

OSER EXPORTER

MODERNISER NOTRE ÉCONOMIE



**STRATÉGIE QUÉBÉCOISE
DE L'EXPORTATION 2016-2020
CAP SUR LES ÉTATS-UNIS**

STRATÉGIE QUÉBÉCOISE DE L'EXPORTATION 2016-2020 CAP SUR LES ÉTATS-UNIS

La plus grande puissance politique, économique et culturelle du monde est à nos portes. La présence de ce vaste bassin de consommateurs et de donneurs d'ordres hautement innovants fait des États-Unis un marché à grand potentiel.

La croissance économique du Québec étant largement dépendante de nos exportations à destination des États-Unis, il est impératif d'aider les entreprises québécoises à renforcer leur position sur le marché américain et à poursuivre leurs efforts de diversification.

Dans la foulée de la Stratégie québécoise de l'exportation 2016-2020, le présent fascicule met le **cap sur les États-Unis** en présentant des mesures prévues pour soutenir les PME québécoises sur ce territoire.



LA STRATÉGIE QUÉBÉCOISE DE L'EXPORTATION 2016-2020 : OSER EXPORTER

La Stratégie québécoise de l'exportation 2016-2020 offre une réponse aux besoins des PME exprimés dans le cadre de consultations menées auprès de plus de 200 organisations. Cette stratégie :

- **consolide la vision gouvernementale** de prospérité économique qui s'appuie notamment sur l'augmentation des exportations, en complémentarité avec les grandes politiques et stratégies sectorielles en cours favorisant la compétitivité et le développement de certains secteurs, notamment ceux dont les principaux produits et services représentent près de 35 % des exportations internationales, tels que les aéronefs, l'aluminium et les minerais;
- **soutient l'ambition des entreprises** par une série de mesures ayant pour but de renforcer leur capacité d'exportation et de faciliter la mise en œuvre de leurs projets de commercialisation internationale;
- **donne une impulsion vers les marchés sectoriels extérieurs** en dévoilant une série de plans d'action permettant d'assurer l'arrimage entre l'offre québécoise de secteurs stratégiques et les occasions d'affaires mondiales.

La stratégie et un sommaire sont disponibles
au www.economie.gouv.qc.ca/OserExporter.

LES ÉTATS-UNIS : PREMIER PARTENAIRE DU QUÉBEC

Les États-Unis occupent une place centrale dans les relations commerciales internationales du Québec. En effet, la valeur totale des échanges commerciaux de biens avec les États-Unis s'établissait en 2015 à 93,7 G\$, dont 59,4 G\$ en exportations.

La reprise économique actuelle observée aux États-Unis et la faiblesse du dollar canadien semblent avoir un effet favorable sur le commerce extérieur du Québec. Ainsi, après avoir connu une diminution de plus de 27 % entre 2008 et 2009 (-10,8 G\$) à la suite de l'effondrement de la demande américaine, les exportations du Québec vers les États-Unis ont repris le chemin de la croissance pour recouvrer presque entièrement le volume annuel perdu.

Il est important de noter toutefois que, depuis le sommet atteint en 2002, le Québec a perdu graduellement des parts de marché aux États-Unis en raison notamment de la force relative du dollar canadien et de la concurrence internationale, y compris celle des économies émergentes sur le marché américain. Par exemple, depuis 2007, la Chine est devenue le premier exportateur aux États-Unis, représentant plus de 20 % de l'ensemble des importations américaines.

Ainsi, malgré une augmentation de nos exportations aux États-Unis, le Québec et le Canada continuent de perdre graduellement des parts de marché aux États-Unis à tel point qu'en 2015 la proportion des produits canadiens au sein des importations américaines n'avait jamais été aussi faible.

