour l'industrie britannique.

Il faut signaler que le comité de l'UKOOA sur l'égalité des chances contrôle l'application et la mise en œuvre d'un code régissant l'achat de biens et de services pour les activités pétrolières sur le plateau continental. L'OSO contrôle les achats en permanence pour assurer que l'industrie britannique puisse présenter des soumissions.

Les licences d'exploration et de production sous-marines sont délivrées par le secrétaire d'État à l'Énergie en vertu d'une loi de 1934 sur la production pétrolière, et dont l'effet a été étendu aux ressources sous-marines par une loi de 1964 sur le plateau continental. Cette loi désigne certaines régions où les droits d'exploration et d'exploitation du fond marin et du sous-sol ainsi que des ressources naturelles qu'ils renferment peuvent être exercés par le Royaume-Uni. Les régions sont divisées en blocs; le plus souvent on sollicite des demandes de licence portant sur des blocs donnés (désignés dans l'invitation). Les licences ont été accordées en huit rondes depuis 1964.

Récentes activités canadiennes de commercialisation

Au nombre des entreprises canadiennes de gaz et de pétrole qui ont établi des bureaux au R.-U., mentionnons Bow Valley, Ranger et Sceptre Resources.

Bawden Drilling et Westburne font des forages à partir de plates-formes fixes; Kenting exploite un certain nombre d'installations terrestres de forage. CanOcean Resources, membre du groupe NOVA, a établi une base opérationnelle au Royaume-Uni. International Submarine Engineering a fourni un certain nombre de submersibles aux entreprises de service et Huntec obtient régulièrement des contrats de levés sous-marins. J.T. Hepburn a fourni du matériel de levage pour une plate-forme de forage semi-submersible construite au R.-U. pour Dome Petroleum. Plusieurs entreprises canadiennes ont également étudié la possibilité d'accords de licence ou de coentreprises au R.-U. pour du matériel comme des valves d'étranglement, des extracteurs de vase, etc.

La participation directe des entreprises canadiennes à l'exploration, à la mise en valeur, à la production et au traitement du pétrole et du gaz au R.-U. constitue un tremplin pour l'augmentation des exportations d'outillage, d'équipement et de services canadiens connexes.

En 1983, les exportations canadiennes d'outillage de production du pétrole, du charbon et du gaz vers le R.-U. s'élevaient à 1,6 million de dollars. Si l'on ajoute le matériel spécialisé relatif à la production de pétrole et de gaz, comme les treuils, les appareils de levage, les échangeurs thermiques, les pompes, les soupapes, etc., le total atteint 4,6 millions de dollars. Au moins 25 entreprises canadiennes ont réalisé des ventes sur ce marché, soit à leur propre compte soit par l'entremise de filiales au R.-U. ou par l'entremise d'agents ou de distributeurs locaux.

Au cours des 12 mois terminés en juin 1983, les expéditions canadiennes dans ce secteur s'élevaient à un peu plus de 3 millions de dollars. Les entreprises canadiennes ont connu des succès à l'égard de turbines et de pièces, de matériel géophysique et océanographique, de matériel de forage, de matériel acoustique sous-marin et de divers services.

Les entreprises canadiennes de fourniture et de service de matériel pour le gaz et le pétrole ont participé avec succès aux grands salons tenus à Aberdeen (Écosse), Brighton (Angleterre) et Stavanger (Norvège) au cours des quelques dernières années. Ces salons ont lieu tous les deux ans selon le programme suivant:

Offshore Europe	Aberdeen (Écosse)	Sept. 85, 87, 89
Offshore Northern Seas	Stavanger (Norvège)	Août 84, 86, 88
Oceanology International	Brighton (Angleterre)	Mars 84, 86, 88

Pour réussir, les exportateurs canadiens doivent assurer une présence permanente sur le marché britannique. Les PME s'en rendent compte et le personnel canadien du haut-commissariat est en mesure de conseiller les exportateurs éventuels pour le choix d'agents et de distributeurs qui ont fait leurs preuves. Pour aider à ce travail, le haut-commissariat constitue un registre des agents et des distributeurs. Il est essentiel que les entreprises canadiennes puissent garantir la livraison rapide d'un produit ou la prestation prompte d'un service d'appui.

Diverses sections du PDME ont été utilisées de façon modérée au cours des deux dernières années par des exposants de salons et par diverses sociétés effectuant des visites de prospection du marché.

Considérations sur le marché

Les principales activités d'exploitation sous-marine restent dominées par les entrepreneurs d'ingénierie étrangers, surtout des États-Unis et de la Norvège, mais les entreprises françaises, néerlandaises et italiennes livrent aussi une concurrence dans ce

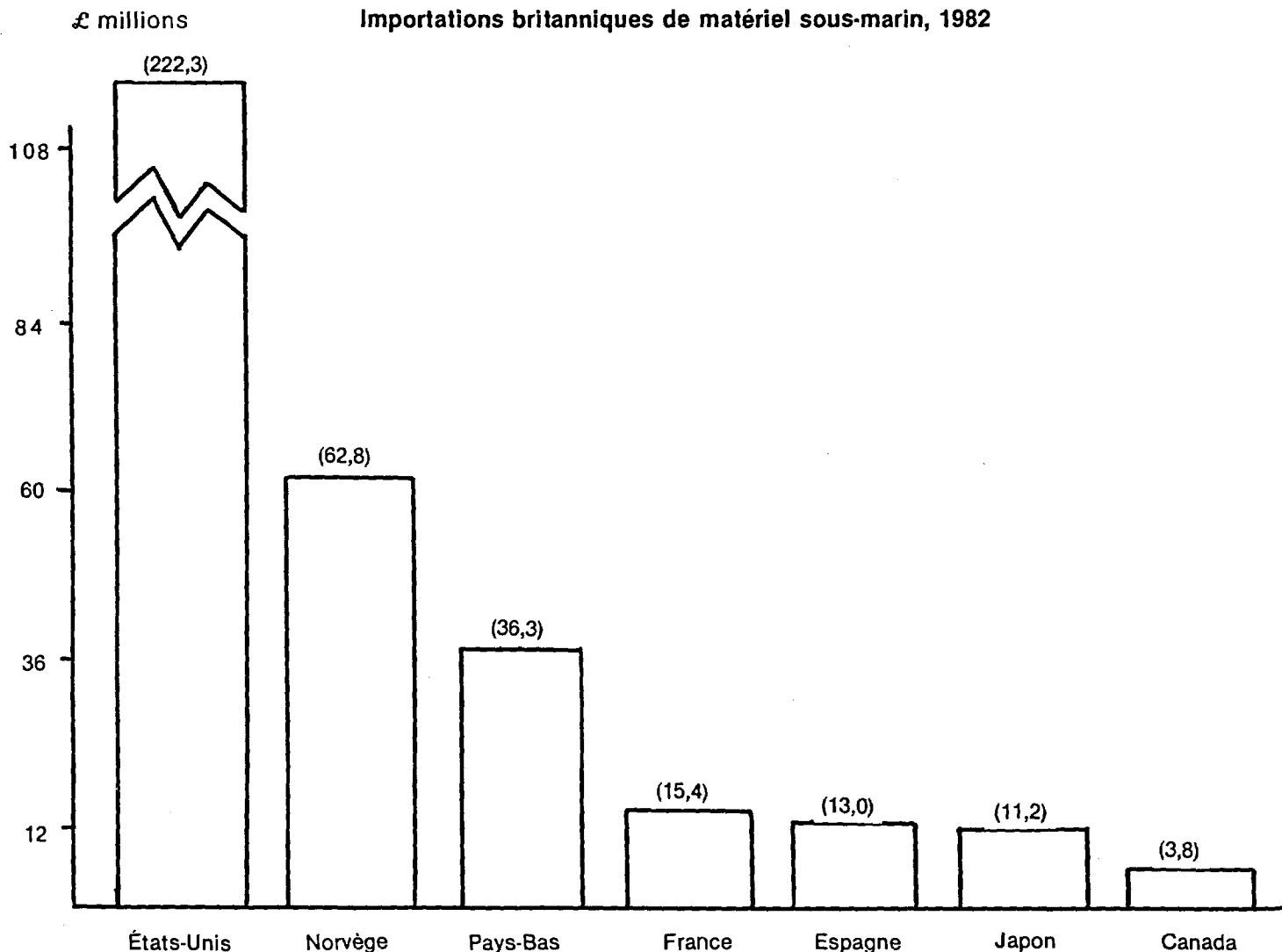
domaine. En outre, les entreprises norvégiennes et françaises ont reçu un appui technique considérable d'institutions spécialisées en R-D, alors que celles de la Norvège, de la France et de l'Italie ont eu l'appui de leurs sociétés pétrolières nationales.

Selon les données les plus sûres, les importations globales dans la catégorie des transactions liées au plateau continental représentaient 419 millions de livres en 1982.

En voici la ventilation par pays:

Tableau 6

Importations britanniques de matériel sous-marin, 1982



Source: Statistiques du gouvernement britannique

3. PRODUITS DE CONSOMMATION ET DE LOISIR

3.1 Articles de sport

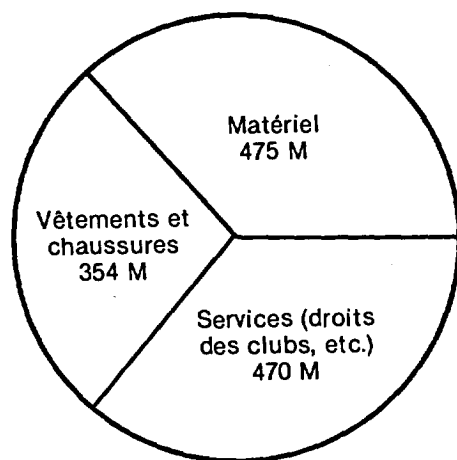
Débouchés

La présente section ne souligne que les possibilités qui s'offrent dans le domaine des articles de sport; il y a cependant des débouchés au R.-U. pour les vêtements et les chaussures de sport.

Le sport et de nombreux types d'activités sportives sont fort populaires au R.-U., environ 50 % de la population se livrant régulièrement à une activité sportive quelconque.

Malgré cette popularité à la hausse, la récession a affecté les fournisseurs britanniques de matériel sportif et la demande n'a pas crû aussi rapidement que prévu. Le marché actuel des articles de sport — matériel, vêtements et services — est néanmoins considérable éliminer: (voir Graphique 1).

Graphique I



Légende: M = millions de livres

La Grande-Bretagne fabrique bon nombre des articles traditionnels pour le sport, mais depuis cinq ans elle a dû importer de nombreux articles pour faire face à la demande. Les importations ont joué un rôle important sur ce marché et l'on s'attend à ce que cette situation se maintienne. Comme l'indique le tableau suivant, les importations constituent une part importante du marché total.

Si l'on postule que la relance économique se poursuivra au cours des trois prochaines années, l'augmentation du volume des ventes d'articles de sport pourrait être de 15 à 30 %. On s'attend à une croissance particulièrement forte dans le domaine des sports d'intérieur à raquette (badminton et squash) et du billard. Avec l'augmentation des coûts des points de vente au détail, l'importateur/distributeur peut assurer l'entreposage à bon marché. Les importateurs et distributeurs ont tendance à ne garder en stock que les produits faciles à vendre, ce qui rend difficile l'introduction de nouvelles gammes.

En général, le matériel de sport est vendu par des magasins spécialisés, qui sont au nombre de quel-

que 4 000 au R.-U. Les autres points de vente importants au détail sont les magasins à succursales (par exemple Woolworth, Boots, Tesco et les maisons de vente par correspondance).

Récentes activités canadiennes de commercialisation

Les exportations canadiennes de matériel de sport au R.-U. sont passés de 1,5 million de dollars en 1977 à près de 5 millions en 1982. Ce total reste très modeste par rapport à l'ensemble et laisse des possibilités d'expansion considérables.

Les Canadiens ont abordé le marché britannique directement, dans les domaines comme le golf et le matériel de gymnase, ou indirectement, dans la plupart des autres domaines, par le moyen de salons européens comme l'ISPO à Munich et le SPOGA à Cologne. Les principaux acheteurs britanniques y sont présents.

Puisque les exportations canadiennes dans ce secteur en sont au stade du développement, on a jugé que l'exposition considérable qu'assurent les grands salons internationaux constitue le véhicule de commercialisation le plus efficace. Lorsque la position des entreprises canadiennes sera mieux assurée, on pourra se concentrer davantage sur des marchés précis et participer notamment à des salons locaux ou régionaux. Il restera nécessaire de visiter fréquemment les représentants ou les distributeurs pour tirer parti des relations établies ailleurs.

Sur le marché britannique des articles de sport, la part actuelle du Canada semble se limiter au hockey, à la natation, au tir à l'arc, au golf, au billard et au matériel de gymnastique.

À l'exception des vêtements de hockey, essentiels à la pratique de ce sport, le marché est limité pour ce qui est des vêtements et des chaussures de sport.

Considérations sur le marché

Bien que l'industrie canadienne des articles de sport ait la possibilité d'augmenter sa part du marché, cette capacité doit être vue dans le contexte de son

Tableau 7
Pénétration des importations pour certains créneaux du marché des articles de sport au R.-U., 1977-1982

	% de la valeur du marché				
	1977	1978	1979	1980	1982
Raquettes	74	56	80	83	77
Balles de tennis	26	12	26	24	21
Cannes à pêche	59	63	59	69	95
Moulinets	79	82	81	—	93
Matériel de tennis sur table	50	63	53	54	75
Fléchettes et cibles	11	9	2	3	3
Matériel de gymnastique et d'athlétisme	20	41	47	61	68
Bâtons de golf	26	31	30	34	42
Balles de golf	12	21	26	39	38

Source: *Business Monitor*

aptitude à fournir au R.-U. des produits compatibles à des prix concurrentiels.

Les entreprises canadiennes ont concentré leurs efforts de production dans les gammes moyenne et supérieure, laissant le bas de la gamme aux producteurs d'Asie. Le meilleur potentiel d'exportation proviendra vraisemblablement de nouveaux produits comme les bottes de marche légères, les cadres de raquettes de tennis en acier et en fibre de verre, les bottes de ski moulées et les bâtons de hockey moulés. La première entreprise à s'attaquer au marché avec un solide programme de promotion des exportations a de bonnes chances de réussir.

La preuve de l'acceptabilité des articles canadiens a été amplement faite, et même une évolution relativement mineure de la conjoncture économique au R.-U., s'ajoutant à des taux de change plus favorables, pourrait rendre les articles canadiens très concurrentiels sur ce marché.

Concurrence

La production au R.-U. est dominée par une poignée de grandes entreprises. Si l'on en juge par l'étendue de ses capacités de fabrication, Dunlop et sa société de portefeuille, International Sports Company, serait la plus importante; les autres comprennent notamment Wilson Sporting Goods, Grays of Cambridge, Lillywhites, My Dart et Unicorn.

3.2 Produits de consommation

Fourrures: Le Canada est un important fournisseur de vêtements en fourrure haut de gamme.

Chaussures: Étant donné les ressources et les capacités particulières du marché canadien, l'industrie s'est dotée d'une bonne capacité de production de bottes moulées par embouage et, dans les créneaux supérieurs, de bottes de travail en cuir, de bottes pour l'alpinisme et la marche, ainsi que d'articles d'après-ski. L'Institut canadien de la chaussure et du cuir a effectué plusieurs visites en Europe pour promouvoir les productions canadiennes. Les possibilités d'exportation dans ce secteur dépendent non seulement du design et de la qualité, mais également des prix concurrentiels.

Textiles: Le R.-U. constitue depuis longtemps un débouché pour les textiles canadiens: cotons, cotons de coutil, velours côtelé et velours. Les tissus en fibres synthétiques en sont venus à représenter une part plus importante du marché. Les exportations canadiennes de fils et filés ne sont concurrentielles que par la conjugaison d'une demande favorable (c.-à-d. que les importations semblent s'accroître au fur et à mesure que décroît la production britannique) et d'un taux de change favorable.

Tapis: Les fabricants britanniques ne desservent actuellement que de 60 à 65 % de la demande des consommateurs locaux, et il y a eu de grandes possibilités d'exportations dans les cinq dernières années. Le Canada a accru ses exportations de tapis tufté, les faisant passer à un sommet de 11 millions de dollars en 1981. Avec le retour d'un

taux de change favorable et d'une conjoncture économique plus propice, une partie de ce marché pourrait être récupérée.

Articles-cadeaux et bijoux: Il n'y a aucun obstacle non tarifaire à l'importation de bijoux et d'articles-cadeaux au R.-U., mais les membres de la CEE ont un avantage sur le plan des tarifs douaniers. Les activités de promotion des bijoux canadiens ont surtout consisté en démonstrations « internes » effectuées dans les locaux de la division commerciale du haut-commissariat du Canada à Londres. Une participation canadienne à l'« International Spring Fair » (Birmingham) permet à un plus grand nombre d'entreprises produisant des bijoux et des articles-cadeaux de faire largement connaître leurs marchandises aux acheteurs de gros et au détail.

3.3 Meubles

Débouchés

L'industrie du meuble est très fragmentée au R.-U.; on estime qu'elle comprend de 1 300 à 1 400 fabricants.

