



Government  
of Canada

Gouvernement  
du Canada

Canada

Canada and Florida: An Unparalleled Partnership • Canada et la Floride: Un partenariat sans précédent



# Étude d'impact économique Canada-Floride

Consulat général du Canada  
2015



Canada

CONSULATE GENERAL  
CONSULAT GÉNÉRAL

MIAMI

**Contenu**

Introduction – Le partenariat économique Canada-Floride .....	3
Commerce de marchandises.....	4
Aperçu.....	4
Transbordement.....	7
COUP d’OEIL sur l’aérospatiale .....	6
COUP d’OEIL sur l’agriculture.....	7
Commerce intégré.....	8
Échanges complémentaires .....	11
COUP d’OEIL sur les services d’ingénierie – Hatch.....	13
COUP d’OEIL sur les technologies propres et renouvelables – Pure Technologies.....	12
Partenariats public-privé (PPP) .....	12
Éducation au niveau international .....	13
Investissements et emplois.....	14
Aperçu.....	14
Services financiers .....	15
COUP d’OEIL sur les services financiers – Caisse Desjardins.....	16
Région de Tampa-Hillsborough.....	16
Le sud de la Floride : une porte d’entrée vers l’Amérique latine et les Caraïbes .....	18
COUP d’OEIL sur le sud de la Floride comme porte d’entrée – Blackberry .....	18
Immobilier.....	20
Aperçu.....	20
Vue d’ensemble du profil des acheteurs canadiens d’immobilier .....	21
COUP d’OEIL sur l’Association canadienne des retraités migrants.....	23
Visiteurs et retraités migrants.....	22
Retraités migrants « Snowbirds » .....	24
COUP d’OEIL sur le CanadaFest.....	24
Conclusion.....	25
Annexes.....	27

## Introduction – Le partenariat économique Canada-Floride

Malgré les milliers de kilomètres qui séparent le Canada et la Floride, l'impact du Canada sur l'économie de la Floride perdure et va bien au-delà du pétrole, du bois de sciage et des retraités migrants (snowbirds). Depuis des décennies et jusqu'à ce jour, le Canada demeure le plus important partenaire économique de cet État, assurant environ 620 200 emplois en Floride et soutenant une florissante relation d'affaires bilatérale et un secteur manufacturier intégré tout en ayant un impact significatif sur les secteurs de l'immobilier et du tourisme.

Les Floridiens savent bien que les Canadiens adorent leur État ensoleillé (« Sunshine State »). Le Canada constitue la première source du tourisme international avec plus de quatre millions de visites de Canadiens – un chiffre qui augmente de 4 % annuellement. Les touristes canadiens passent 50 % plus de temps en Floride et dépensent 74 % plus de dollars annuellement qu'avant la récession et, à ce chapitre, surpassent tous les autres visiteurs étrangers en Floride. Ceci est dû en grande partie aux longs séjours qu'ils y effectuent. Des centaines de commerces et d'entreprises de la Floride et des milliers d'emplois dépendent des touristes canadiens, spécialement lors de la saison hivernale alors que les retraités migrants y retournent année après année.

Les Canadiens demeurent les premiers acheteurs internationaux du secteur immobilier totalisant 30 % de toutes les ventes d'immobiliers en 2013 ; environ 6 % de toutes les maisons vendues en Floride sont achetées par des Canadiens. Les retraités migrants et les autres Canadiens possédant une propriété en Floride injectent environ un demi-milliard de dollars dans l'économie grâce aux taxes foncières.

Les échanges entre le Canada et la Floride ont augmenté à un rythme régulier avec un taux de croissance annuel combiné de 2 % depuis 2006 et de 7 % depuis 2011, enregistrant un fort rebondissement suite à la crise financière. Les échanges Canada-Floride sont uniques en ce sens que nos entrepreneurs ne se limitent pas simplement à échanger des biens finis mais aussi à travailler et produire conjointement des produits. Pratiquement la moitié des échanges Canada-Floride sont hautement intégrés avec des industries similaires qui font des échanges d'un côté comme de l'autre de la frontière pour l'assemblage de produits finis. Également, une bonne partie des échanges sont complémentaires – le Canada est le plus grand importateur de produits agricoles – d'une valeur d'un milliard de dollars par année – mais les Canadiens exportent eux aussi annuellement pour près d'un milliard de dollars de produits agricoles vers la Floride.