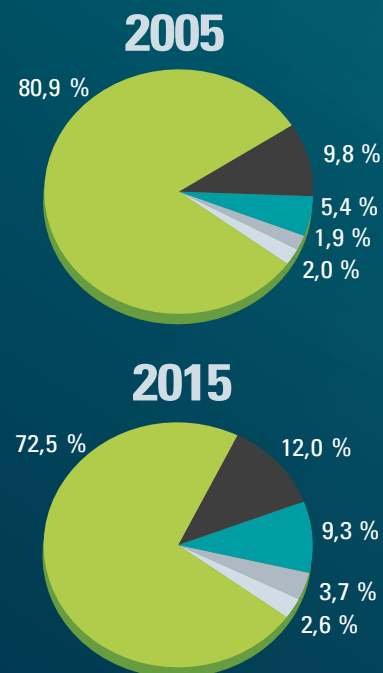
LES EXPORTATIONS DE BIENS DU QUÉBEC

Les États-Unis demeurent le principal client du Québec, s'appropriant 72,5 % de ses exportations de biens en 2015, bien qu'au cours de la dernière décennie l'importance relative des États-Unis dans nos exportations ait diminué, laissant entrevoir une certaine diversification de nos marchés.

DESTINATION DES EXPORTATIONS DE BIENS

Répartition par régions du monde (2005 et 2015)

Les États-Unis demeurent le principal client du Québec, mais leur importance relative diminue.



ÉTATS-UNIS

EUROPE OCCIDENTALE
ET EUROPE DE L'EST

ASIE ET OCÉANIE

AMÉRIQUE LATINE
(MEXIQUE INCLUS) ET ANTILLES

AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT

Sources : Statistique Canada et Institut de la statistique du Québec. Direction des politiques et de l'analyse économiques, MESI, août 2016.

DESTINATION DES EXPORTATIONS DE BIENS DU QUÉBEC AUX ÉTATS-UNIS EN 2015

Les 10 principaux États vers lesquels le Québec exporte ses produits représentent 58,5 % des exportations de biens du Québec aux États-Unis. Le tableau suivant montre la diversification de nos exportations aux États-Unis.

	PRINCIPAUX ÉTATS	VALEURS (M\$*)	PART DANS LE TOTAL DES EXPORTATIONS INTERNATIONALES (%)	PART DANS LE TOTAL DES EXPORTATIONS VERS LES É.-U. (%)	RAPPORT** QUÉBEC/CANADA (%)
1	NEW YORK	6 876,1	8,4	11,6	26,4
2	OHIO	4 537,5	5,5	7,6	24,3
3	TEXAS	4 040,2	4,9	6,8	18,5
4	PENNSYLVANIE	3 650,5	4,4	6,1	24,4
5	VERMONT	3 087,0	3,8	5,2	77,5
6	TENNESSEE	3 085,5	3,8	5,2	39,0
7	CONNECTICUT	2 633,9	3,2	4,4	59,0
8	NEW JERSEY	2 394,6	2,9	4,0	21,3
9	ILLINOIS	2 354,4	2,9	4,0	5,8
10	MICHIGAN	2 106,6	2,6	3,5	3,5
	TOTAL DES 10 PRINCIPAUX ÉTATS CI-DESSUS	34 766,4	42,4	58,5	16,6
	AUTRES ÉTATS	24 702,6	30,1	41,5	12,9
	TOTAL	59 469,0	72,5	100,0	14,8

* M\$: millions de dollars

** Le pourcentage représente la part du Québec dans les exportations totales du Canada à destination de ces États américains.

Sources : Statistique Canada et Institut de la statistique du Québec.
Direction des politiques et de l'analyse économique, MESI, août 2016

DES OCCASIONS D’AFFAIRES À SAISIR

Tous les États du monde ont, une fois de plus, les yeux tournés vers les États-Unis. Le redressement économique observé en 2014 et 2015 sur le marché américain et les perspectives de croissance, portées par la croissance du marché du travail et l’augmentation du revenu des ménages, font en sorte que l’économie américaine devrait être bien portante et présenter de nombreuses occasions d’affaires pour les entreprises québécoises.

De plus, la proximité géographique, la similarité des marchés, l’intégration de nos chaînes d’approvisionnement, des facteurs logistiques et les coûts de transport sont quelques-uns des éléments qui favorisent nos échanges avec nos voisins du Sud.

Environ 4 500 entreprises québécoises exportent de façon régulière aux États-Unis. La similitude de nos pratiques d’affaires contribue à ce que nos exportateurs y fassent leurs premières armes.