Les fabricants de meubles du R.-U. vendent en général directement aux points de vente au détail. On estime que les magasins de meubles et les magasins à rayons comptant 10 succursales ou plus rendent compte de 40 % du volume des ventes. Les meubles importés passent d'ordinaire par des agents, mais il y a certaines ventes directes aux chaînes les plus importantes. Le total des ventes intérieures de meubles en bois et de meubles rembourrés était de 1,1 milliard de livres en 1982, et ont représenté environ 1,2 milliard en 1983. Les importations constituent environ 25 % du total de la demande (300 millions de livres).

Le marché britannique du meuble se répartit comme suit, en terme de pourcentage: meubles en bois, y compris les composantes, 60 %; meubles rembourrés, 25 %; meubles de métal, 15 %.

Récentes activités canadiennes de commercialisation

Avant 1979, les exportations canadiennes de meubles, y compris des exportations de meubles de bureau en métal, étaient négligeables. La fermeté de la livre sterling à la fin de 1979 a été le catalyseur qui a permis d'augmenter les exportations de meubles canadiens en Grande-Bretagne. Une des principales cibles était le marché du meuble rembourré, qui s'adresse aux clients de classe moyenne qui recherchent des meubles de style distinctif, de bonne qualité et de prix concurrentiel.

Il y a quatre ans environ, le gouvernement de l'Ontario a organisé une exposition au « London Furniture Show ». Depuis lors, d'autres entreprises ontariennes ont tenu un stand avec leurs agents britanniques. Deux entreprises québécoises ont exposé au même salon. Une visite aux deux principaux salons britanniques du meuble, le « London Furniture Show » (en mai) et l'« International Furniture Exhibition » de Birmingham (en novembre), assure

Tableau 8
Exportations de meubles canadiens au Royaume-Uni, 1980-1983

	milliers de dollars			
	1980	1981	1982	1983
Sommiers et matelas	2	21	6	50
Meubles domestiques en bois	627	1 102	672	1 274
Meubles domestiques en métal	3	74	48	76
Meubles domestiques rembourrés	131	790	1 340	542
Meubles domestiques n.d.a.	42	97	123	104
Meubles de bureau en bois	206	870	10	179
Meubles de bureau n.d.a.	1 438	1 851	1 314	1 578
Meubles à usage particulier	162	323	568	38
Fournitures et accessoires, n.d.a.	3 224	2 451	2 568	2 437
TOTAL	5 835	7 579	6 649	6 278

Source: Statistique Canada

une occasion idéale de comparer le prix et le style des produits britanniques et européens.

Depuis 1980, trois groupes différents d'acheteurs de meubles ont été invités à visiter le Salon du meuble de Toronto. Deux de ces visites ont abouti à des commandes substantielles.

Le mobilier canadien destiné aux bureaux, aux hôtels ou aux institutions a connu un certain succès au R.-U. Nos entreprises pourraient bénéficier d'une participation annuelle à l'« Interior Design Show » du R.-U. qui leur permettrait de montrer leurs produits et leurs services aux acheteurs britanniques, tout particulièrement dans des domaines comme le mobilier de bureau vendu comme système intégré d'aménagement paysager. Les acheteurs britanniques seront encouragés à participer au Salon du mobilier de bureau (CANEXUS) de Toronto.

Considérations sur le marché

Les activités de promotion ont fait prendre conscience aux acheteurs britanniques de meubles qu'il existe toute une gamme de meubles canadiens dont la conception et le style sont distinctifs, qui s'adressent au consommateur moyen et dont le prix est concurrentiel, même compte tenu de la baisse actuelle de la livre sterling par rapport au dollar canadien. Les exportateurs canadiens de meubles ont « entrouvert la porte » du marché britannique; avec un programme permanent de promotion, il est possible de faire passer la part des importations de 1% à 5%.

Le meuble nord-américain diffère de nombreux égards du meuble traditionnel du R.-U.; l'aptitude des entreprises canadiennes à s'adapter à la production de meubles dont le style soit acceptable aux acheteurs du R.-U. sera un facteur déterminant des ventes.

Le marché des articles assemblés est au mieux négligeable tant qu'on n'aura pas trouvé une façon économique de les expédier. On y a réussi à ce jour lorsqu'il était possible de faire tenir convenablement des canapés et des fauteuils rembourrés dans un

conteneur, ce qui permettait d'expédier un volume économique de marchandises.

Le tarif de 7,4 % constitue un obstacle aux exportations de meubles canadiens. Bien qu'il n'y ait pas eu de programme « d'achat chez nous » au R.-U., l'industrie est bien au courant de l'augmentation des importations et utilise de petites étiquettes sous forme de drapeaux britanniques et portant les mots « Buy British » ou « British Made ».

Concurrence

Aucun fabricant britannique ne domine le marché. On estime que seulement trois fabricants contrôlent chacun moins de 5 % du marché, soit Gomme Holdings, Christie Tyler et Schreiber.

Les principaux exportateurs sont les pays de la CEE et de l'AELE qui rendent compte d'environ 70 % des importations britanniques, suivis des pays de l'Europe de l'Est. À l'heure actuelle, les importations à bon marché de l'Extrême-Orient sont en hausse.

D. PRODUITS AGRICOLES, HALIEUTIQUES ET ALIMENTAIRES

Les exportations canadiennes de produits agricoles, halieutiques et alimentaires au R.-U. représentaient 513 millions de dollars en 1983. Comme il est mentionné au tableau 9, les exportations canadiennes totales de ces produits se sont accrues, passant de 356 millions en 1977 à 707 millions de dollars en 1981. Les exportations canadiennes de produits agricoles, halieutiques et alimentaires au R.-U. ont représenté en moyenne 20 % de l'ensemble des exportations canadiennes au R.-U. pendant la même période.

Les principales denrées exportées comprenaient les céréales, le poisson en conserve et congelé, les fruits et les légumes, les fourrages et les aliments pour animaux, le tabac, les bovins de race pour l'élevage, le bœuf de haute qualité, les produits oléagineux, le cheddar fort, d'autres aliments traités ainsi que des cultures spécialisées. Les céréales et

Tableau 9
Exportations canadiennes de produits agricoles, halieutiques
et alimentaires au R.-U., 1977-1983

	millions de dollars					
	1977	1979	1980	1981	1982	1983
Animaux vivants	0,1	0,1	0,7	1,1	0,3	3,0
Viande	5,3	14,8	19,6	21,8	22,6	17,6
Poisson	35,2	55,7	84,0	106,7	81,1	98,7
Produits laitiers	2,0	1,6	7,5	16,9	17,1	13,6
Orge	6,6	7,4	2,0	—	0,6	—
Blé	177,6	263,1	284,6	353,0	269,6	236,8
Autres céréales	7,5	3,6	5,4	5,3	4,6	3,3
Fruits	1,8	4,9	7,4	16,9	13,6	9,8
Légumes	38,9	36,3	39,7	35,2	45,0	37,4
Autres fruits et légumes	2,9	4,2	5,3	7,1	7,0	4,7
Fourrages	28,7	39,9	44,2	52,0	38,6	39,1
Whisky	1,6	2,2	1,7	1,4	1,6	1,3
Tabac	42,2	84,1	36,6	67,6	54,4	40,2
Autres graines	5,7	22,3	13,4	22,4	10,0	14,3
TOTAL	356,0	540,0	552,2	707,2	539,6	513,0
Exportations canadiennes totales (%)	18,5 %	21 %	17 %	21 %	20 %	21 %

Source: Statistique Canada

préparations à base de céréales (surtout le blé) composent la catégorie la plus importante, et ont compté pour 47 % du total des exportations canadiennes de produits agricoles, halieutiques et alimentaires au R.-U. en 1983.

Les sections qui suivent traitent de trois sous-secteurs, à savoir les produits alimentaires traités, les produits agricoles ainsi que le poisson et les produits du poisson. Les possibilités d'exportation qui y sont décrites sont jugées comme les plus importantes pour une future pénétration du marché britannique. D'autres débouchés, tant pour ces créneaux traditionnels que pour les produits non traités ici, sont également importants pour les exportateurs canadiens et devraient continuer à être exploités.

Importations britanniques

Comme on le voit au tableau 10, le R.-U. a importé en 1982 pour quelque 13,5 milliards de dollars américains (7,7 milliards de livres) de produits agricoles, halieutiques et alimentaires. Cela a représenté quelque 13,6 % de l'ensemble des importations britanniques de produits de base pour cette année-là. La CEE, principal fournisseur, a compté pour environ 50 % de ces importations. La plus large part du reste des produits agricoles, alimentaires et halieutiques a été importée de pays développés (pays de l'AELE, Australie, Japon, Israël, Afrique du Sud et Canada). Notre part du marché britannique des produits agro-alimentaires et du poisson s'est établie à environ 4 % en 1982.

Le marché britannique des produits agricoles, halieutiques et alimentaires est un marché complexe. La qualité réelle et perçue est importante, plus que sur

nombre d'autres marchés extérieurs. L'expérience nous a montré que le marché britannique ne peut être tenu pour acquis. Il est donc important que l'exportateur canadien comprenne clairement les règlements britanniques applicables à son produit ainsi que les attentes du client en matière de qualité.

1. Aliments traités

Débouchés

L'industrie britannique de la fabrication d'aliments a une base diversifiée, et les principales entreprises de traitement sont de grands conglomerats de propriété britannique.

L'expérience montre que les entreprises britanniques de traitement adoptent rapidement les nouvelles idées et les nouvelles techniques en provenance de l'Amérique du Nord. Ces tendances ont mené des fabricants canadiens à conclure des ententes de coentreprise au R.-U. pour l'emballage à partir des expéditions en vrac. Malgré la domination des fabricants britanniques, une quantité considérable (environ 30 %) d'aliments traités est importée.

Le secteur des aliments traités comprend les produits suivants: viande et volaille, fruits et légumes traités, produits laitiers, farine et céréales pour le petit déjeuner, produits de boulangerie (y compris les biscuits), les boissons (distillateurs, brasseurs, producteurs de vins et de boissons gazeuses) et le groupe des produits alimentaires divers (confiserie, huiles végétales et autres produits élaborés, miel et produits de l'érable).

Les principales exportations canadiennes d'aliments traités sont mentionnées au tableau 11. La chute

Tableau 10
Importations britanniques de produits agricoles,
halieutiques et alimentaires, 1982
(Parts respectives de la CEE et du Canada)

	Importations totales Valeur (milliers \$ÉU)	Parts (%)	
		CEE	Canada
Animaux vivants pour consommation	232 967	69,7	0,6
Viandes et préparations	2 399 203	63,9	0,6
Produits laitiers	993 931	70,0	1,2
Poisson et préparations	707 493	34,8	11,2
Céréales et préparations	962 398	45,9	28,2
Fruits et légumes	2 814 755	46,8	1,4
Sucre et préparations, miel	751 771	24,3	0,3
Café, thé, cacao, épices	1 264 326	5,9	*
Fourrages pour animaux	781 451	60,0	5,8
Divers produits comestibles	317 004	79,8	5,5
Boissons	905 753	79,0	0,1
Tabac	558 691	23,3	7,7
Cuirs, peaux, fourrures, non apprêtés	331 566	22,4	2,9
Graines et fruits oléagineux	454 312	49,3	2,6
TOTAL	13 475 621	50,2	4,1

Source: ONU — Statistiques du commerce des produits de base (R.-U.), 1982

* Moins de 0,1 %

des exportations enregistrée en 1982 et 1983 peut être surtout attribuée à la hausse du taux de change, qui a rendu les produits canadiens moins concurrentiels sur le marché britannique.

Entre 1967 et 1982, les exportations canadiennes de produits alimentaires traités au R.-U. se sont élevées de 47 %, passant de 78 millions à 115 millions de dollars. Mais si l'on tient compte de l'inflation, la valeur réelle de nos exportations d'aliments traités a accusé une sérieuse diminution. Par ailleurs, nos ventes vers d'autres pays se sont accrues plus rapidement que nos ventes destinées au R.-U., qui représente maintenant 4 % de l'ensemble de nos exportations de produits alimentaires traités, contre 17 % en 1967. L'adhésion de la Grande-Bretagne à la CEE peut probablement être considérée comme le principal facteur de ce déclin.

Malgré ces difficultés, il y a lieu d'être optimiste quant à l'avenir des ventes canadiennes sur ce marché. Nos exportations d'aliments traités semblent s'être ajustées au nouvel environnement commercial et s'être stabilisées aux niveaux courants. Ce secteur offre des possibilités pour les produits traditionnels mentionnés au tableau 11 (page 29). Certains créneaux spécialisés offrent également des possibilités: ce sont le fromage cheddar fort et le bœuf de haute qualité.

Fromage cheddar fort

Le R.-U. est pratiquement autosuffisant en ce qui concerne la production laitière et peut importer d'autres produits laitiers en franchise des États membres de la CEE. Le cheddar fort constitue une exception: il s'agit d'un produit unique dont le vieillissement et la saveur ne peuvent être égalés par

les producteurs britanniques. Le Canada est en mesure d'en exporter une certaine quantité (2 750 tonnes) pour laquelle les droits d'importation sont peu élevés et fixés à l'avance. Sans un accroissement de ce contingent, il est peu probable qu'il y ait augmentation des exportations canadiennes en raison de la structure tarifaire prohibitive de la CEE.

Viandes traitées

La production britannique de viande de bœuf, de porc et d'agneau alimente environ 82 % de la demande locale de tous les types de viande et près de 65 % de la consommation britannique de viandes rouges. Le régime de la CEE touchant les viandes rend les importations non concurrentielles étant donné les droits et taxes qui les frappent. (Par exemple, le droit de 20 % applicable au bœuf s'accompagne d'une taxe d'environ 0,6 £ la livre).

Les exportations canadiennes de viandes ont toujours été surtout constituées d'abats (environ 10 % de l'ensemble des importations britanniques). Pour des raisons de santé animale, le Canada est l'un des rares pays autorisés à exporter des abats de porc au R.-U.

Les établissements de conditionnement de l'Alberta ont été ceux qui ont exploité le plus activement et le plus énergiquement les débouchés offerts au bœuf de haute qualité. En 1981, le Canada s'est gagné le droit d'utiliser une partie du contingent de 10 000 tonnes de viande de bœuf, lequel est assujéti à des exigences précises touchant le type de fourrage et l'âge des animaux. Le commerce du bœuf de haute qualité nécessite un degré élevé de compétences pour respecter les exigences du marché et profiter

de l'avantage considérable qu'offre la pénétration d'un marché par ailleurs protégé. Le droit frappant les coupes de bœuf est de 20 %, sur une base *ad valorem*.

Autres produits

Il pourrait s'offrir de nouveaux débouchés dans certaines catégories de produits non essentiels qui ont des caractéristiques uniques et qui peuvent être commercialisés selon des critères hors prix. Toutefois, étant donné la grande diversité des conditions de marché et des situations de concurrence, les perspectives de commercialisation doivent être évaluées pour chaque produit. Les entreprises canadiennes sont encouragées à explorer elles-mêmes ces débouchés, mais également à consulter la délégation commerciale canadienne à Londres, le MAE à Ottawa, ou les bureaux régionaux du MEIR. Les entreprises ayant des produits pouvant convenir au marché britannique pourraient donc également tirer avantage des activités de promotion des exportations parrainées par le ministère des Affaires extérieures.

Plusieurs entreprises canadiennes sont associées à des sociétés britanniques, alors que d'autres ont des liens commerciaux directs (par exemple, Safeway Food Stores U.K., McCain Foods et le groupe Weston). Canada Packers a un bureau de vente à Londres pour les aliments congelés et en conserve, y compris les produits du poisson.

Récentes activités canadiennes de commercialisation

Afin de s'implanter sur le marché britannique de la vente au détail, des institutions ou des services alimentaires, il est important que les entreprises canadiennes de traitement trouvent la façon la plus productive et la plus économique d'acheminer leurs produits. La coentreprise ou l'accord de licence est un moyen qui peut aider les entreprises canadiennes à distribuer, produire et commercialiser leurs produits.

Le réseau britannique de distribution varie selon l'importance du producteur et de l'acheteur. La structure suit celle des grands conglomerats britanniques de fabrication qui ont leurs propres réseaux nationaux de distribution, c'est-à-dire qu'ils vendent directement aux dépôts centralisés des chaînes d'alimentation nationales. Ce schéma de base est donc dicté par les grandes chaînes d'alimentation dont le pouvoir s'accroît à mesure que diminue le nombre des points de vente.

Le gros du pouvoir d'achat dans le secteur des aliments traités s'est concentré dans le sud-est de l'Angleterre. Ce phénomène s'accompagne de la croissance des « marques particulières » des chaînes d'alimentation. Certaines chaînes ont une politique d'achat en Grande-Bretagne alors que d'autres s'approvisionnent à la source la plus concurrentielle, au pays ou outre-mer.

La distribution aux petits acheteurs (c'est-à-dire les chaînes volontaires, les épiciers indépendants et les marchés) se fait généralement par l'entremise de

grossistes qui disposent d'entrepôts et de moyens de transport. Les petites entreprises de traitement utilisent également cette partie du réseau, et l'une des fonctions premières des grossistes est de regrouper plusieurs gammes de produits très spéciaux et de les expédier aux entrepôts centraux des chaînes d'alimentation. Dans le domaine des produits alimentaires spéciaux, le réseau de distribution permet des expéditions moins importantes que la normale, même si cela contribue à faire augmenter les coûts.

Les importateurs et les agents assurent normalement un service complet à l'exportateur d'outre-mer. Ce n'est que par exception qu'une grande chaîne d'alimentation s'occupe directement d'importation.