L'investissement direct étranger canadien demeure élevé en Floride avec plus de 200 filiales canadiennes présentes dans l'État, attirées par le faible coût pour faire affaires en Floride. Elles sont également attirées par une excellente connectivité dans les transports et des opportunités d'affaires au niveau international avec l'Amérique latine et les Caraïbes. Les institutions financières canadiennes, les firmes d'ingénieurs et les fournisseurs de services de haute technologie ont pris leurs marques en Floride. En tant que deuxième partenaire d'échanges commerciaux à l'international avec la Floride et deuxième plus importante source d'investissement direct étranger, l'impact du Canada sur l'économie de la Floride est sans égal.

Les échanges commerciaux Canada-Floride se globalisent de plus en plus. Les produits et services innovateurs canadiens, en particulier dans les secteurs des technologies propres, des sciences de la vie et du traitement de l'information fournissent des solutions aux entrepreneurs, aux institutions publiques et aux municipalités locales de la Floride. Les firmes canadiennes étendent leurs activités d'affaires et leurs investissements en Amérique latine en utilisant la Floride et, par association, son expertise globale, comme base de lancement pour réussir en affaires. Le consulat général du Canada est là pour les aider dans leur démarche.

C'est l'Americas Market Intelligence (AMI) qui a effectué cette étude d'impact économique en 2011 et a conclu que, malgré la récession, les échanges commerciaux Canada-Floride n'ont cessé d'être florissants. Trois ans plus tard, ces échanges demeurent encore très actifs. Afin de décrire et de quantifier l'impact économique du Canada sur le « Sunshine State », cette étude fait le point sur les quatre principales composantes des échanges commerciaux Canada-Floride : le commerce, l'investissement, l'immobilier et le tourisme.

*Tableau 1 : IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA RELATION ENTRE LE CANADA ET LA FLORIDE, Indicateurs choisis, en milliards de US \$ COMMERCE DE MARCHANDISES en 2011 et 2013*

	2011	2013
Exportations du Canada vers la Floride	3,3	4,8
Exportations de la Floride vers le Canada	4,0	4,5
Total des échanges commerciaux	7,3	9,3
Biens immeubles appartenant à des sociétés canadiennes affiliées en Floride	3,4	3,4
Achats de biens immeubles résidentiels par des Canadiens en Floride	4,9	1,9
Dépenses effectuées par les touristes canadiens en Floride	3,4	4,7

*Source : Statistique Canada, Trade Stats Express, US Census Bureau - U. S. Exports of Goods by State (Exportations de marchandises américaines par État américain)*

## Commerce de marchandises

### Aperçu

Le Canada et la Floride profitent d'échanges commerciaux prospères qui sont devenus encore plus solides au cours des dernières années. Malgré le fait que le Canada soit éloigné géographiquement de la Floride, il demeure l'un des principaux partenaires commerciaux du « Sunshine State », avec ses 8,7 milliards de dollars d'échanges commerciaux. Que ce soit dans le domaine des hydrocarbures, de l'agriculture, des produits pharmaceutiques en passant par les composants aéronautiques, les deux économies tirent profit du commerce intégré.

Les importations de la Floride en provenance du Canada ont augmenté de 5 % annuellement entre 2011 et 2013. Après une baisse suite à la récession, les exportations canadiennes vers cet État n'ont cessé de grimper de façon constante depuis 2009. Les exportations de la Floride vers le Canada ont connu une baisse en 2012 mais ont bondi de 17 % entre 2012 et

*Tableau 2 : TOTAL DES ÉCHANGES COMMERCIAUX ENTRE LE CANADA ET LA FLORIDE en 2013, en milliards de US \$*

	2013 – en milliards de US \$
Total des importations en Floride depuis le Canada	4,8
Importations d'origine canadienne	3,6
Total des exportations de la Floride vers le Canada <sup>1</sup>	4,5
Exportations d'origine floridienne	3,7
<b>TOTAL DES ÉCHANGES COMMERCIAUX</b>	<b>9,3</b>
Balance commerciale entre le Canada et la Floride	+0,3

*Source : Statistique Canada, Trade Stats Express, US Census Bureau - U.S. Exports of Goods by State (exportations de marchandises américaines par État américain)*

2013 ce qui a contribué à équilibrer la balance commerciale. Les exportations de la Floride vers le Canada ont progressé de 51 % entre 2009 et 2013 ce qui démontre que des partenaires commerciaux profondément intégrés peuvent soutenir une forte croissance, même en périodes difficiles.