Toutefois, ces entreprises ne peuvent plus simplement se positionner avec des prix plus bas, elles doivent offrir de réels avantages compétitifs, s’adresser à des marchés de niche, proposer des innovations et être mieux préparées et plus efficaces dans leur démarche d’internationalisation. Cette démarche peut aussi se faire de façon beaucoup plus large que par la vente de biens ou de services. Elle peut comprendre des alliances stratégiques, la cession ou l’acquisition de licences, la sous-traitance ou même des investissements directs hors Québec, tels que l’achat d’entreprises américaines. Il y a lieu maintenant de voir ces marchés non seulement en tant que clients finaux de produits et services, mais comme un lieu de commerce intégré où il est possible de s’insérer dans des chaînes de valeur internationales afin d’offrir des produits en Amérique du Nord ainsi qu’ailleurs dans le monde.

LES BÉNÉFICES DE L’ALENA

Les bénéfices découlant de l’Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) sont réels. Depuis son entrée en vigueur en 1994, le commerce trilatéral de marchandises entre les partenaires a vu son volume augmenter de plus du double et dépasser 1 000 milliards de dollars en 2015. Les exportations canadiennes à destination des États-Unis ont plus que doublé, tandis que celles vers le Mexique ont quintuplé.

Néanmoins, il serait téméraire de tenir pour acquis les bénéfices engendrés par l’Accord. D’ailleurs, les critiques formulées récemment à son endroit, particulièrement aux États-Unis, démontrent la nécessité de poursuivre les efforts pour bien faire comprendre ses avantages.

Le gouvernement du Québec s’est prononcé en faveur d’un approfondissement de l’intégration économique nord-américaine. Face à la concurrence croissante en provenance des économies émergentes, il ne faut pas réduire la portée de l’ALENA, mais au contraire resserrer encore davantage les liens existants. En effet, l’ALENA date déjà de plus de 20 ans et mériterait, comme d’autres accords de commerce en discussion, d’être actualisé.

Toutefois, le maintien de mesures à caractère protectionniste constitue toujours un obstacle à l’accroissement des échanges, parmi lesquelles mentionnons les barrières administratives, les règles de conformité douanière et, en particulier, l’accès aux marchés publics où sévit encore le *Buy American Act*.



FACILITER L'ACCÈS AU MARCHÉ AMÉRICAIN

En plus de travailler de façon continue à soutenir les entreprises dans le développement de leurs marchés aux États-Unis, le gouvernement du Québec s'assure de faciliter l'accès des produits et services québécois aux États-Unis, tant directement qu'en collaboration avec le gouvernement fédéral canadien. Les efforts consentis portent sur trois principaux éléments :

EXPORTATION DE BOIS D'ŒUVRE

L'accès du bois québécois au marché américain est garanti depuis 2006 par l'Accord sur le bois d'œuvre résineux. Celui-ci est arrivé à échéance en octobre 2015. Toutefois, le gouvernement américain s'est engagé à ne pas tenter de recours en droits compensateurs ou antidumping pour une période d'un an. Sans la protection de cet accord, les États-Unis, sur l'insistance de son industrie forestière, pourraient imposer des droits compensateurs et antidumping à l'égard des exportations canadiennes de bois d'œuvre.

Les exportations de bois d'œuvre du Québec aux États Unis représentaient 1,3 G\$ en 2015. Il s'agit du principal marché des producteurs de bois québécois.

Le gouvernement québécois travaille ardemment à maintenir l'accès à cet important marché, d'une part en collaborant avec le gouvernement fédéral à la négociation d'un nouvel accord et, d'autre part, en étoffant la défense du Québec dans un éventuel conflit.

À cet égard, en particulier aux États-Unis, le réseau international des représentations du Québec à l'étranger fait la promotion du régime forestier québécois et des bonnes pratiques de gouvernance et de gestion du secteur. Il exerce une veille active des politiques et règlements qui pourraient avoir un effet sur la capacité d'exporter et intervient pour sensibiliser les partenaires à l'importance de maintenir ou d'élargir l'ouverture des marchés aux produits du Québec.

DISPOSITIONS *BUY AMERICA* ET LE *BUY AMERICAN ACT*

Utilisées par le gouvernement central américain, les États et les municipalités afin de favoriser les retombées économiques en sol américain lors d'acquisitions gouvernementales, ces mesures protectionnistes nuisent au développement de nos entreprises parce qu'elles compromettent leurs chaînes de valeur et viennent altérer le marché.