L'activité de promotion des aliments traités se concentre sur les principaux salons européens de l'alimentation: ANUGA, à Cologne, et le SIAL à Paris, qui alternent d'une année à l'autre.

En 1981 et 1983, il y avait une présence canadienne à l'« International Food Exhibition » (IFE) de Birmingham (1981) et de Londres (février-mars 1983). L'expérience a montré que ces salons sont précieux car ils permettent aux exposants canadiens établis d'augmenter leur pénétration du marché, de présenter de nouveaux exposants et d'établir de nouveaux contacts. De plus, on peut fournir de l'aide qui répond aux besoins particuliers des entreprises.

Considérations sur le marché

L'adhésion de la Grande-Bretagne à la CEE a donné plus d'importance aux produits européens sur les tablettes des détaillants, aux dépens des anciens fournisseurs du Commonwealth. L'éventail des aliments traités importés du Canada à des fins de fabrication, à des fins institutionnelles ou pour la vente au détail n'a cessé de diminuer, surtout à cause de problèmes d'accès liés à des tarifs et à des droits communautaires élevés, particulièrement pour les viandes, le sucre et les produits à base de céréales. Les exportateurs canadiens sont en outre défavorisés sur le marché britannique par les coûts de nos matières premières, qui dépassent souvent les cours internationaux.

Certains problèmes d'accès liés aux prix sont aggravés par un taux de change défavorable. Au niveau des prix, les principaux concurrents sont les États de la Communauté européenne dont les produits entrent en franchise, de même que des pays en développement ou des pays associés pour lesquels des droits plus faibles ont été prévus.

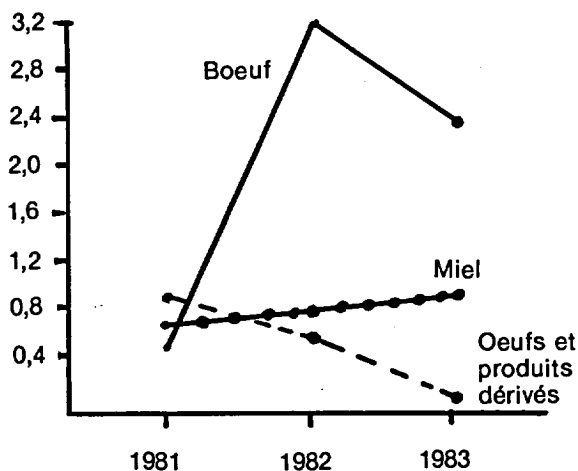
Mais les règlements sur l'emballage et l'étiquetage des aliments traités importés ne sont généralement pas restrictifs.

Concurrence

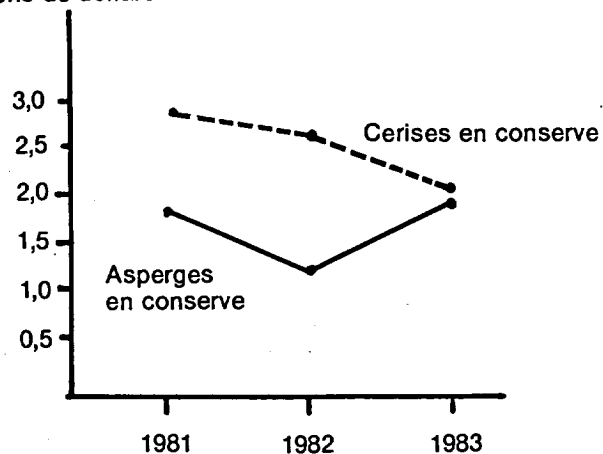
Les grands conglomerats britanniques comme Unilever, Imperial Foods, Bibby and Sons, les meuneries Ranks, Spillers, etc. et les filiales britanniques des grandes sociétés américaines General Foods Ltd. et General Mills Ltd. sont les principaux concurrents du Canada sur le marché britannique.

Tableau 11
Exportations d'aliments transformés canadiens
au Royaume-Uni, 1981-1983

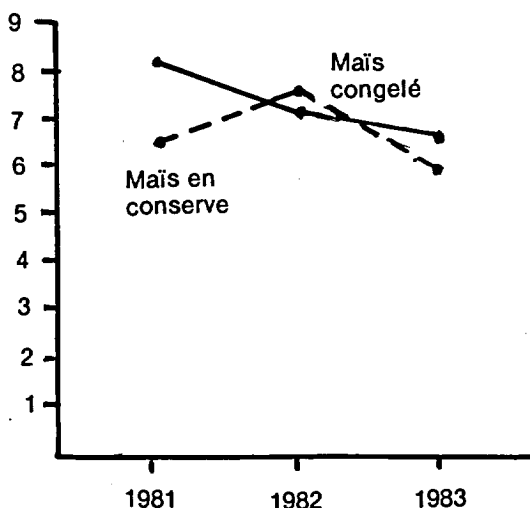
en millions de dollars



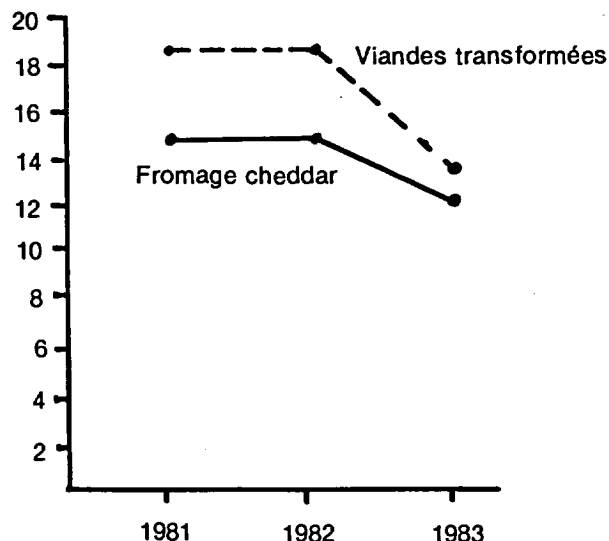
en millions de dollars



en millions de dollars



en millions de dollars



Les principaux fournisseurs d'aliments traités sont la France, le Danemark, les Pays-Bas, la RFA, les pays de l'Europe de l'Est, l'Espagne, l'Italie et, dans une mesure moindre, les États-Unis. Bon nombre de ces pays, y compris les États-Unis, font la promotion constante de leur image nationale au moyen de leurs centres de promotion des produits alimentaires au R.-U.

2. Produits agricoles

Graines et oléagineuses

Le Canada fournit depuis longtemps des graines et des produits céréaliers au R.-U., mais ses exporta-

tions sont maintenant limitées à la fourniture de blé dur de meunerie, de certains sous-produits céréaliers, y compris les criblures en boulettes, ainsi que d'une quantité limitée d'orge de brasserie.

Récemment, il y a eu une croissance spectaculaire des récoltes britanniques de colza, ce qui fait que les entreprises britanniques de concassage ne se tournent vers les importations que lorsque la production communautaire est épuisée. De petites quantités de graines de lin et de graines de moutarde ont été importées du Canada.

Tableau 12
Exportations de certains produits
agricoles au Royaume-Uni, 1981-1983

	milliers de dollars		
	1981	1982	1983
Bétail de race	952	172	1 366
Animaux vivants, autres	150	134	1 588
Semence animale	504	553	1 783
Pommes	13 174	10 064	7 010
Légumes frais	785	993	1 223
Haricots blancs, séchés	11 200	14 013	13 432
Légumineuses, autres	3 308	3 642	4 380
Légumes séchés, n.d.a.	2 192	1 804	1 118
Fourrages animaux	4 866	6 523	8 735
Tabac non traité	67 006	54 176	39 990
Pelleteries	17 962	11 719	7 561
Semences fourragères	2 996	3 512	1 965

Source: Statistique Canada

Fruits et légumes

Le R.-U. a toujours été un débouché pour les pommes canadiennes; il est notre deuxième grand marché pour la variété à pelure rouge. La pomme *McIntosh* est préférée dans le nord de l'Angleterre, en Écosse et en Irlande du Nord. Elle est surtout vendue aux marchands de fruits et légumes par l'entremise de grossistes et de vendeurs indépendants. Les chaînes d'alimentation du sud de l'Angleterre tendent à préférer la *Red Delicious* et, depuis quelques années, la *Spartan*. Les variétés *Ida* rouge et *Rome* sont aussi parfois vendues dans les magasins de fruits et légumes.

La production locale d'oignons frais a été accrue dans un effort pour réduire les importations, mais il y a une demande permanente d'oignons jaunes. Le R.-U. a compté pour plus de 20 % des exportations canadiennes en 1982 et 1983.

Il s'annonce également de nouvelles possibilités pour le bleuets frais ou congelé. Une importante activité de promotion parrainée conjointement par l'industrie du bleuets ainsi que par les gouvernements fédéral et provinciaux a été tenue à Londres au début de 1984 en vue de susciter plus d'intérêt chez les hôteliers et les restaurateurs.

Bien qu'il y ait des subventions limitées et peu de mesures contre les importations dans ce secteur, la principale exception est la pomme de terre. Il existe des prix-plancher garantis, et le marché local est surtout protégé des importations par les règlements phytosanitaires. En 1983-1984, les mauvaises récoltes européennes ont généré un très fort marché acheteur qui a permis aux entreprises canadiennes d'exporter tout leur excédent de production, et ont entraîné le « rationnement » de certains clients britanniques.

Matériel génétique animal

Les éleveurs britanniques ont été forcés, par un relèvement subit des coûts de production, à trouver des races à meilleur rendement et plus efficaces. Le Canada est un grand fournisseur d'animaux haute-

ment efficaces et à fort rendement, et il a un excellent système de contrôle des aptitudes animales.

Les importations britanniques de cheptel laitier de race ont été reprises en 1980 après une interdiction de trois ans (due à la fièvre catarrhale au Canada) et n'ont cessé de s'accroître pour atteindre une valeur de 885 000 \$ en 1983. Les importations britanniques de semence de race laitière n'ont cessé de s'accroître, passant de 3,7 millions en 1978 à plus de 9 millions de dollars en 1983.

Les ventes canadiennes de bovins reproducteurs au R.-U. ont atteint 491 000 \$ en 1983, meilleure année depuis la reprise des importations. Les importations de semence bovine sont restées relativement stables, représentant en moyenne 1,5 million de dollars par année.

Il se livre une forte concurrence dans le secteur du cheptel bovin où les grandes races continentales comme le Charolais et le Simmental font des percées sur le marché britannique. Toutefois, le Canada produit lui aussi ces races et, en raison de conditions particulières et de programmes d'élevage uniques, les animaux canadiens sont aussi bons, sinon meilleurs, que ceux de l'Europe.

Les États-Unis font face à des restrictions sur leurs exportations au R.-U., en ce qui concerne la santé animale; cela donne certains avantages au Canada. Bien qu'il existe certains problèmes d'ordre sanitaire et que les importations entre le Canada et le R.-U. soient soumises à des règlements restrictifs, nos exportateurs ont pu satisfaire aux normes établies.

Des activités promotionnelles plus intenses ont commencé il y a quelques années avec des stands d'information au « Royal Highland Show » de Glasgow et au « Royal Agricultural Fair » de Kenilworth. Ces initiatives visaient à appuyer la pratique de longue date qui consistait à amener des acheteurs éventuels au « Royal Winter Fair » (Toronto) et à l'« Agribition » (Regina), ainsi qu'à organiser des missions spécialisées.

Légumineuses

Le R.-U. a toujours été, et devrait continuer à être un débouché pour nos haricots blancs. La demande de pois jaunes entiers ou cassés, dont les exportations canadiennes représentaient 4,6 millions de dollars en 1983, est limitée mais stable.

Tabac

Le Canada a toujours alimenté une part substantielle des besoins britanniques en tabac non traité. Le R.-U. reste notre plus important débouché pour la feuille de tabac (valeur de 40 millions de dollars en 1983). On prévoit également un besoin permanent, quoique moindre, pour le tabac canadien séché à l'air chaud.

3. Poisson et produits du poisson

Offre et demande

Au cours des dernières années, l'industrie de la pêche du R.-U. a connu des problèmes, surtout la perte des eaux d'Islande et d'autres eaux pour la flotte au long cours. L'avenir risque de rester sombre pour la flotte de pêche britannique, malgré la mise en œuvre d'une politique commune de la pêche qui pourrait, dans une certaine mesure, aider à stabiliser la situation.

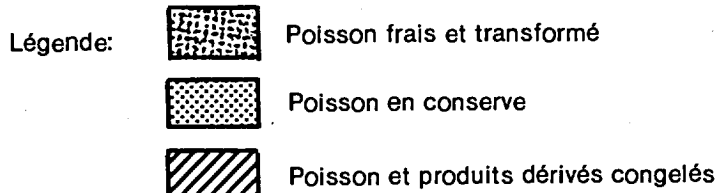
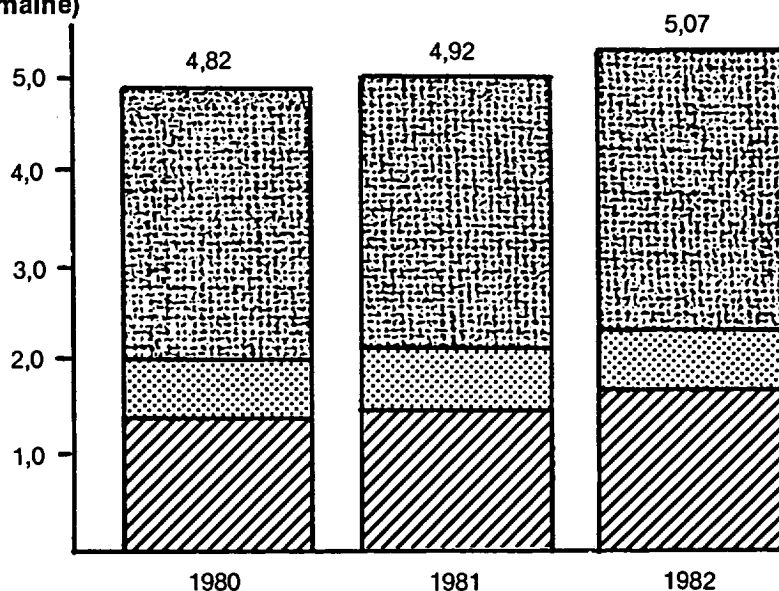
Entretemps, le consommateur britannique continue d'exiger une grande quantité de poissons, particulièrement d'espèces à chair blanche comme la morue. Les prises britanniques de morue ne suffisent plus et il faut donc recourir aux importations pour répondre à la demande des consommateurs.

L'industrie britannique du traitement du poisson continue à demander un approvisionnement régulier en poisson importé. Les entreprises britanniques s'occupant de commercialisation et de traitement du poisson sont nombreuses et diversifiées, comprenant de grands conditionneurs comme Birds Eye, Findus et Ross tout comme des entreprises moins importantes (Brekkes, Bluecrest), des conserveries (Mac Fisheries, British Fish Cannery), ainsi que de petits importateurs et négociants.

Pendant les années 70, la consommation par habitant de poisson frais congelé et en conserve a diminué de quelque 13 % au R.-U., passant de 8,8 à 7,7 kg/année. La demande de mollusques et de produits du poisson en conserve a peu fluctué. Les données pour 1980 à 1982 indiquent que la consommation hebdomadaire de poisson des ménages britanniques a maintenu la tendance observée dans les années 70.

Graphique II
Consommation
(Onces par habitant par semaine)

(Onces par habitant par semaine)



Source: Chiffres du gouvernement britannique

Les ventes de poisson au R.-U. continuent d'être dominées par quelques produits traditionnels, la morue restant sans contredit la préférée du consommateur britannique. De nouveaux produits congelés à base de poisson ont été mis au point, tout comme les « bâtonnets » produits à même des espèces autres que la morue. De nouveaux produits alimentaires congelés ont également été conçus pour profiter de la demande d'aliments-minute.

Les principales importations, par espèce, sont les suivantes:

La **morue** est surtout importée en filets, avec ou sans peau, en blocs entiers et en blocs émincés. L'**aiglefin** est importé frais et entier ou en filets congelés. Une quantité limitée de **merluche** de toute première qualité est importée sous forme de filets congelés, ou comme poisson entier sans tête et éviscéré.

L'amenuisement des stocks de **hareng** et la fermeture totale des pêches de hareng de la mer du Nord ces dernières années ont nécessité des importations importantes. Les stocks de hareng s'étant maintenant quelque peu reconstitués, une pêche restreinte est possible en mer du Nord et une pêche importante est autorisée au nord-ouest de l'Écosse. Les importations futures dépendront donc, dans une très large mesure, de la qualité des prises britanniques. Le marché intérieur du **maquereau** est très limité et ne semble pas appelé à se modifier sensiblement.

Le R.-U. importe des quantités importantes de **saumon** congelé et en conserve. Les importations de **sébaste** et de **flétan** ont été très minimes.

La demande de **mollusques** reste bonne au R.-U. Le **homard vivant** du Canada peut normalement soutenir la concurrence en dehors de la saison locale. Le **crabe** est en demande, mais les importateurs britanniques se tournent vers d'autres sources fournisseuses de crabe en conserve à plus faible prix. La **crevette** (salicoque) est en grande demande, habituellement comblée par les espèces d'eau chaude.