<sup>1</sup> Les chiffres sur les exportations floridiennes vers le Canada fournis par Trade Stats Express s'appuient sur la série « origin of movement » (OM), qui attribue les exportations de marchandises à l'État américain étant le point de départ vers le port (ou autre endroit) de sortie des États-Unis, tel qu'indiqué sur les déclarations d'exportations américaines officielles remplies par les expéditeurs. Le point OM peut être soit l'emplacement de l'usine où l'article d'exportation a été produit, soit dans bien des cas, l'emplacement du distributeur, de l'entrepôt ou de l'installation de manutention du fret. Par conséquent, on peut sous-estimer les exportations de la Floride vers le Canada, car une proportion significative du commerce de marchandises entre la Floride et le Canada s'effectue par transbordement, en utilisant des moyens de transport de surface dans l'un des États américains situé le long de la frontière canado-américaine, sans passer par un port douanier en Floride.

Afin de mieux comprendre ces données, il est utile de comparer le Canada avec les autres principaux partenaires commerciaux de la Floride. Avec ses 4,5 milliards de dollars de biens importés de la Floride vers le Canada, ce dernier est le principal marché commercial pour la Floride, juste devant le Brésil. Avec ses 620 200 emplois qui dépendent du commerce avec le Canada<sup>2</sup>, ce dernier constitue la pierre angulaire du secteur des exportations de la Floride.

Figure 1 : BALANCE COMMERCIALE ENTRE LE CANADA ET LA FLORIDE, en milliards de US \$, 2010-2013

Année	Exportations de marchandises floridiennes vers le Canada	Exportations de la Floride vers le Canada	Exportations de marchandises canadiennes vers la Floride	Exportations du Canada vers la Floride
2010	3,27	3,85	3,08	4,20
2011	3,50	4,07	3,30	3,93
2012	3,27	3,85	3,51	4,31
2013	3,68	4,49	3,62	4,76

Source : Statistique Canada, Trade Stats Express, US Census Bureau - U. S. Exports of Goods by State

Même si les importations canadiennes en provenance de la Floride ont connu un taux de croissance composé de 5,3 % annuellement entre 2005 et 2013, le pays fait face à une forte compétition. Le taux de croissance des exportations du Brésil et de la Colombie vers la Floride est également très élevé, étant de 6,5 % et 5,0 % respectivement. En 2013, la Colombie a pris la place du Venezuela comme quatrième marché d'exportation, grâce, entre autres au Traité de libre-échange signé en 2012 entre la Colombie et les États-Unis. Il est fort probable que la Colombie et le Brésil rivaliseront bientôt avec le Canada pour faire de la Floride leur premier marché d'exportation parmi les marchés en croissance.

Le commerce entre la Floride et le Canada est très diversifié et bénéficie à différents secteurs de l'économie de la Floride. En 2013, les hydrocarbures et les combustibles minéraux constituaient la plus importante catégorie des exportations canadiennes vers la Floride, représentant 16 % du total des exportations. Les autres catégories de produits allaient de l'équipement lourd aux biens de consommation manufacturés et aux matières plastiques. Entre 2010 et 2013, il est à noter que la croissance incluait des pierres semi-précieuses, des métaux et des produits de l'optique, de l'équipement photographique et cinématographique.

De la même manière, les exportations de la Floride vers le Canada sont également diversifiées avec comme première catégorie la machinerie électrique constituant 12 % du total des exportations. Bien que la machinerie et les produits de haute technologie soient en vedette dans les exportations de la Floride vers le Canada, les aliments frais et produits alimentaires occupent également une large place. Les grandes catégories d'exportation incluent 393 millions de dollars en réacteurs nucléaires et chaudières, 325 millions de dollars en fertilisants, 294 millions de dollars en produits pharmaceutiques et 190 millions de dollars en légumes frais et racines comestibles. Au cours de l'année 2013, les exportations de la Floride vers le Canada ayant connu la plus forte hausse ont été les fertilisants, les produits pharmaceutiques, les fruits comestibles et les noix.

<sup>2</sup> Fiche d'information – Commerce entre le Canada et la Floride : [http://can-am.gc.ca/business-affaires/fact\\_sheets-fiches\\_documentaires/fl.aspx?lang=fra](http://can-am.gc.ca/business-affaires/fact_sheets-fiches_documentaires/fl.aspx?lang=fra)

## COUP d'OEIL sur l'aérospatiale

L'industrie aérospatiale est l'une des industries les plus dynamiques de la Floride ; on dénombre plus de 2 000 compagnies œuvrant dans le domaine de l'aviation et de l'aérospatiale dans le « Sunshine State » au sud de la Floride, au Cap Canaveral et dans la région de Tampa. Des multinationales de pointe en aviation incluant Lockheed Martin, Sikorsky, Heico, et Embraer emploient près de 90 000 Floridiens pour leurs opérations. Les exportations totales d'appareils et de pièces de rechange ont augmenté de 12 % dans le sud de la Floride entre 2011 et 2012, grâce en grande partie à la demande sans cesse croissante de l'Amérique latine et aux contrats militaires.