Le gouvernement du Québec s'assure que les dirigeants américains sont bien au fait des conséquences économiques néfastes de ces politiques protectionnistes. De plus, il intervient auprès des décideurs des États américains afin qu'ils puissent, s'ils le désirent, conclure des accords de réciprocité avec le Québec en matière d'ouverture de marchés publics, en s'appuyant notamment sur les achats des sociétés d'État de grande envergure.

LITIGES COMMERCIAUX ET ALLIANCES AVEC LES AUTORITÉS AMÉRICAINES

Le Québec est actif auprès des instances commerciales américaines lorsqu'il estime que des sanctions commerciales injustifiées sont imposées aux produits québécois et que l'accès au marché américain se trouve réduit.

Par ailleurs, le Québec travaille, en collaboration avec le gouvernement fédéral canadien, avec les autorités américaines afin de contrer l'entrée aux États-Unis de produits indûment subventionnés provenant de pays tiers.



DES MESURES POUR APPUYER LES EFFORTS DES PME SUR LE MARCHÉ AMÉRICAIN

Grâce notamment à leur savoir-faire créatif et innovant, les entreprises québécoises peuvent réussir à gagner des parts de marché aux États-Unis. Ainsi, afin d'aider les entreprises à tirer parti des occasions d'affaires présentes aux États-Unis, la Stratégie québécoise de l'exportation 2016-2020 prévoit plusieurs mesures qui, sans être exclusives au marché américain, renforceront l'action gouvernementale sur ce territoire. Voici, à titre d'exemples, quelques mesures prévues au deuxième volet de la Stratégie québécoise des exportations 2016-2020.

MIEUX ORIENTER LA STRATÉGIE D'EXPORTATION DES ENTREPRISES

MESURE 2

Les besoins d'accompagnement d'une entreprise sur les marchés extérieurs sont très différents selon que cette entreprise entame ses premières démarches, comme beaucoup le font sur le marché américain, ou qu'elle soit déjà expérimentée dans les activités hors Québec.

Le gouvernement s'assurera que les entreprises puissent avoir accès à des services adaptés à leur expérience, pour chacune des étapes du projet qu'elles privilégient.

Dans le cadre de ses services d'accompagnement personnalisé pour les entreprises à fort potentiel, et à l'initiative de la Délégation générale du Québec à New York, le gouvernement offrira de l'accompagnement sur mesure à des cohortes d'entreprises participantes en mettant à leur disposition des conseillers-experts dans un nouveau centre de croissance accélérée pour le marché américain.

APPUYER L'INTELLIGENCE D'AFFAIRES SUR LES MARCHÉS EXTÉRIEURS

MESURE 9

Afin de permettre aux entreprises d'avoir accès à de l'information privilégiée et de cibler rapidement des clients ou des partenaires potentiels sur le marché américain selon leurs besoins, le gouvernement entend réaliser différentes initiatives, telles que des abonnements à des ressources spécialisées et à des associations sectorielles lui permettant d'appuyer les entreprises dans leurs décisions d'affaires, et ce, dans le respect des ententes d'utilisation des données.

De plus, le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation (MESI) entend maintenir son appui auprès du portail Corex de la Fédération des chambres de commerce du Québec, afin de poursuivre les efforts pour mettre à la disposition des entreprises québécoises des renseignements et des outils visant à soutenir leur développement dans l'un des sept États du Nord-Est américain, où se font plus du tiers des exportations du Québec aux États-Unis.

ACCROÎTRE LA CONNAISSANCE DES DONNEURS D'ORDRES ET DES GRANDS ACHETEURS ET FACILITER LA PRÉSENTATION DES ENTREPRISES

MESURE 15

Le gouvernement entend développer davantage son intelligence d'affaires concernant les donneurs d'ordres et les grands acheteurs américains à la faveur de synergies avec un grand nombre d'entreprises québécoises. C'est également par une meilleure connaissance de ceux-ci que le gouvernement peut faciliter l'intégration des entreprises québécoises dans les chaînes d'approvisionnement mondiales.

Par exemple, Export Québec organise régulièrement des missions et des accueils de donneurs d'ordres ou de grands acheteurs. Ces rencontres, auprès notamment de donneurs d'ordres du secteur des transports ou encore de grands détaillants tels que Menards et Lowes, permettent aux fournisseurs québécois de leur présenter leurs produits et services. Ces activités sont rendues possibles grâce aux contacts privilégiés maintenus par le réseau des bureaux du Québec sur le territoire américain.