Possibilités qui s'offrent aux exportateurs canadiens au Royaume-Uni

De façon immédiate, le marché britannique continuera probablement d'être réservé aux produits semi-traités. Pour accroître notre part du marché, nos produits doivent pouvoir soutenir la concurrence aux chapitres du prix, de la sécurité d'approvisionnement, des normes d'emballage et, par dessus tout, du maintien d'une haute qualité.

La pénétration de ce marché par les entreprises canadiennes vendant des produits à valeur ajoutée a été limitée, bien que le potentiel reste élevé à long terme. Ce créneau du marché britannique demande un produit de haute qualité, emballé de façon attrayante et pouvant être vendu dans les supermarchés. Les tarifs sont cependant élevés.

La demande de poisson et de produits canadiens du poisson varie en fonction de l'offre locale, des exportations de la Norvège, de l'Islande et d'autres pays de la CEE, ainsi que du taux de change dollar canadien/livre sterling.

La **morue** reste l'espèce préférée du consommateur britannique. Si nos prix restent concurrentiels, nos exportations de morue devraient s'accroître.

Il devrait y avoir de petites possibilités pour nos exportateurs d'**aiglefin** entier congelé ou en filets congelés, compte tenu du prix, des droits tarifaires ainsi que des normes de qualité qui s'appliquent à la morue.

La consommation de **hareng** a diminué ces deux dernières années en raison de la hausse des prix et des difficultés d'approvisionnement. Les prix élevés tournent également les consommateurs vers d'autres produits auxquels ils pourraient bien prendre goût. Les exigences applicables au hareng canadien varieront en fonction de la quantité et de la qualité des prises britanniques de hareng, de la demande de substituts ainsi que des prix.

Le **saumon** congelé et en conserve est notre principale exportation halieutique en Grande-Bretagne. Le saumon congelé est frappé d'un droit de 2,8 %. Certaines percées peuvent être effectuées avec des produits spéciaux comme le saumon fumé et les oeufs de saumon.

Un important facteur qui empêchera probablement un accroissement constant des exportations canadiennes de saumon congelé sera le degré d'acceptation du consommateur britannique, ainsi que la situation de la production de saumon dans les éclosiers du R.-U. et de la Norvège.

Les perspectives de vente de saumon en conserve sont prometteuses, le saumon rouge étant préféré et commandant un prix supérieur. Le marché semble avoir surmonté la peur suscitée par le botulisme en 1981.

Le Canada alimente un bon pourcentage du marché britannique du **homard** vivant importé. Le homard constituera toujours un marché spécialisé appelé à ne s'accroître que lentement, à moins que les revenus disponibles ne s'accroissent plus rapidement que prévu. Il existe un petit marché pour la chair de homard congelée, pour le homard congelé avec carapace ainsi que pour le homard en conserve.

La demande de **crabe de l'Atlantique** est limitée par les prix canadiens élevés ainsi que par l'introduction de produits de remplacement comme le surimi.

Le potentiel qui s'offre à nos **crevettes d'eau froide** est limité par les prix. De forts droits à l'importation (12 %) et les taux de fret, conjugués aux fluctuations du taux de change, rendent les crevettes canadiennes onéreuses.

Activités canadiennes de commercialisation au Royaume-Uni

Depuis que la limite des eaux territoriales du Canada a été portée à 200 milles, les incidences pour la commercialisation des produits canadiens de la pêche se sont modifiées de façon spectaculaire. L'offre s'étant améliorée, il y a un potentiel intéressant d'exportation pour le poisson canadien.

Tableau 13
Principales exportations de produits
halieutiques au Royaume-Uni, 1981-1983

	1981		1982		1983	
	M* Tonnes	\$000	M* Tonnes	\$000	M* Tonnes	\$000
Saumon, frais,						
congelé, en conserve	9 629	64 493	6 233	43 575	10 382	68 515
Morue, congelée, salée	6 820	13 281	8 013	16 426	10 071	15 345
Hareng, congelé,						
en conserve, mariné	4 045	5 619	1 734	2 366	1 465	1 777
Homard, vivant,						
congelé, en conserve	358	2 992	348	3 729	203	2 116
Crevette, fraîche, congelée	1 165	7 610	701	5 502	534	3 489
Crabe, frais, congelé						
en conserve	961	7 100	525	6 283	405	5 438
TOTAL	22 978	101 095	17 554	77 881	23 060	96 680

Source: Statistique Canada

*M = Millions

Le marché britannique du poisson et des produits du poisson a été étudié par la mission à Londres, par les entreprises intéressées ainsi que par d'autres groupes canadiens en visite. L'étude mondiale sur la commercialisation des produits de la pêche du ministère des Pêches et Océans a (en ce qui a trait au R.-U.) été effectuée en 1979 et révisée en 1980.

Jusqu'à maintenant, la demande a eu tendance à se concentrer sur les produits que préfère le consommateur britannique, soit le saumon, la morue, le hareng et les mollusques.

Les entreprises canadiennes qui exportent maintenant du poisson au R.-U. comprennent National Sea Products, Fishery Products International Ltd. et Mersey Seafoods sur la côte est, ainsi que les grandes entreprises de conserverie et de traitement du saumon de la côte ouest, comme la B.C. Packers. Des entreprises moins importantes et des courtiers œuvrent aussi sur ce marché. Le commerce se fait selon les méthodes habituelles d'exportation et d'importation, et plusieurs entreprises canadiennes ont établi des filiales et des sociétés associées ou se sont désigné des agents au R.-U.

Huit entreprises canadiennes de traitement du poisson étaient représentées à l'« International Food Exhibition » (IFE) de Londres en 1983. L'exposition a été un remarquable succès, les entreprises canadiennes participantes en attendant un accroissement de leurs ventes.

Toute future participation de ces entreprises à des foires commerciales, y compris l'IFE 85, devrait englober des représentants des industries de la pêche des côtes est et ouest. Il faut encourager la participation des associations commerciales (l'Association canadienne des exportateurs de poisson et la British Columbia Seafood Exporters Association) aux foires commerciales. Les entreprises capables d'exporter de façon soutenue devraient tenter d'envoyer

un représentant pour participer au stand de leur association. Les ventes fermes ne peuvent être négociées qu'entre entreprises.

Il faudrait envisager, à des fins de promotion, la participation d'une entreprise ayant une structure commerciale bien établie ou de solides contacts. Cette participation ne devrait pas être vue comme nuisible à l'établissement d'autres contacts avec les Britanniques.

La représentation aux foires commerciales britanniques devrait continuer d'englober les entreprises faisant le commerce d'espèces bien implantées (morue, saumon et mollusques), mais également des entreprises vendant des gammes attrayantes d'espèces moins connues et de produits spéciaux (saumon fumé et caviar blanc).

On recommande une étude préliminaire du marché financée par l'entreprise elle-même, le PDME ou grâce à une autre forme d'aide, afin de confirmer s'il existe des débouchés pour un produit particulier.

Depuis 1981, quelque 30 entreprises canadiennes de traitement vendant diverses espèces de poisson et différents produits du poisson (comprenant la morue en blocs industriels, le saumon, le poisson fumé, le homard vivant et les espèces d'eau douce) ont participé à des visites au R.-U. dans le cadre du PDME.

Considérations sur le marché

Tarifs douaniers

Les importations dans la CEE sont régies par le Tarif douanier commun. Les tarifs varient selon l'espèce, les produits davantage transformés étant normalement frappés de taux de droits considérablement plus élevés que ce n'est le cas pour les produits frais et congelés. (Pour les taux de droits applicables à un produit donné, communiquer avec la Direction des relations avec la CEE, du MAE: voir l'adresse à l'Annexe H.)

En vertu de l'Accord de pêche à long terme conclu entre le Canada et la Communauté européenne, les exportateurs canadiens de divers produits de la morue, du sébaste et du hareng auront accès aux contingents tarifaires établis par la Communauté à des taux de droits réduits et ce, jusqu'en 1987. Dans le cadre du système d'allocation intracommunautaire, environ la moitié de nos exportations de morue et de sébaste congelés sera allouée au marché britannique.

Les tarifs réduits frappant la morue et le sébaste entiers congelés ainsi que les filets de morue congelés ne s'appliquent qu'aux exportations devant subir une transformation plus poussée. Mais, dans le cas des filets de morue congelés mis dans des emballages d'au moins 4 kg (1984-1986) et d'au moins 2 kg (1987), l'exigence liée à l'utilisation finale sera dorénavant considérée comme ayant été satisfaite du seul fait de la dimension de l'emballage. Ce qui devrait encourager les ventes aux hôtels, aux restaurants et aux institutions et représente un nouvel avantage appréciable pour les exportations canadiennes tirant avantage des modalités de l'Accord de pêche à long terme.

Prix

De façon générale, la demande de poisson canadien dépend d'un seul grand facteur: le prix, lequel est influencé par le taux de change dollar/livre sterling. Nos producteurs doivent livrer une concurrence en offrant des prix à la livraison qui englobent les transports et les tarifs douaniers et qui sont conformes aux pratiques des autres fournisseurs.

Qualité

L'industrie britannique du poisson frais et du poisson traité exige des produits de haute qualité. Les consommateurs y sont habitués et nos principaux

concurrents sont obligés de fournir des produits du poisson répondant à des normes élevées.

On a déjà signalé certains problèmes liés à la qualité du poisson et des produits du poisson canadiens, mais nos entreprises de traitement ont fait un effort concerté pour l'améliorer.

Le ministère britannique de la Santé et de la Sécurité sociale (DHSS) est chargé des normes générales d'hygiène ainsi que de l'administration des inspections. La qualité et les autres normes touchant le poisson et les produits du poisson relèvent du ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Alimentation (Division des normes alimentaires). En 1982, le DHSS était chargé d'appliquer de nouvelles pratiques d'inspection (toujours en vigueur) pour le saumon en conserve provenant du Canada et des États-Unis. Cette mesure faisait suite à un cas de botulisme survenu la même année en Belgique et impliquant une boîte infectée de saumon provenant d'une usine américaine. Une maladie du homard vivant (*gaefkaemia*) a également abouti à une nouvelle réglementation britannique des importations.

Étiquetage

Les règles communautaires exigent que la grande majorité des denrées alimentaires portent le nom de l'aliment, son poids, une liste d'ingrédients, une date, toute condition particulière d'entreposage ou d'utilisation, ainsi que le nom et l'adresse du fabricant ou de l'entreprise de traitement.

Concurrence

Les Pays-Bas viennent au premier rang des fournisseurs de la CEE, suivis, en terme de volume, du Danemark. À l'extérieur de la CEE, les principaux fournisseurs sont la Norvège, l'Islande, les États-Unis et le Canada.

Tableau 14
Importations britanniques de morue, de hareng, de saumon et de homard frais et congelés, par pays d'origine, 1982

	tonnes métriques					Importations totales (%)
	Morue	Hareng	Saumon*	Homard	TOTAL	
CANADA	9 200	2 000	7 600	100	18 900	16,7
Pays-Bas	5 100	900	—	—	6 000	5,3
Islande	18 200	3 500	—	—	21 700	19,1
Norvège	13 100	—	1 000	—	14 100	12,4
Danemark	16 500	600	100	—	17 200	15,2
Irlande	4 900	2 900	400	—	8 200	7,2
RFA	7 400	—	—	—	7 400	6,5
France	—	500	—	—	500	0,4
États-Unis	—	—	10 800	—	10 800	9,5
Îles Féroé	—	—	300	—	300	0,3
URSS	—	—	1 500	—	1 500	1,3
Autres	5 300	800	700	—	6 900	6,1
TOTAL	79 700	11 200	22 400	100	113 400	
% canadien	12,1	17,9	33,1	100,0	16,7	

Source: *British Import Statistics*, 1982

* Le saumon est surtout importé en conserve et congelé.

De façon plus précise, la Norvège, l'Islande, le Danemark et les Pays-Bas sont les principaux fournisseurs de morue, surtout livrée en blocs industriels. Les approvisionnements de crevettes du Groënland sont par exemple habituellement moins coûteux que ceux de l'Amérique du Nord. La crevette d'eau chaude est importée de la Malaisie, de la Thaïlande et du Pakistan. Depuis la diminution des prises de crabe de l'Alaska (crabe royal), le prix du crabe canadien s'est sensiblement élevé, le Japon et la Thaïlande étant devenus les principaux fournisseurs de ce produit.

E. OPÉRATIONS EN TIERS PAYS

Survol

Non seulement Londres est-elle le centre de l'économie britannique, c'est aussi l'un des centres mondiaux des affaires. C'est une source de renseignements sur les marchés, de prise de décisions, d'influences, de financement et d'autres services; à ce titre, elle est sous-utilisée par les Canadiens pour augmenter la participation canadienne aux grands projets d'investissement et aux programmes d'importation de l'Afrique, du Moyen-Orient et de l'Asie.

Londres demeure un grand centre financier qui compte plus de 450 entreprises bancaires et une pléthore d'autres institutions financières offrant une large gamme de services et de conseils en matière de financement des sociétés et du commerce. À cela, il faut ajouter les services de courtage de marchandises, de change, d'assurance, de traitance, d'expédition maritime et de commerce.

Londres est également le centre d'une vaste fraternité d'experts-conseils qui connaissent depuis longtemps les difficultés que posent les cultures des tiers pays. C'est le centre d'une énorme capacité d'approvisionnement en équipement, appuyée par une commercialisation dynamique, tenace et souple tant de la part des fabricants d'équipement que des grandes sociétés de commerce qui opèrent depuis longtemps en Afrique, au Moyen-Orient et en Asie.

Londres abrite d'importantes communautés étrangères, héritage du passé colonial et commercial de la Grande-Bretagne. Indépendamment des vagues successives d'immigrants arrivés d'Afrique, d'Asie et du Moyen-Orient depuis la Seconde Guerre mondiale, il y a eu un afflux d'hommes d'affaires, de commerçants, d'investisseurs et de décisionnaires expérimentés qui sont arrivés à Londres pour s'insérer dans le commerce mondial.

La Grande-Bretagne attire ces diverses personnes pour plusieurs raisons, soit qu'elles reconnaissent une éducation commune ou des liens culturels ou qu'elles se rendent compte des possibilités exceptionnelles qu'offre Londres pour mener ou appuyer des opérations de commerce international. À cet égard, les facteurs qui ont attiré ces entrepreneurs à Londres ont à leur tour été renforcés par leur arrivée.

Des intérêts canado-britanniques de longue date en matière de commerce et d'investissement ont assuré depuis longtemps une présence commerciale canadienne à Londres. Les premiers bureaux des banques, des compagnies d'assurance-vie et des compagnies de transport du Canada y ont été ouverts dans les années 1890. Cette base a permis l'établissement d'une importante communauté canadienne qui s'occupe de tous les aspects des services bancaires et financiers, de l'investissement, du transport, de l'assurance, des métaux et des minéraux, des denrées agricoles et des services juridiques. Cette présence est surtout orientée sur l'axe canado-britannique ou centrée sur les affaires de Londres elle-même, soit par le moyen de la Bourse des métaux de Londres et de la Bourse balte ou des marchés du change étranger, de l'eurodollar et des obligations.

Plus récemment, toutefois, on a commencé à se rendre compte de la valeur des opérations en tiers pays à partir de Londres. Depuis un certain temps, les banques canadiennes dirigent à partir de Londres leurs opérations en Europe, en Afrique et au Moyen-Orient. D'autres industries de services, les industries primaires et, plus récemment, certains fabricants et certains experts-conseils en matière de projets ont établi des bureaux à Londres en vue de la réalisation de leurs objectifs de commercialisation en tiers pays, notamment SNC, Monenco, Congas, Northern Telecom, Champion, Scepter, Mitel et Extencare. Les diverses communautés d'affaires de Londres assurent à ces entreprises un complément précieux à leur activité de commercialisation plus traditionnelle.

Le programme des tiers pays

Le programme des tiers pays du haut-commissariat du Canada à Londres vise essentiellement à pénétrer ces « communautés » des affaires de Grande-Bretagne et à s'en servir à l'appui des intérêts canadiens. Le programme a été officiellement mis sur pied en 1977 par suite de la hausse rapide des prix du pétrole et du déclin de Beyrouth comme centre des activités commerciales au Moyen-Orient. L'extraordinaire activité de développement de projets au Moyen-Orient au milieu des années 70, s'ajoutant au rôle que joue Londres dans le monde de la finance et à l'afflux massif d'hommes d'affaires arabes, a fait de Londres le centre logique des activités du groupe de travail canadien pour le Moyen-Orient.

Le programme des tiers pays a atteint sa maturité et s'est élargi depuis 1977, non seulement par suite de la baisse de l'importance relative des projets au Moyen-Orient, mais aussi parce que l'on a reconnu les possibilités de l'Afrique et de l'Asie.

Le haut-commissariat du Canada travaille surtout à établir des contacts pour les marchés où il y a à la fois des débouchés importants intéressant le Canada (par exemple la construction, les services de consultants ou les projets d'équipement), un fort lien britannique ou une communauté importante à Londres.

Le haut-commissariat surveille des situations comme la reconstruction au Liban, l'intégration économique de Hong-Kong au sud de la Chine ou l'évolution de l'Iran. On peut établir des contacts pour les entreprises canadiennes auprès d'institutions assurant des services spécialisés de soutien, y compris la structuration du financement de projets complexes, l'assurance contre les risques politiques, des services de contre-commerce ou l'accès à des filières efficaces d'expédition, de distribution et de paiement.

Le haut-commissariat du Canada aide nos ingénieurs-conseils et nos sociétés de commerce à collaborer pour profiter des possibilités qui s'offrent à leurs services spécialisés en tiers pays, par le biais d'une coopération avec des partenaires ou des clients britanniques.

Les entreprises canadiennes ne devraient pas considérer les compétences britanniques uniquement comme une source de concurrence. Les compétences britanniques doivent être étudiées de près afin de recenser les domaines complémentaires où la longue expérience britannique de marchés difficiles peut être utilisée pour mousser la compétitivité de nos compétences techniques et de nos produits.

À cet égard, d'étroites relations de travail avec les responsables des achats à la « British Crown Agents » et au Fonds de coopération technique du Commonwealth aident à garantir un flot permanent d'informations sur les appels d'offres susceptibles d'intéresser les entreprises canadiennes.

Le programme des tiers pays sert probablement au mieux les intérêts des exportateurs canadiens lorsque les occasions ou les problèmes peuvent être présentés en termes précis, lorsque les objectifs généraux sont connus et lorsqu'il y a des besoins particuliers qu'il faut desservir.

Services financiers spécialisés

Il faut signaler le rôle des banques marchandes de Londres à l'égard de la mise en œuvre des grands projets d'investissement en Afrique, au Moyen-Orient et en Asie. Ces marchés sont reconnus comme les principaux marchés de croissance pour les services d'experts-conseils et les fabricants de biens d'équipement, particulièrement dans les domaines des infrastructures et des richesses naturelles.

Sur nombre de ces marchés prometteurs où le risque est élevé, l'accès aux grands projets n'est plus assuré par les méthodes techniques et commerciales du passé. La réalisation des grands projets est de plus en plus souvent répartie entre plusieurs pays et exige une structuration financière complexe. La stratégie de commercialisation se fonde habituellement sur une proposition financière plutôt que technique ou commerciale. De ce cadre financier peuvent découler les éléments techniques et commerciaux, la définition détaillée du projet ainsi que les plans d'approvisionnement en équipement et les accords de prêts.

Les banques marchandes de Londres sont particulièrement bien préparées pour contribuer à ce processus. Par opposition aux banques commerciales que connaissent bien les hommes d'affaires canadiens, ces institutions très complexes ont d'ordinaire une base de capital modeste et des dépôts de particuliers minimes et ne sont généralement pas très intéressées à prêter de l'argent. Ces banques axées sur les projets se caractérisent par leur stratégie dynamique — bien que sensible et souple — face à un projet encore indéfini, ainsi que par leur connaissance approfondie des milieux commerciaux et financiers étrangers en ce qui touche leur incidence sur le processus d'élaboration d'un projet. Bien qu'elles offrent une gamme étendue d'instruments de financement, elles tendent à mettre l'accent sur les services qui leur apportent des honoraires gagnés à titre d'intermédiaire financier. Ces maisons doivent être considérées comme la quintessence de la longue tradition commerciale britannique.

Des services d'appui sont assurés soit par les banques canadiennes au Canada et à l'étranger, soit par les efforts techniques et commerciaux du monde canadien de l'exportation de projets, y compris nos sociétés de commerce. Ces maisons constituent cependant un élément de plus en plus essentiel de la stratégie qu'un groupe canadien doit adopter pour atteindre nombre de marchés d'Afrique, du Moyen-Orient et d'Asie.

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) du Canada a tissé de solides liens avec la « Cité » (de Londres) et entre la « Cité » et certains exportateurs canadiens de projets. De nombreuses rencontres tenues à Londres entre la SEE et les banques canadiennes et britanniques pendant l'année 1983 et au début de 1984 ont amené la mise sur pied d'un programme de séminaires et de discussions spécialisées visant:

- a) à recenser les principaux projets;
- b) à améliorer l'efficacité des Canadiens dans leur recherche de débouchés en leur offrant des services particuliers de financement et d'assurance pour leurs biens et services; et
- c) au besoin, à élaborer des statistiques canado-britanniques pour certains tiers marchés.

Les ingénieurs-conseils britanniques sont une source précieuse de renseignements sur les grands projets qui se préparent dans les tiers pays. Cependant, il est peu probable qu'ils fassent jouer leur influence en vue d'inclure un élément canadien dans le projet. Les renseignements dont ils disposent sur les marchés sont généralement assujettis au secret commercial. Ils ont en outre une forte orientation pro-britannique et il est probable qu'ils ne seront utiles que dans le cas où l'on aura besoin de renseignements à propos d'un projet donné sur lequel ils travaillent déjà. Il faut donc que les ingénieurs-conseils canadiens jouent un rôle plus actif dans la création de liens entre les entrepreneurs canadiens et britanniques.

Les sociétés commerciales canadiennes pourraient certes tirer avantage d'une certaine association avec des experts et des maisons commerciales ou des administrateurs de projets de Grande-Bretagne, mais elles sont néanmoins encouragées à s'occuper elles-mêmes de ces tiers marchés.

F. TOURISME

Survol

Le secteur du tourisme au Canada comprend cinq sous-secteurs connexes: l'hébergement, l'alimentation, le transport, les attractions et manifestations, ainsi que la répartition et les ventes. Il s'agit d'un secteur largement détenu par des intérêts canadiens, et qui regroupe plus de 100 000 entreprises à travers le pays, pour la plupart de petite taille.

En 1982, les recettes générées par les visiteurs d'outre-mer au Canada représentaient 1,3 milliard de dollars, dont 12 % ou 161 millions pouvaient être attribués au Royaume-Uni. Notre part actuelle du trafic venant du R.-U. est de 17 %; nous recevons 25 % de tous les visiteurs d'outre-mer qui restent plus de 24 heures.

Les 24 pays membres de l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE) ont compté pour 67 % de l'ensemble des arrivées mondiales de touristes étrangers en 1981. Dans son rapport de décembre 1983, l'OCDE faisait la prédiction générale que la reprise économique en Europe serait modeste et que la croissance réelle du PNB d'ici la mi-1985 serait probablement de quelque 3 % plus élevée qu'au milieu de 1983. La plupart sinon tous les pays de l'OCDE sont donc probablement appelés à constater un accroissement des arrivées, des recettes et des dépenses attribuables au tourisme étranger.

Débouchés

En matière de tourisme international, le R.-U. est le troisième exportateur au monde. En 1981, les Britanniques ont effectué 19 millions de voyages à l'étranger et consacré plus de 7,5 milliards de dollars au tourisme à l'étranger, à l'exclusion des tarifs de transport international. L'énorme importance du marché d'exportation du tourisme britannique se reflète également dans le fait que, pendant la période 1971-1981, le nombre des voyages effectués à l'étranger par les Britanniques a doublé, passant de 9,5 millions en 1971 à 19,0 millions en 1981. Leurs dépenses de tourisme se sont multipliées par près de sept fois, passant de 1,1 milliard à 7,5 milliards de dollars pendant la même période.

Le Canada a profité de la propension des Britanniques à voyager puisqu'il y a une forte affinité ethnique entre le Royaume-Uni et le Canada. On estime qu'un Britannique sur six a des amis ou des parents au Canada. Le R.-U. est donc pour le Canada la plus importante source de tourisme d'outre-mer.

Pendant la période 1971-1981, le nombre des visiteurs britanniques au Canada s'est accru de 260 %,

passant de 150 251 à 540 588. Leurs dépenses au Canada, à l'exclusion des billets d'avion, sont passées de 42 millions à 169 millions de dollars pendant la même période. En 1982 et 1983, le nombre des visiteurs a diminué à 474 097 et à 400 925 respectivement, en partie à cause de la récession et de la fermeté du dollar canadien. On prévoit un renversement de la tendance au fur et à mesure que progressera la reprise économique.

Si l'on fait une moyenne, le touriste britannique a dépensé 377 \$ et est resté 14,5 jours au Canada en 1982. Sur le nombre total des visites effectuées par les Britanniques cette année-là, 50 % ont été faites en Ontario, 20 % en Colombie-Britannique, 12 % en Alberta, 9 % au Québec et 9 % dans les autres provinces.

Récents activités canadiennes de commercialisation

Au cours des dernières années, on a mis au point des programmes conjoints de commercialisation pour réduire les coûts de chacun des partenaires (gouvernement fédéral, gouvernement provincial, secteur privé) et pour maximiser l'impact des efforts faits en vue de promouvoir le Canada comme destination auprès des touristes britanniques.

Les gouvernements provinciaux ont considérablement investi pour promouvoir le tourisme dans leur province, efforts qui sont venus appuyer ceux des bureaux de Tourisme Canada.

Chaque printemps, Tourisme Canada organise une rencontre (*Rendez-vous Canada*) pour les acheteurs venant des États-Unis et d'outre-mer. Sur les 164 acheteurs d'outre-mer représentés au salon de 1984, dix-neuf provenaient du R.-U. Ce salon se tient chaque année dans une ville canadienne différente. En 1984, il s'est tenu à Ottawa-Hull; en 1985, il se tiendra à Edmonton du 28 avril au 1^{er} mai.

La situation actuelle et le potentiel de croissance du marché britannique ont abouti à une augmentation spectaculaire de l'activité des intérêts canadiens. La stratégie de commercialisation et les efforts de promotion au R.-U. sont souvent coordonnés par un consortium de 27 membres (Canadian Holiday and Travel Associates). Sont également membres de ce consortium le haut-commissariat du Canada et un ou plusieurs gouvernements provinciaux ayant des bureaux à Londres.

Entre le 30 novembre et le 4 décembre 1983, les acheteurs et vendeurs étrangers de produits et de services du tourisme se sont rencontrés aux « Olympia Exhibition Halls » de Londres pour participer au « World Travel Market Show ». Vingt-huit organismes canadiens ont présenté leurs produits et services à quelque 22 600 visiteurs, dont 7 000 *consummateurs* de voyages, et 14 900 membres de l'industrie du tourisme.

Considérations sur le marché

Une recherche parmi les vacanciers « au long cours » du Royaume-Uni, entreprise par la société Research Services Limited au printemps de 1982,

montre que le Canada se classait toujours, à de nombreux égards, au premier rang des destinations touristiques. Le Canada venait au premier rang de sept destinations pour le paysage, une atmosphère calme et une nature vierge ainsi que pour la diversité des expériences de plein air. Le groupe cible plaçait également le Canada au haut de la liste pour la stabilité politique et la simplicité des formalités d'entrée pour les visiteurs.

D'autres recherches montrent que le marché primaire du tourisme britannique au Canada est concentré dans les groupes socio-économiquement plus aisés. Plus de 50 % de ce groupe se compose de personnes de plus de 35 ans, sans enfants. Toutefois, il semble qu'un nombre croissant de jeunes viennent en visite au Canada.

Il a été découvert que les Britanniques se rendent surtout au Canada pour visiter des amis et des parents. Cependant, ces personnes recourent plus souvent qu'auparavant à des services d'hébergement (hôtel ou motel) plutôt que d'habiter chez l'ami ou le parent visité.

Le Canada était perçu comme un bon endroit pour visiter la parenté, mais on jugeait qu'il manquait d'activités et d'attractions intéressantes et qu'on n'y trouvait guère la vie nocturne urbaine qui caractérise d'ordinaire un véritable lieu de vacances. Ainsi, pour les Britanniques qui visitaient le Canada pour la première fois, celui-ci ne se distinguait pas par ses restaurants, ses théâtres et ses magasins. D'autre part, ceux qui étaient déjà venus au Canada risquaient davantage d'associer de telles activités à leur image du Canada.

Le consommateur britannique a toutefois une image assez floue du Canada dans les domaines suivants: fiabilité du climat, intérêt de la population locale, qualité des plages, intérêt historique et culturel, culture « unique », atmosphère exotique et excitante. L'image de plein air du Canada (sports d'hiver, pêche, camping, etc.) n'attire qu'une minorité de vacanciers.

Le marché des jeunes et des étudiants, qui représente 30 % du tourisme britannique, comprend les groupes d'écoliers, d'excursionnistes et de campeurs, et les jeunes voyageant seuls en utilisant des cartes d'autobus ou de train et séjournant dans des auberges ou des résidences.

Le développement du marché des jeunes est entravé par le coût élevé des passages vers le Canada et par la rigidité des conditions régissant la date de retour pour les billets à prix réduit. Les jeunes tendent à voyager sans itinéraire; c'est pour cela que les dates de retour fixes ne les attirent pas. Il est donc difficile de préparer des forfaits pour ce groupe.

Londres est un grand centre de commerce international, et des centaines de grandes entreprises et d'organisations internationales y sont implantées. L'importance de Londres, conjuguée au facteur de l'affinité ethnique canado-britannique et de l'abondance des lieux de villégiature, de réunions et de

conférences au Canada, fait que le R.-U. constitue un très fort marché potentiel pour ce groupe touristique cible.

Avec les vols réguliers et les vols nolisés, le Canada est facilement accessible par voie aérienne depuis le R.-U. La pratique du mélange des passagers qui partent et de ceux qui reviennent ainsi que les vols nolisés que l'on peut prendre en un endroit et quitter en un autre, s'ajoutant aux tarifs promotionnels, aux soldes de sièges et aux tarifs « skybus », tout cela joue à l'avantage du Canada par rapport au marché britannique.

Concurrence

En ce qui touche le marché du tourisme d'outre-mer, les États-Unis sont, et resteront dans l'avenir prévisible, notre principal concurrent en raison d'un certain nombre de facteurs:

- l'attrait de ce pays comme source d'événements d'actualité;
- l'image d'un pays riche et diversifié, et l'attrait du gain qu'il exerce outre-mer;
- des tarifs aériens moins élevés et un bien plus grand nombre de vols internationaux directs en provenance et à destination des marchés d'outre-mer;
- un plus grand nombre de grandes attractions, comme Disneyland et Universal Studio;
- la ville de New York est le premier centre mondial de la finance, du commerce et de la culture; des centres régionaux se trouvent à Miami, Houston et Los Angeles;
- le climat doux et les nombreuses attractions touristiques de la Floride, de l'Arizona et de la Californie;
- les grandes villes, les États, le gouvernement fédéral, les compagnies aériennes, les exploitants de forfaits et les organismes de services touristiques américains consacrent beaucoup plus d'argent que les Canadiens à la promotion du tourisme aux États-Unis.

L'USTTA (U.S. Travel and Tourism Administration) a récemment réouvert son service de renseignements pour le public londonien, ce qui élimine un avantage marqué dont jouissait Tourisme Canada au Royaume-Uni. La Division du tourisme de l'État de Floride a ouvert un bureau à Londres pour collaborer plus étroitement avec l'industrie britannique des voyages.

Un total de 158 pays sont représentés au R.-U.; il y a 88 bureaux nationaux de tourisme et un plus grand nombre de transporteurs internationaux que partout ailleurs en Europe. En 1983, les bureaux nationaux du tourisme ont dépensé globalement 13,9 millions de livres pour la publicité touristique. Sur les principaux annonceurs, après l'« English Tourism Board », l'Espagne arrivait au premier rang, la Grèce au deuxième, le Maroc au troisième, l'Afrique du Sud au quatrième et le Canada au cinquième rang.

III. APERÇU DU MARCHÉ BRITANNIQUE

OBJECTIF

Le présent document fait partie d'une nouvelle série de rapports sur les exportations vers les marchés étrangers jugés les plus importants, série qui succède aux *Plan(s) d'expansion des exportations canadiennes*. Ce rapport sur le Royaume-Uni (R.-U.) :

- esquisse les possibilités qu'a l'exportateur canadien de tirer parti des débouchés qui s'offrent et de surmonter les entraves aux exportations canadiennes vers le R.-U.;
- peut servir de point de départ à une coopération et à des discussions visant à accroître les activités de commercialisation du gouvernement fédéral, des provinces et du secteur privé.

RELATIONS ENTRE LE CANADA ET LE ROYAUME-UNI

Si le R.-U. demeure au troisième rang des partenaires commerciaux du Canada et constitue son plus important client en Europe, les Canadiens doivent se rendre compte que ce pays intensifie ses relations avec l'Europe. Ils doivent donc faire de plus grands efforts pour favoriser les liens commerciaux avec ce pays.

L'accès privilégié du Canada au marché britannique est chose du passé. Le produit et le prix doivent maintenant concurrencer les tarifs du Marché commun et possiblement d'autres restrictions commerciales, et pouvoir soutenir la concurrence avec des biens et services européens de haute qualité admis en franchise au R.-U..

Les Britanniques sont généralement favorables à des transactions avec le Canada, mais il est difficile de faire admettre que le Canada n'est plus essentiellement un fournisseur de matières premières, de produits forestiers et de céréales. De même, certains Canadiens jugent les procédés industriels britanniques comme démodés et inefficaces, et ils refusent de reconnaître les importantes transformations en cours.

Ces impressions stéréotypées sont en train d'être éliminées, et la relation prend une tendance plus réaliste. Mais le niveau et la diversité de nos échanges sont nettement sous-développés.

Le R.-U. demeure un centre important pour les transactions avec les pays du Tiers monde puisqu'il est un carrefour international dans les domaines commercial, politique et financier. Les Canadiens doivent également savoir tirer parti de ces occasions lucratives.

CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ BRITANNIQUE

1. Le milieu et la population

La superficie du Royaume-Uni (Angleterre, Pays de Galles, Écosse et Irlande du Nord) couvre un peu plus de 244 000 km². La population étant de près de 56 millions, la densité est de 230 habitants au kilomètre carré (l'une des plus fortes au monde). Sa population active compte quelque 26 millions de personnes — 16 millions d'hommes et 10 millions de femmes — dont 9 millions sont employées dans l'industrie manufacturière.

Le R.-U. a moins de 1 000 km entre sa côte sud et l'extrême nord de l'Écosse, et a 50 km de largeur en son point le plus large. Les infrastructures et services de transport sont excellents, et de grands ports maritimes desservent Londres, Liverpool et Southampton; un réseau ferroviaire relie toutes les grandes villes et cités; par rapport à sa superficie, le pays a probablement plus de kilomètres de routes que tout autre pays, et contient de nombreux aéroports internationaux et nationaux.

Les grands centres de population et de commerce sont le Grand Londres (7 millions), West Midlands (2,4 millions), le Grand Birmingham (2,3 millions), Tyneside (Newcastle) (797 000), West Yorkshire (Leeds et Bradford) (1,7 million) et Southeast Lancashire (2,4 millions). En Angleterre, environ quatre personnes sur cinq vivent dans les villes et les banlieues, alors que le nombre de citadins n'est pas aussi élevé en Écosse et au Pays de Galles. En Irlande du Nord, on retrouve sensiblement la même proportion de citadins et de ruraux. L'accroissement démographique a été lent, soit de moins de 0,5 %.

Quatre-vingts pour cent des terres sont consacrées à l'agriculture. Les principales ressources naturelles sont le pétrole sous-marin (2 millions barils/jour en 1982), le gaz (1,4 million de mètres cubes) et le charbon (127 millions de tonnes en 1982). Voir l'Annexe A pour plus de détails.

2. Considérations économiques*

Le produit intérieur brut (PIB) du R.-U. était de 233 milliards de livres en 1982, venant ainsi au cinquième rang des économies occidentales, bien que se classant au 23^e rang en terme de PIB par habitant.

Les industries tertiaires comme les services professionnels, scientifiques, bancaires et financiers, ainsi que les services d'assurance et de distribution, comptent pour 60 % du PIB, alors que la fabrication en représente 25 %. L'industrie privée produit les trois quarts du PIB, le reste — y compris la plupart des secteurs de l'énergie, de l'acier, du transport et des communications — relevant de l'État.

* À moins d'indication contraire, les sommes sont exprimées en livres sterling (£) ou en dollars canadiens (\$). Le taux de change utilisé ici est le taux moyen de 1983, soit un dollar canadien pour environ 0,5355 livre sterling (ou 1£ = 1,87\$).

La croissance des industries du pétrole et du gaz sous-marins, le développement rapide des techniques de l'électronique et de la micro-électronique, ainsi que la progression constante des industries tertiaires ont été les tendances récentes les mieux marquées.

Le R.-U. est une nation commerçante qui exporte plus de 30 % de sa production de biens et de services, commerce qui la place au quatrième rang des pays exportateurs (5 à 6 % de l'ensemble des exportations mondiales).

La reprise économique a débuté au milieu de 1981 et s'est renforcée pendant toute l'année 1983 pour relever le PIB de près de 3 % en termes réels. Dans l'immédiat, on peut prévoir que la croissance se maintiendra sensiblement au même rythme. À plus long terme, le niveau des investissements sera essentiel à la consolidation de la reprise économique. Ayant ceci à l'esprit, le présent gouvernement vise à réduire la part du PIB consacrée au secteur public afin d'alléger les pressions exercées sur les marchés des capitaux et permettre au secteur privé d'avoir plus facilement accès à un financement.

La chute du taux d'inflation — 20 % en 1980 contre 5 % en 1983 — a constitué une amélioration notable que le gouvernement britannique voudra consolider. Un autre élément positif a été la progression rapide de la productivité de la main-d'œuvre, particulièrement dans le secteur manufacturier. Toutefois, le chômage, qui se situe présentement à plus de 12 %, reste une grande préoccupation. Nombre d'observateurs sont d'avis qu'il y a peu de possibilités qu'il puisse être réduit à court terme. La grande question de l'heure est d'obtenir une croissance non inflationniste allant de pair avec une réduction du chômage sur le moyen terme.

3. Politique et particularités du commerce

Le commerce extérieur relève de la compétence de la Communauté économique européenne (CEE). Par conséquent, lorsqu'il a joint la CEE en 1973, et bien que restant partie à l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), le R.-U. a cédé à la CEE la responsabilité de parler en son nom sur les questions de politique commerciale.

Avant de s'engager dans toute négociation commerciale multilatérale ou bilatérale, la CEE doit d'abord obtenir un mandat de négociation des États membres. Au sein de la CEE, l'objectif est l'élimination de toutes les barrières commerciales, mais cet objectif n'a toujours pas été réalisé puisqu'il subsiste des obstacles non tarifaires. Les niveaux tarifaires appliqués aux exportations canadiennes vers le R.-U. sont ceux du Tarif extérieur commun établi par la CEE.

Les produits canadiens entrant au R.-U. sont maintenant frappés des mêmes droits que les produits provenant des États-Unis, du Japon et de l'Australie. Par ailleurs, les produits des pays membres du Marché commun entrent au R.-U. en franchise. Les produits industriels des autres pays européens entrent

aussi en franchise au R.-U. si ces pays ont conclu des accords avec la CEE.

En outre, toute une gamme de produits des pays en développement sont admis au R.-U. en vertu du régime de préférence générale accordé à ces pays ou du fait que ceux-ci sont signataires de la Convention de Lomé.

Les droits britanniques à l'importation sont pour la plupart établis sur une base *ad valorem* qui englobe le fret, l'assurance, la commission et toutes les autres redevances au port ou au lieu de l'importation. Le prix facturé, s'il est négocié en régime de pleine concurrence, est habituellement accepté comme le prix servant normalement à l'établissement de la valeur imposable. Les droits sont payables en monnaie britannique au taux de change ayant cours au moment où les marchandises sont admises à des fins de consommation.

Même s'ils ne jouissent plus d'un régime préférentiel, bon nombre de produits canadiens peuvent toujours soutenir la concurrence au R.-U. Par exemple, en 1981, les exportations canadiennes au R.-U. atteignaient un sommet de 3,4 milliards de dollars, comparativement à 1,3 milliard en 1972, année qui a précédé l'entrée de la Grande-Bretagne dans le Marché commun. La baisse des exportations canadiennes en 1982 et 1983 est attribuable en bonne partie à une mauvaise conjoncture économique plutôt qu'aux difficultés d'accès au marché.

L'appartenance au Marché commun a amené une réorientation des relations commerciales du R.-U. En 1973, par exemple, le commerce bilatéral du R.-U. avec les neuf autres pays de la CEE représentait 33 % de l'ensemble de son commerce. Bien que la valeur absolue des importations et des exportations ait accusé une hausse significative pour cette période, les importations britanniques de produits des autres membres de la CEE sont passées de 25 à 40 % du total des importations du R.-U. alors que ses exportations vers la CEE sont demeurées essentiellement au même niveau, soit 40 %.

Le R.-U. a toujours été un ardent partisan d'un système commercial multilatéral ouvert et libéral. Toutefois, pendant la récente récession et le début de la reprise, on a noté de fortes pressions protectionnistes, tout particulièrement de la part des secteurs industriels en déclin qui connaissent une dure période d'ajustement structurel.

Certaines restrictions de nature non tarifaire sont toujours spécifiques au R.-U. Ces restrictions touchent principalement les règlements sur la santé des animaux et des plantes, ainsi que certains contrôles quantitatifs affectant surtout les textiles qui proviennent de pays fournisseurs à faibles prix de revient. Des restrictions internationales établies de façon informelle entre industries, par opposition aux mesures communautaires prises au niveau gouvernemental, frappent en outre certains produits comme les voitures japonaises. Les exportateurs ont souvent des difficultés à concurrencer les fournisseurs britanniques lorsqu'ils doivent se soumettre à des exigences de normalisation et d'approbation, surtout

dans le domaine électrique et électronique, ainsi qu'aux règlements touchant la santé et la sécurité.

La balance des paiements du R.-U. est excédentaire depuis 1980, mais est devenue déficitaire en 1983. L'excédent de plus en plus important au poste des invisibles et la forte stimulation donnée par les exportations de pétrole de la mer du Nord ont largement compensé la réduction du volume des exportations d'articles manufacturés. Les importations de voitures particulières, de biens d'équipement et de produits chimiques sont en nette progression, reflétant un assainissement de la situation économique. On prévoit un accroissement de 5 % des exportations en 1985, alors que les importations devraient s'accroître de 4 % pendant la même période.

4. Politique d'investissement

Le R.-U. a aboli le contrôle du change étranger en 1979 et les résidents britanniques peuvent acquérir des devises étrangères en vue de placements directs et de placements de portefeuille à l'étranger. De façon générale, le gouvernement fait bon accueil aux mouvements financiers. En 1981, les investissements britanniques à l'étranger, à l'exclusion de ceux des sociétés pétrolières, représentaient 9 milliards de livres; les investissements étrangers au R.-U. représentaient 3 milliards de livres.

Les entreprises étrangères qui investissent au R.-U. sont assujetties aux mêmes restrictions que les entreprises nationales. Toutefois, le gouvernement se réserve le droit d'empêcher la prise de contrôle de toute société jugée importante pour l'économie ou la sécurité nationale. Des stimulants publics sont offerts pour des projets du secteur manufacturier qui vont dans l'intérêt national et qui amènent des améliorations de productivité ou la mise au point de nouveaux produits.

Les sociétés étrangères qui réalisent déjà d'importantes exportations au R.-U. sont encouragées à établir des installations locales de production. Par exemple, la société Nissan a récemment annoncé qu'elle y aménagerait une usine de montage d'automobiles.

5. Marchés publics

Le gouvernement britannique a appliqué les codes relatifs aux marchés publics convenus lors des Négociations commerciales multilatérales. Les codes stipulent: a) que les pays n'exerceront aucune discrimination, dans leurs commandes publiques, contre les biens produits à l'étranger lorsque ces achats dépassent 200 000 \$ÉU; b) que les pays doivent publier les appels d'offres, fournir toute la documentation nécessaire et appliquer les mêmes critères aux entreprises étrangères et nationales; c) que les pays doivent fournir toutes les informations et les explications requises à chaque étape du processus de passation du marché. Cet accord ne s'applique pas aux « services », sauf aux services afférents à l'achat de biens.

CARACTÉRISTIQUES DU COMMERCE BILATÉRAL

1. Les tendances du commerce canado-britannique

Depuis deux décennies, le commerce canado-britannique accuse une croissance relativement stable. En 1981, il a atteint un sommet de plus de 5,5 milliards de dollars (3,3 milliards pour les exportations canadiennes, et 2,2 milliards pour les importations). Cependant, en 1982 et au premier semestre de 1983, la valeur de notre commerce bilatéral a diminué de façon subséquente de l'économie britannique. Cette tendance à la baisse a été arrêtée au deuxième semestre de 1983 et, bien que le commerce global pour 1983 (4,3 milliards) soit toujours en-deçà du niveau de 1982 (4,6 milliards), il semble que l'on puisse attendre un retour à une croissance soutenue en 1984.

Comme le montre le graphique III ci-après sur les taux de change, depuis 1980, le dollar canadien s'est apprécié d'environ 31 % par rapport à la livre sterling.

Le pourcentage des produits entièrement ouverts dans les exportations du Canada vers le R.-U. a progressé, passant de 10,5 % en 1980 à 14 % en 1981 et à 15,5 % en 1982, pour retomber à 13,6 % en 1983.

L'importante diminution de la valeur des exportations canadiennes en 1982-1983 a été largement attribuable à nos matières premières. Toutefois, à l'exception du nickel — dont les ventes ont chuté de près de 50 % — et de l'amiante, il n'y a eu que de modestes diminutions des exportations de matières premières. Cela est vrai du bois tendre de construction, du contre-plaqué de bois tendre, de la pâte de bois, du papier journal ainsi que de la plupart des métaux et minéraux. Ces résultats moins élevés ont par conséquent largement résulté non de réductions de volume, mais plutôt de réductions de prix.

Les ventes de produits agricoles ont accusé une importante croissance depuis 1976, atteignant des niveaux sans précédent en 1981. Malgré la chute observée en 1982 et 1983, le total était encore sensiblement plus élevé que dans les années ayant précédé 1980. Bien que les données pour le blé montrent une diminution du tonnage, les contrats de livraison à terme révèlent une tendance à la hausse des volumes. Les faibles cours du blé tout au long de 1983 ont aussi contribué à amoindrir nos résultats. Les ventes de préparations à base de fruits et de légumes ont souffert en raison du fort taux de change entre les deux monnaies. Les exportations de viande, de poisson et de produits du poisson connaissent une reprise alors que les provendes, les graines et les autres céréales et produits céréaliers ont maintenu leur part du marché tout au long de la difficile période 1982-1983.

Graphique III
Taux de change Canada-R.U.

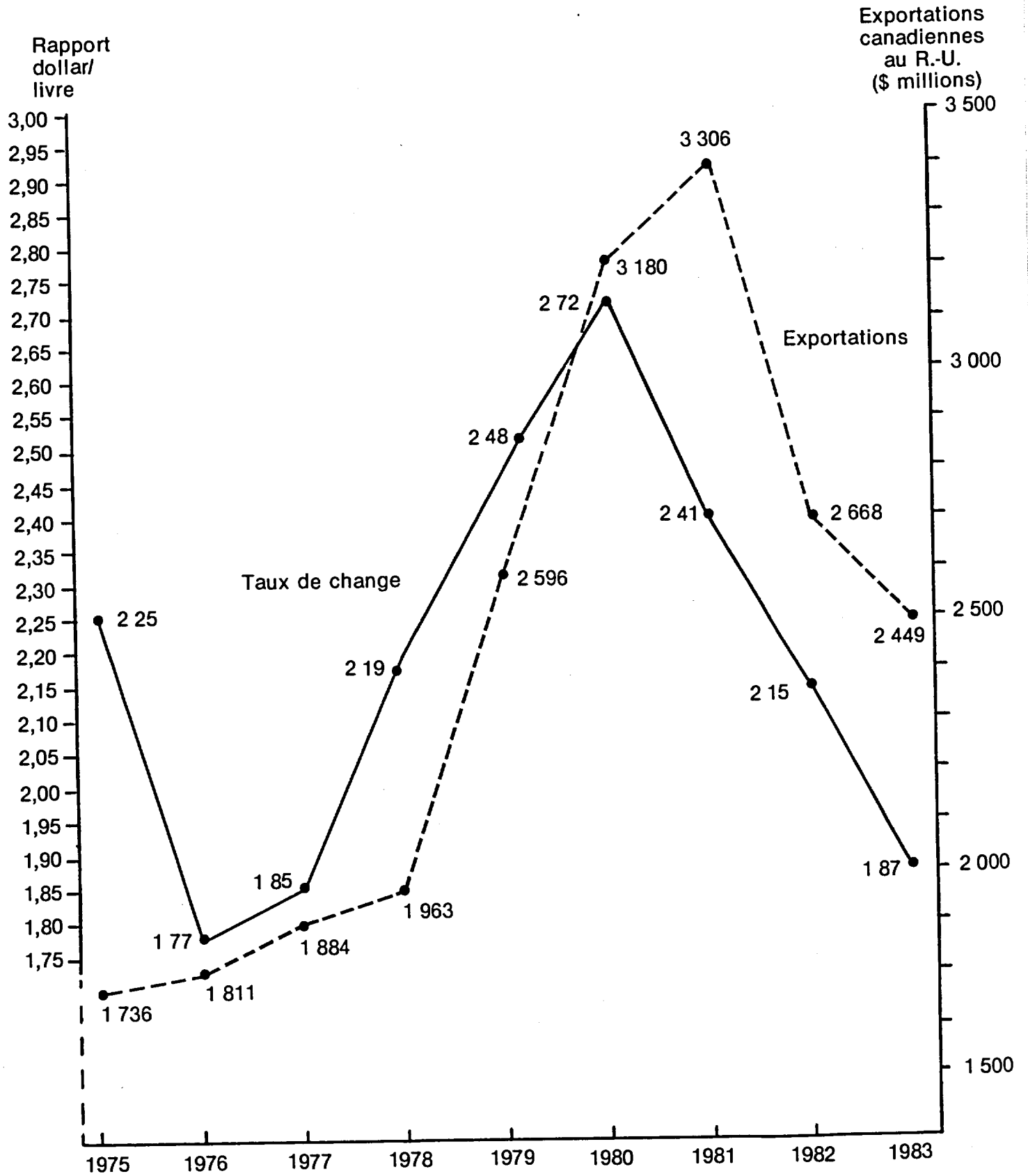
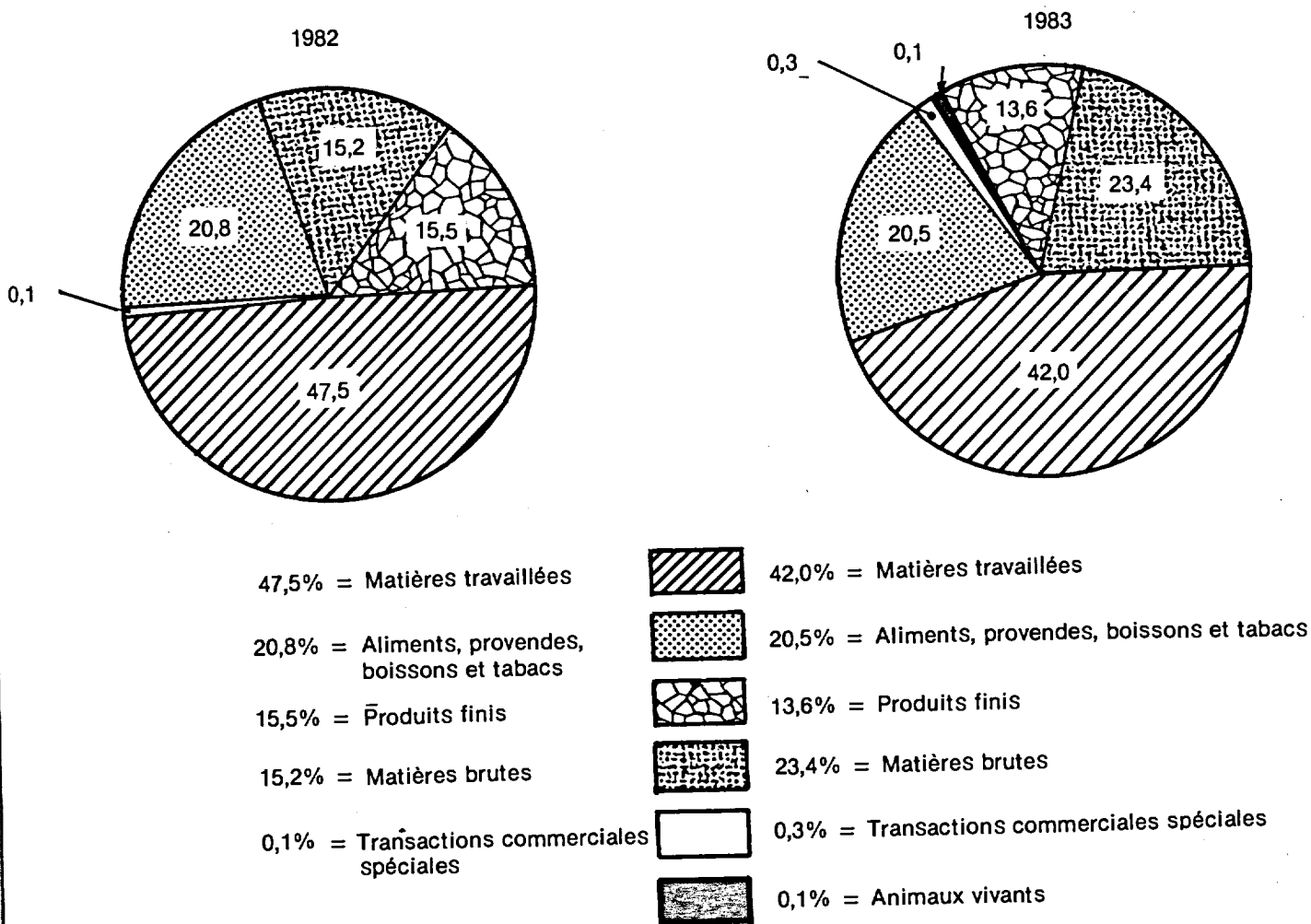