SPÉCIALISER LES RESSOURCES SUR CERTAINS TERRITOIRES

MESURE 16

Depuis 1940, le Québec conduit ses relations aux États-Unis au moyen d'un réseau de délégations établies sur les plus importants marchés américains. Il entretient des relations bilatérales avec de nombreux États, de même qu'avec l'Administration fédérale et le Congrès. Les entreprises québécoises peuvent actuellement compter sur un réseau composé de huit représentations offrant des services commerciaux sur le territoire américain, soit Atlanta, Boston, Chicago, Houston, Los Angeles, New York, Silicon Valley et Washington.

Pour répondre aux besoins croissants et de plus en plus spécialisés des entreprises sur le marché américain, le gouvernement bonifiera ce réseau. Ainsi, il entend augmenter le nombre d'attachés commerciaux présents sur le territoire et recourir à des spécialistes sectoriels de façon à ce que les entreprises aient accès à des ressources spécialisées dans les domaines où les besoins sont les plus criants tels que l'aérospatiale, la santé, les biens de consommation, la construction, le transport et le bioalimentaire.

FAIRE CONNAÎTRE LES SECTEURS STRATÉGIQUES DU QUÉBEC SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

MESURE 18

Le gouvernement participe à plusieurs grands événements aux États-Unis chaque année et profitera de sa présence en territoire américain pour y promouvoir les secteurs industriels québécois et y faciliter la reconnaissance du Québec et de ses entreprises. C'est le cas, entre autres, du secteur du meuble, où le gouvernement profitera d'un événement tel que le Salon High Point, le plus gros salon du meuble au monde avec plus de 2 000 exposants et 75 000 visiteurs, pour mettre en valeur l'expertise québécoise.

Le ministère des Relations internationales et de la Francophonie (MRIF) et les représentations du Québec à l'étranger assurent aussi la promotion des secteurs d'excellence du Québec. Par exemple, dans le secteur de l'électricité, un des fleurons commerciaux du Québec, il promeut les attributs de l'électricité québécoise, soit sa nature propre et renouvelable, sa fiabilité et sa compétitivité commerciale, tout en contribuant à renseigner les partenaires étrangers dans l'objectif de soutenir la mise en place de contextes législatifs et réglementaires favorables. Ces démarches sont particulièrement dynamiques dans le Nord-Est américain.

APPUYER FINANCIÈREMENT LES PROJETS DE DÉVELOPPEMENT DE MARCHÉS DES ENTREPRISES

MESURE 19

Afin de donner un élan aux projets d'internationalisation des entreprises aux États-Unis, le gouvernement continuera de soutenir financièrement les projets de développement de marchés sur ce territoire. Déjà, la grande majorité des projets appuyés dans le cadre du programme Exportation visent à développer le marché américain.

De plus, grâce aux contacts établis auprès d'entreprises spécialisées dans le capital de risque et le capital d'investissement, notamment dans les régions de New York, Boston et Chicago, le gouvernement du Québec pourra faciliter la présentation d'entreprises auprès de ceux-ci afin de soutenir la croissance et la commercialisation de leurs innovations. Cela pourra être fait en complémentarité avec les financements offerts par les organismes québécois.

CONCLUSION

La Stratégie québécoise de l'exportation 2016-2020 prévoit plusieurs mesures qui, sans être exclusives au marché américain, permettront de renforcer la capacité d'exportation des PME québécoises et de faciliter la mise en œuvre de leurs projets de commercialisation aux États-Unis.

De plus, en raison des occasions d'affaires présentes aux États-Unis et des nombreux avantages que présente ce territoire par rapport à d'autres où la culture d'affaires est plus différente, il n'est pas surprenant que tous les marchés sectoriels de la Stratégie québécoise de l'exportation 2016-2020 désignent les États-Unis parmi les territoires prioritaires visés.

Dans un contexte où l'économie américaine présente de bonnes perspectives et où le taux de change est favorable aux produits et services québécois, les entreprises québécoises doivent **oser exporter** et relever les défis qui se présentent à elles pour accroître leur présence sur le marché américain.