Tableau 15
Exportations canadiennes
au Royaume-Uni, 1982-1983

	milliers de dollars	
	1982	1983
Animaux vivants	305	2 954
Aliments, boissons, tabac	555 776	501 376
Matières brutes	405 496	572 048
Demi-produits	1 266 166	1 029 615
Produits finaux	413 566	334 076
Transactions spéciales	26 645	8 728
	<u>2 667 954</u>	<u>2 448 797</u>

Source: Statistique Canada

Exportations canadiennes au Royaume-Uni, 1982-1983
(Pourcentages)



Source: Statistique Canada

Le R.-U., en plus d'être le troisième débouché étranger en importance pour le Canada, est également son deuxième marché pour les produits finaux. En 1980, les produits entièrement ouverts ont compté pour 390 millions de dollars ou 10,5 % des exportations du Canada vers ce pays. En 1983, les

exportations d'articles manufacturés avaient atteint 334 millions de dollars ou 13,6 % des exportations globales.

En 1983, les exportations canadiennes de produits entièrement ouverts montraient de nets accroissements

ments pour le matériel de production d'énergie électrique, les machines industrielles spécialisées et les machines industrielles. De façon plus précise, on a enregistré des augmentations pour les instruments de laboratoire et de mesure, le matériel de navigation, le matériel de télécommunication, les moteurs et pièces d'aéronefs, les pièces de véhicules automobiles ainsi que l'équipement de chauffage et de réfrigération.

Les produits forestiers, les métaux et les denrées alimentaires continueront de constituer le gros des exportations canadiennes sur ce marché. Le volume des exportations de ces produits devrait s'accroître au fur et à mesure que progressera la reprise économique; espérons qu'il y aura aussi une hausse par rapport aux prix des deux dernières années.

Le Canada a toujours eu un important excédent dans ses échanges commerciaux avec le R.-U. Toutefois, la composition des expéditions de chaque pays est fort différente. Les exportations britanniques au Canada, qui représentaient 1,9 milliard de dollars en 1983, se composaient surtout d'articles entièrement ouverts comme des machines industrielles, des produits chimiques et du matériel de transport (*Voir l'Annexe C pour une ventilation des importations canadiennes depuis le Royaume-Uni*).

2. Relations en matière d'investissements

Le R.-U. est la deuxième grande source d'investissements étrangers directs pour le Canada, après les États-Unis.

À la fin de 1979 et en 1980, dernières années pour lesquelles des données comparables sont disponibles, les investissements britanniques directs au Canada s'élevaient à 5 168 millions et 5 333 millions de dollars respectivement, soit 8,7 % de l'ensemble des investissements directs au Canada.

Les investissements britanniques ont toujours été dirigés vers la mise en valeur des richesses naturelles du Canada. Une bonne dose d'attention est maintenant accordée aux secteurs du pétrole et du gaz. Plus récemment, les investissements britanniques ont été attirés vers les industries canadiennes de transformation et de services, souvent avec l'idée d'établir une base nord-américaine. L'entière liberté de mouvement des capitaux entre le R.-U. et l'étranger a permis aux chefs d'entreprises britanniques d'élargir leurs options financières. Le Canada est toujours considéré comme une bonne source de placements. Au nombre des sociétés britanniques présentement actives au Canada, mentionnons Hawker Siddeley, Marks & Spencer, Cadbury Schweppes, Shell Oil, Rothmans, Boots, National Westminster Bank, Royal Insurance et Reed Stenhouse.

Les investissements canadiens directs au R.-U. atteignaient 2 082 et 2 405 millions de dollars à la fin de 1979 et 1980 respectivement, soit 9,3 % de l'ensemble des investissements canadiens directs à l'étranger. Les investisseurs canadiens ont été attirés par l'importance de Londres comme grand centre financier international, ainsi que par la néces-

sité d'y établir une présence. En outre, les grands projets d'exploitation du pétrole et du gaz sous-marin ont attiré les participants canadiens. Le secteur de l'électronique ainsi que les autres progrès réalisés au R.-U. en matière de technologie de pointe ont offert de nouvelles possibilités de coentreprises et d'opérations de filiales canadiennes sur le marché britannique.

Les consommateurs britanniques commencent à s'habituer à des noms canadiens comme Northern Telecom, Mitel, George Weston Ltd., Massey Ferguson, Thompson Newspapers, Bow Valley Industries Ltd. et Ranger Oil. En outre, des institutions financières comme la Sun Life, la Canada Life, la Crown Life et nombre de banques et sociétés de fiducie canadiennes sont bien implantées au R.-U.

3. Convention fiscale

Une convention tendant à éviter les doubles impositions et à prévenir l'évasion fiscale en matière d'impôts sur le revenu et les gains en capital a été signée par le Canada et le R.-U. en 1978.

Le texte de la convention s'inspirait du modèle de convention fiscale préparé par l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE).

Dans le cas de dividendes, de bénéfices de succursales et d'intérêts payés à des non-résidents, un taux général de retenue fiscale de 15 % devait s'appliquer et, dans le cas des redevances, un taux général de 10 %. La convention prévoyait également un certain nombre d'exceptions restreintes dans le cas des dividendes, des intérêts et des redevances.

En 1980, un protocole modifiant la convention de 1978 a été signé, traitant de l'imposition des activités d'exploitation des ressources sous-marines.

INSTRUMENTS D'EXPANSION DU COMMERCE

1. Promotion du commerce

Le Canada a une division commerciale au haut-commissariat de Londres et au consulat général à Glasgow. En outre, plusieurs provinces ont des agents généraux et d'autres agents et délégués commerciaux à Londres (l'Alberta, la Colombie-Britannique, la Nouvelle-Écosse, l'Ontario, le Québec et la Saskatchewan). Le haut-commissariat aide tous les exportateurs canadiens et encourage les investissements dans toutes les régions du Canada. Les bureaux provinciaux aident surtout les exportateurs de leur propre province et leur servent de point de contact pour les demandes de renseignements présentées par les entreprises britanniques concernant les possibilités d'investissement et de développement industriel, de coentreprises, de transfert de technologie et d'accords de licence.

Diverses formes de soutien financier sont offertes par les gouvernements fédéral et provinciaux. En particulier, le Programme fédéral de développement des marchés d'exportation (PDME) accorde une aide financière aux exportateurs canadiens pour l'explora-

tion de marchés. (On trouvera aux annexes D et F une introduction générale au PDME ainsi qu'un tableau montrant les projets PDME approuvés pour le R.-U., par secteur, depuis 1980-1981. On peut obtenir des renseignements supplémentaires sur le PDME, ou sur les programmes provinciaux complémentaires, auprès des bureaux régionaux ou provinciaux énumérés à l'Annexe H.)

2. Foires et missions commerciales

La participation aux foires commerciales britanniques et européennes constitue une façon importante de promouvoir les produits et les services. Au R.-U., la plupart des foires commerciales connaissent une participation internationale et donnent aux exportateurs canadiens l'occasion d'explorer les débouchés dans d'autres pays. Le ministère des Affaires extérieures (MAE) fournit un appui aux entreprises canadiennes (dans le cadre de son Programme des projets de promotion et du PDME) désireuses de participer à des foires commerciales internationales. L'objectif de cette aide, coordonnée par sa Direction de l'expansion du commerce — Europe de l'Ouest I, est d'aider les entreprises canadiennes à effectuer des ventes directes à l'exposition, à se choisir des agents ou des représentants et à engager des contacts avec des clients éventuels dans toutes les régions du monde. (On trouvera des informations succinctes sur le Programme des projets de promotion à l'Annexe G.)

D'autre part, on encourage aussi les exportateurs à avoir une vision plus globale et à participer à d'autres foires commerciales « verticales » (c'est-à-dire portant sur un produit donné) au R.-U. et sur le continent européen. Une aide à ce titre peut être accordée par le PDME.

Les principales foires commerciales que fréquentent les exportateurs canadiens au R.-U. sont:

Foires	Fréquence	Date	Lieu
COMPEC (ordinateurs)	annuelle	nov.	Londres
Communications	annuelle	mai	Birmingham
International Food & Drink	annuelle	fév.	Londres
Spring Fair	annuelle	fév.	Birmingham
IPEX (matériel d'imprimerie)	tous les 4 ans	sept.	Birmingham
Royal Agricultural Show	annuelle	juillet	Kenilworth
Royal Highland Show	annuelle	juin	Glasgow
International Air Display and Exhibition	biennale	sept.	Farnborough (Londres)
Interplas (machines pour l'industrie des plastiques)	triennale	sept.	Birmingham
Oceanology International	biennale	mars	Brighton
Offshore Europe	biennale	sept.	Aberdeen
Hotelympia	biennale	janv.	Londres
Interbuild	biennale	janv.	Birmingham
Interclean	biennale	mai	Londres
Pakex (équipement d'emballage)	triennale	mai	Birmingham

3. Associations privées

Pour représenter le secteur privé, on a remis sur pied en 1973 un comité canado-britannique, initiative conjointe de la Chambre de commerce du Canada et celle du R.-U., pour assurer une liaison commerciale entre les deux pays. Le comité se réunit chaque année, alternant entre le Canada et le R.-U.; la réunion de 1983 a eu lieu au mois de mai à Londres, et celle de 1984 s'est tenue à Calgary en juin.

L'ordre du jour porte sur les dossiers courants intéressant les deux groupes. Les questions bilatérales sont prédominantes, mais on s'occupe aussi des dossiers relatifs à la CEE. Depuis que ce comité se réunit, ses recommandations ont influencé les politiques des secteurs public et privé dans le domaine du commerce et de l'investissement, et ont généralement contribué à améliorer la compréhension et la coopération entre gens d'affaires des deux pays.

4. Financement des exportations

La Société pour l'expansion des exportateurs (SEE) a consenti des lignes de crédit à court terme aux institutions financières britanniques. Les exportateurs canadiens sont encouragés à se renseigner sur les secteurs couverts par les crédits de la SEE.

IV. ANNEXES

ANNEXE A Données de base sur le Royaume-Uni

Superficie: 244 000 km²

Densité: 229 hab./km²

Population: (1981)	55,7 millions
Angleterre	46,2 millions
Écosse	5,1 millions
Pays de Galles	2,8 millions
Irlande du Nord	1,5 million

Langue: anglais (les langues celtiques se parlent aussi dans certaines régions)

Capitale: Londres

Zones urbaines/grandes villes:	Zone métropolitaine de Londres	7,0 millions
	Southeast Lancashire (Manchester)	2,4 millions
	West Midlands (Birmingham)	2,3 millions
	West Yorkshire (Leeds)	1,7 million
	Central Clydeside (Glasgow)	1,7 million
	Merseyside (Liverpool)	1,1 million
	Lyneside (Newcastle)	0,8 million

Produit national brut (PNB): (1982) 270 657 millions de livres

Monnaie: livre sterling (£)

Taux de change: (1983) 1 \$ Can. = 0,5355 £
1 £ = 1,8674 \$ Can.

Poids et mesures: Le système impérial et le système métrique sont en usage.

ANNEXE B Exportations canadiennes au Royaume-Uni 1982-1983*

	millions de dollars		%
	1982	1983	Fluctuation
Animaux vivants	Aucun produit individuel de plus de 10 millions de dollars		
Aliments, boissons et tabacs			
Blé rouge de printemps	268,1	236,3	- 31,8
Saumon sockeye en conserve	27,7	44,3	16,6
Tabac clair séché à l'air chaud	50,9	38,0	- 12,9
Criblures en boulettes	21,5	19,5	- 2,0
Saumon rose en conserve	8,7	15,5	6,8
Haricots blancs	14,0	13,4	- 0,6
Morue en blocs et plaques	6,0	12,5	6,5
Fromage cheddar	15,2	12,3	- 2,9
Viandes bovines de fantaisie	10,8	7,9	- 2,9
Pommes	10,1	7,0	- 3,1

ANNEXE B (suite)

	millions de dollars		%
	1982	1983	Fluctuation
Matières brutes			
Minerai de fer aggloméré	110,0	180,0	70,0
Minerais de nickel	50,9	116,7	65,8
Minerais de métaux de platine	52,6	55,6	3,2
Minerais et concentrés de fer	50,5	41,3	-9,2
Minerais radioactifs	11,7	37,2	25,5
Déchets de métaux précieux	10,8	33,5	22,7
Minerais de molybdène	21,2	24,4	3,2
Fibres d'amiante travaillées GR 4&5	18,8	17,6	-1,2
Graine de lin	5,6	11,7	6,1
Minerais de zinc	20,3	8,5	-11,8
Matières travaillées			
Papier journal	350,3	274,1	-76,2
Bois de construction, SPF	101,3	104,2	2,9
Profilés de cuivre	132,7	91,7	-41,0
Papier kraft bouffant	95,0	75,8	-19,2
Bois, pruche et sapin gracieux	47,7	59,9	12,2
Éléments chimiques	56,8	55,4	-1,4
Placages, sapin de Douglas	22,2	29,6	7,4
Placages de résineux	22,2	28,2	6,0
Xylol ou xylène	11,9	25,4	13,5
Matières travaillées			
Zinc en blocs	42,7	23,5	-19,2
Carton doublure	16,9	21,7	4,8
Papier d'emballage, non blanchi	18,0	16,2	-1,8
Papier kraft dur	16,5	13,8	-2,7
Plomb en gueuses	23,3	12,7	-10,6
Résines de polyéthylène	14,0	11,9	-2,1
Pâte au sulfate, mi-blanchie	12,4	10,6	-1,8
Papier au bisulfite, blanchi	12,3	6,4	-6,9
Tissus larges, fibres mélangées	12,5	5,8	-6,7
Or	17,0	1,2	-15,8
Feuilles et feuillards d'acier ordinaire	20,3	0,4	-19,9
Mazout lourd #4 - 6	34,2	0,0	-34,2
Produits finals			
Perforeuses, trieuses et calculatrices	22,6	33,2	10,6
Moteurs et pièces d'aéronef	21,0	33,3	9,9
Équipement téléphonique	12,4	23,8	16,6
Récepteurs radio	23,6	11,4	-12,2
Matériel commercial de télécommunication	11,7	9,4	-2,3
Machines-outils, travail des métaux	22,3	0,7	-22,4
Avions complets y compris moteurs	10,9	0,8	-10,0
Pièces d'or	39,5	0,8	-38,6
Équipement d'assemblage d'aéronefs	15,2	15,2	0,0
Transactions spéciales	Aucun produit individuel de plus de 10 millions de dollars		

Source: Statistique Canada

* Ce tableau ne mentionne que les produits dont l'exportation a rapporté plus de 10 millions de dollars en 1982 ou en 1983.

ANNEXE C
Importations canadiennes du Royaume-Uni
1982-1983

	milliers de dollars		Fluctuation
	1982	1983	
Aliments, boissons et tabacs			
Thé noir en sachets	17 252	21 626	4 374
Whisky	38 718	35 533	- 3 185
Confiseries au chocolat	11 436	9 240	- 2 196
Matières brutes			
Pétrole brut et condensats	335 090	200 012	- 135 078
Cuir pour gants et vêtements	6 145	10 115	3 970
Matières travaillées			
Papier peint, à motifs	8 644	13 414	4 770
Tissus pure laine 9 oz. moins	6 922	6 035	- 887
Composés de fonction nitrile	2 593	10 849	8 256
Composés hétérocycliques	15 574	12 902	- 2 672
Herbicides	18 237	16 262	- 1 975
Or	346	10 497	10 151
Argent	64 287	51	64 236
Produits finals			
Moteurs diesel et semi-diesel	19 337	16 568	- 2 769
Turbines à gaz et pièces	30 229	34 452	4 223
Tracteurs à roues	16 097	26 466	10 369
Voitures 85 à 100 pi. cu.	5 096	13 514	8 418
Navires et bateaux	9 000	132 550	123 550
Pièces de moteurs d'aéronef	41 299	24 927	- 16 372
Matériel d'assemblage d'aéronefs	13 028	13 545	517
Ordinateurs électroniques	13 396	16 865	3 469
Articles de table en céramique	37 848	38 070	222
Livres et brochures	18 720	22 534	3 814
Antiquités de plus de 50 ans	11 947	12 516	569
TOTAL	1 900 533	1 809 806	- 90,727

Source : Statistique Canada

ANNEXE D
Projets PDME approuvés pour le Royaume-Uni,
par secteur industriel, 1980-1981 à 1983-1984*

	1983-84**		1982-83		1981-82		1980-81	
	nombre	000 \$	nombre	000 \$	nombre	000 \$	nombre	000 \$
Agriculture	8	55	5	18	7	24	8	17
Pêches, piégeage	0	0	1	11	1	2	1	40
Mines	1	1	0	0	—	—	—	—
Fabrication	119	482	138	1 339	146	577	129	756
Construction	3	13	5	14	7	36	4	53
Commerce de gros	10	32	17	86	1	3	—	—
Commerce de détail	3	14	6	219	2	18	31	82
Services commerciaux	22	141	23	113	17	63	14	32
Santé et services sociaux	0	0	1	3	9	33	1	7
Autres industries de services	7	32	8	40	9	49	7	16
Non précisé	—	—	—	—	17	184	17	123
Transports	—	—	—	—	2	23	0	0
Services gouvernementaux	—	—	—	—	1	2	0	0
Foresterie	—	—	—	—	—	—	2	56
Services éducatifs	—	—	—	—	—	—	1	1
TOTAL	173	774	204	1 843	219	1 014	215	1 183

Source: Statistiques du PDME, février 1984

* Aux fins du PDME, l'année financière va du 1^{er} avril au 31 mars.

** Les données pour 1983-1984 ne couvrent que 9 mois (du 1^{er} avril au 31 déc. 1983)

ANNEXE E
Exportations canadiennes de métaux non ferreux et de minéraux au
Royaume-Uni, 1981-1982

	milliers de dollars	
	1981	1982
Métaux non-ferreux		
Aluminium: minerai, concentrés, déchets et métal primaire	1 563	1 599
Cuivre: minerai, concentrés, déchets et métal primaire	157 524	132 898
Or: minerai, concentrés et métal primaire	125 016	23 236
Plomb: minerai, concentrés, déchets et métal primaire	37 294	23 826
Magnésium: métal primaire	4 807	2 392
Molybdène: minerai, concentrés et déchets	43 752	21 216
Nickel: minerai, concentrés et matte	168 034	50 942
Platine: minerai, concentrés, déchets et métal primaire	111 769	53 443
Métaux précieux: déchets et métal primaire	33 901	10 848
Argent: minerai, concentrés et métal primaire	2 657	2 186
Zinc: minerai, concentrés, déchets et métal primaire	45 568	67 678
Métal: minerai, concentrés, déchets et métal primaire	5 054	4 291
	736 549	394 555
Minéraux non métalliques		
Abrasifs, bruts et produits	3 152	6 952
Amiante, matériaux de construction en fibrociment	529	819
Amiante, toile et papier	485	505
Syénite néphélinique	175	256
Mousse de tourbe	260	1
Matières réfractaires	293	428
Minéraux non métalliques, bruts et produits de base	467	559
	5 361	9 520
TOTAL	741 910	404 075

Source: Statistique Canada

ANNEXE F
PROGRAMME DE DEVELOPPEMENT
DES MARCHÉS D'EXPORTATION (PDME)

Le PDME aide les entreprises canadiennes à préparer, élargir et soutenir leurs activités en partageant avec elles les coûts de certains efforts de promotion des exportations. Le Programme vise à:

- encourager les entreprises qui ne l'ont pas encore fait à commencer à exporter;
- encourager les exportateurs déjà établis à élargir leurs activités sur de nouveaux marchés.

Le PDME assume jusqu'à 50 % des coûts subis par une entreprise dans ses efforts de pénétration d'un nouveau marché. Ces contributions sont remboursables si des ventes sont générées sur ce marché.

Le programme comporte diverses sections, visant chacune des situations particulières qui pourraient résulter de l'établissement ou de l'élargissement de marchés d'exportation.

- Section A: Soumissions pour un projet particulier
- Section B: Recherche de marchés

- Section C: Participation à des foires commerciales à l'étranger
- Section D: Accueil d'acheteurs étrangers
- Section E: Établissement de consortiums d'exportation
- Section F: Développement soutenu des marchés d'exportation
- PDME ALIMENTATION: Marchés d'exportation des produits agricoles, halieutiques et alimentaires
- PDME PÊCHE: Marchés d'exportation du poisson de fond et du hareng de l'Atlantique.

Communiquer avec le bureau régional du MEIR le plus rapproché pour des renseignements plus détaillés concernant le PDME (adresses à l'Annexe H).

ANNEXE G PROGRAMME DES PROJETS DE PROMOTION (PPP)

Le PPP est un mécanisme par lequel le gouvernement fédéral planifie et organise des expositions et des foires commerciales à l'étranger, accueille et envoie des missions commerciales, accueille des délégations d'acheteurs étrangers ainsi que des délégations gouvernementales.

Le PPP assume une partie des coûts que doivent subir les entreprises pour participer à des activités de promotion organisées par le ministère des Affaires extérieures. Ces activités visent à mieux

renseigner les acheteurs étrangers sur les produits et les ressources du Canada et à entreprendre des opérations de collecte de renseignements sur les marchés étrangers.

Pour de plus amples renseignements sur la façon dont le PPP pourrait appuyer des opérations au R.-U., veuillez communiquer avec la Direction de l'expansion du commerce — Europe de l'Ouest I, dont l'adresse figure à l'Annexe H.

ANNEXE H ADRESSES UTILES

GOVERNEMENT DU CANADA

Ministère des Affaires extérieures

Adresse postale: Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

Télex: 05 33 745 (indicatif: EXTERNAL OTT)

Pour de plus amples renseignements sur l'expansion générale du commerce au Royaume-Uni, y compris les foires commerciales et les missions:

Direction de l'expansion du commerce
Europe de l'Ouest I — Secteur de l'Europe (RCT)
Expansion du commerce tél.: (613) 995-9401
Foires et missions commerciales tél.: (613) 996-5555

Pour des renseignements sur les tarifs au Royaume-Uni:

Direction des relations avec la communauté européenne (RCM) — Secteur de l'Europe
Tél.: (613) 593-5584

Pour obtenir des informations rapides sur les services et les programmes (fédéraux) de soutien des exportations:

Centre d'information sur le commerce extérieur
Tél.: (Sans frais) 1-800-267-8376

Londres

Division commerciale
Haut-commissariat du Canada
One Grosvenor Square
London W1X 0AB, England
Câble: DOMINION LONDON
Tél.: (01) 629-9492
Télex: (code de destination 51) 261592
(CDA LDN G)
Territoire: Angleterre, Pays de Galles et
Gibraltar

Glasgow

Consulat général du Canada
Ashley House
195 West George Street
Glasgow, G22H5, Scotland
Câble: CANTRACOM GLASGOW
Tél.: (041) 248-3026
Télex: (code de destination 77) 778650
(CDA GLW G)
Territoire: Irlande du Nord, Écosse

Ministère de l'Expansion Industrielle régionale (MEIR)

Adresse postale: 235, rue Queen
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5
Télex: 05 34 123

Bureaux régionaux

Si vous n'avez jamais fait affaire à l'étranger, ou si vous voulez demander de l'aide en vertu du PDME, communiquez avec un agent commercial du MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE à l'une des adresses suivantes:

Alberta

Cornerpoint Building
Pièce 505
10179, 105^e Rue
Edmonton (Alberta)
T5J 3S3
Tél.: (403) 420-2944
Télex: 037-2762

Colombie-Britannique

C.P. 49178
Bentall Centre, Tower IV
Pièce 1101
1055, rue Dunsmuir
Vancouver (Colombie-Britannique)
V7X 1K8
Tél.: (604) 661-1434
Télex: 04-51191

Île-du-Prince-Édouard

Confederation Court
134, rue Kent, pièce 400
C.P. 1115
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél.: (902) 566-7400
Télex: 014-44129

Manitoba

3 Lakeview Square
5^e étage
185, rue Carlton
C.P. 981
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2
Tél.: (204) 949-4090
Télex: 07-57624

Nouveau-Brunswick

590, rue Brunswick
C.P. 578
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
E3B 5A6
Tél.: (506) 452-3190
Télex: 014-46140

Nouvelle-Écosse

1496 Lower Water Street
C.P. 940, Succursale M
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél.: (902) 426-2018
Télex: 019-22525

Ontario

C.P. 98
1 First Canadian Place
Suite 4840
Toronto (Ontario)
M5X 1B1
Tél.: (416) 365-3737
Télex: 065-24378

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria
C.P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Tél.: (514) 283-6779
Télex: 055-60768

Saskatchewan, Yukon et Territoires du Nord-Ouest

Bessborough Tower
Pièce 814
601 Spadina Crescent East
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 3G8
Tél.: (306) 665-4400
Télex: 074-2742

Terre-Neuve et Labrador

Parsons Building
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
Saint-Jean (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél.: (709) 772-4884
Télex: 016-4749

BUREAUX DES GOUVERNEMENTS PROVINCIAUX

Pour obtenir des renseignements sur les programmes et services provinciaux:

Alberta

Trade Development Branch
Department of Economic Development
11th Floor, Pacific Plaza
10909 Jasper Avenue
Edmonton (Alberta)
T5J 3M8

Télex: 037-2197

Travel Alberta
14th Floor, Capitol Square
10065 Jasper Avenue
Edmonton (Alberta)
T5J 0H4

Télex: 037-3651

Market Development Branch
Alberta Department of Agriculture
3rd Floor, J.G. Donoghue Building
Edmonton (Alberta)
T6H 5T6

Télex: 037-2029

Colombie-Britannique

Ministry of Industry and Small Business Development
Suite 315, Robson Square
800 Hornby Street
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6Z 2C5

Télex: 04-55459

Île-du-Prince-Édouard

Market Development Centre
First Street, P.O. Box 1510
West Royalty Industrial Park
Charlottetown (Î.-P.-É.)
C1A 7N3

Manitoba

Trade Branch
Department of Industry, Trade and Technology
5th Floor, 155 Carlton Street
Winnipeg (Manitoba)
R3C 3H8

Télex: 07-587833

Nouveau-Brunswick

Marketing and Trade Services Division
Department of Commerce and Development
P.O. Box 6000
Centennial Building, Room 513
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
E3B 5H1

Télex: 014-46100

Nouvelle-Écosse

Market Development Centre
Department of Development
5151 George Street
P.O. Box 519
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2R7

Télex: 019-22548

Ontario

Overseas Trade and Investment Division
Ministry of Industry and Trade
Hearst Block, Queen's Park
Toronto (Ontario)
M7A 2E1

Télex: 06-219786

Québec

Direction générale de l'expansion des marchés
Ministère du Commerce extérieur
1, place Ville-Marie, 23^e étage
Montréal (Québec)
H3B 3M6

Télex: 055-61760

Saskatchewan

Department of Economic Development and Trade
2103-11th Avenue
4th Floor
Regina (Saskatchewan)
S4P 3V7

Terre-Neuve

Department of Development
Atlantic Place, Water Street
P.O. Box 4750
Saint-Jean (Terre-Neuve)
A1C 5T7

Bureaux des gouvernements provinciaux au Royaume-Uni

Province of Alberta
1 Mount Street
London W1Y 5AA, England
Télex: 23461

Province of Québec
59 Pall Mall
London SW1Y 5JH, England
Telex: 261618

Province of Ontario
13 Charles II Street
London SW1Y 4WS, England
Télex: 262517

Province of Nova Scotia
14 Pall Mall
London SW1Y 5LV, England
Télex: 915867

Province of British Columbia
1 Regent Street
London SW1Y 4NZ, England

Province of Saskatchewan
21 Pall Mall
London SW1Y 5LP, England
Telex: 916349

Associations commerciales canadiennes

Association canadienne d'exportation
Suite 250
99, rue Bank
Ottawa (Ottawa)
K1P 6B9
Tél.: (613) 238-8888

Association des manufacturiers canadiens
1, rue Yonge
14^e étage
Toronto (Ontario)
M5E 1J9
Tél.: (416) 363-7261

Comité Canada-Royaume-Uni
a/s Division internationale
Chambre de commerce du Canada
200, rue Elgin, 3^e étage
Ottawa (Ontario)
K2P 2J7
Tél.: (613) 238-4000

Canada-U.K. Chamber of Commerce
3 Lower Regent Street
London SW1Y 4NZ, England
Telex: 884539

Bureaux de la Grande-Bretagne au Canada

Haut-Commissariat de Grande-Bretagne
80, rue Elgin
Ottawa (Ontario)
K1P 5K7
Tél.: (613) 237-1530

British Consulate General
Suite 1404
Three McCauley Plaza
10025 Jasper Avenue
Edmonton (Alberta)
T5J 1S6
Tél.: (403) 428-0375

Consulat général de Grande-Bretagne
635, boul. Dorchester ouest
Montréal (Québec)
H3B 1R6
Tél.: (514) 866-5863

British Consulate General
200 University Avenue
Toronto (Ontario)
M5H 3E3
Tél.: (416) 593-1290

British Consulate General
10th Floor
1645 Granville Street
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 1X3
Tél.: (902) 422-7488

British Consulate General
407-602 Hastings Street West
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 1P6
Tél.: (604) 683-4421

ANNEXE I PUBLICATIONS UTILES

1. Gouvernement fédéral

Aux futurs exportateurs..., MAE: Renseignements et conseils utiles pour faciliter la pénétration de nouveaux marchés.

Communauté économique européenne — Guide de l'exportateur canadien, MAE: Tarifs douaniers, documentation, impôts, normes industrielles, règlements sur les importations dans les pays-membres.

Instruments de promotion du commerce, MAE: Présentation du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) et du Programme des projets de promotion (PPP).

Profil des marchés de l'Europe de l'Ouest, MAE: Fiches documentaires et statistiques sur 19 pays européens.

2. Gouvernement de l'Ontario

How to do Business in Britain, Ministry of Industry and Trade, Ontario: Renseignements et conseils utiles pour une visite d'affaires au Royaume-Uni.

3. Association canadienne d'exportation

Les exportations: feuille de route, ACE: Ouvrage de référence donnant les points de contact avec les ministères et organismes fédéraux à Ottawa et dans l'ensemble du Canada.

ANNEXE J LISTE DES ABRÉVIATIONS

ACE	Association canadienne d'exportation
AELE	Association européenne de libre-échange (Membres: Autriche, Îles Faroë, Finlande, Islande, Norvège, Portugal, Suède et Suisse)
CEE	Communauté économique européenne (Membres: Belgique, Luxembourg, Danemark, France, R.-U., RFA, Grèce, Irlande, Italie et Pays-Bas)
GATT	Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce
ISPO	Salon international des articles de sport (Munich)
LOB	Logement à ossature de bois
MAE	Ministère des Affaires extérieures
MEIR	Ministère de l'Expansion industrielle régionale
Mission	Le haut-commissariat du Canada à Londres, ou le consulat général du Canada à Glasgow
OCDE	Organisation de coopération et de développement économique
PDME	Programme de développement des marchés d'exportation
PPP	Programme des projets de promotion
SEE	Société pour l'expansion des exportations
SIAL	Salon international de l'alimentation
SPOGA	Salon international des articles de sport, du matériel de camping et des accessoires de jardin (Cologne)



LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20026509 1

DOCS

CA1 EA 84C12 FRE

Rapport sur les exportations
canadiennes au Royaume-Uni. --

43240416

Canada

(Also available in English)