En 2013, le Canada a contribué à la fabrication et à l'assemblage de l'industrie aérospatiale de la Floride en exportant pour 142 millions de dollars en appareils et pièces de rechange. Au cours de la même année, la Floride a exporté pour 80 millions de dollars de produits de l'aérospatiale vers le Canada, ce qui démontre le haut niveau d'intégration de cette industrie entre les deux marchés. Autant les assembleurs d'appareils installés en Floride comptent sur les fournisseurs canadiens de pièces pour alimenter leur production, autant les compagnies canadiennes ont besoin du marché de la Floride pour stimuler leurs ventes aux États-Unis.

Le MRR (Maintenance, Réparation et Révision) est un élément clé du secteur de l'aérospatiale et les compagnies canadiennes sont très présentes dans le domaine du MRR en Floride. Les leaders canadiens de l'aérospatiale, Bombardier et Toronto Sky Aviation, effectuent des opérations de MRR dans le sud de la Floride en assurant le service pour des dizaines de compagnies aériennes dans la région. Interfast, un distributeur canadien de ceintures de sécurité utilisées dans la fabrication d'avions, fournit les manufacturiers et assure les services de MRR dans la région de Miami. Les compagnies aériennes Air Canada et WestJet sont toutes deux présentes en Floride et tirent profit du centre de service MRR de l'État pour entretenir leurs appareils. Au sein de l'aérospatiale, les divers secteurs de l'ingénierie, de la fabrication, de l'assemblage et du MRR sont étroitement liés, ce qui démontre un exemple parfait du commerce intégré.

La recherche agressive de partenariats de libre-échange entre le Canada et les Amériques en particulier donne un nouvel élan au commerce entre la Floride et le Canada. Le Canada a conclu ou mis en œuvre plus de traités de libre-échange avec les pays des Amériques qu'avec tout autre endroit dans le monde (7 sur 12), le plus récent de ces traités – l'Accord de libre-échange Canada-Honduras – en effet depuis octobre 2014. Depuis 2007, notre alliance commerciale bilatérale avec l'Amérique latine et les Caraïbes a connu une croissance de 32 % plus rapide que dans toute autre région du monde, incluant une augmentation de 71 % du commerce avec le Pérou, 39 % avec le Mexique, 35 % avec le Brésil et 31 % avec la Colombie. Depuis 2007, les investissements canadiens dans cette région ont augmenté de 58 %.

En 2014, le Canada a conclu une entente de principe concernant un traité de libre-échange avec l'Union européenne. Cette entente permettra au Canada d'améliorer grandement l'accès des produits canadiens à de plus grands marchés en lui donnant un accès privilégié aux deux plus grands marchés de consommation au monde, soit l'Union européenne et les États-Unis. Également, en octobre 2012, le Canada s'est joint, aux côtés

Figure 2 : CINQ PRINCIPAUX MARCHÉS D'EXPORTATION DE LA FLORIDE  
En milliards de US \$, 2006-2013

Année	Brésil	Canada	Suisse	Colombie	Venezuela
2006	3,70	2,99	0,29	1,57	2,87
2007	3,96	3,71	0,62	2,06	3,18
2008	4,92	3,80	1,66	2,45	4,11
2009	4,29	2,97	2,10	2,10	3,41
2010	4,75	3,85	5,03	2,52	3,47
2011	5,28	4,07	7,29	2,85	4,51
2012	4,88	3,85	8,22	3,10	5,12
2013	5,37	4,49	3,42	3,31	3,21

Source : Trade Stats Express-State Export Data. International Trade Administration

du Mexique, aux négociations du Traité de Partenariat transpacifique (Transpacific Partnership Agreement). Avec le traité de libre-échange conclu avec succès avec la Corée et avec les discussions bilatérales présentement en cours avec le Japon, le Traité de Partenariat transpacifique constitue un moyen de réaliser notre plan de promotion du commerce et des exportations afin de créer des emplois et d'apporter la prospérité grâce à un accès ouvert, prévisible et transparent aux marchés.

## Transbordement

Les transbordements sont des expéditions de marchandises d'un pays d'origine vers une destination finale via un pays intermédiaire. Selon Enterprise Florida, en 2012, seulement 19 % des biens exportés à partir de la Floride ont été entièrement manufacturés en Floride ; 54 % des biens exportés étaient à l'origine des biens importés qui ont été transformés ou auxquels une plus-value a été ajoutée en Floride avant d'être exportés de nouveau vers leur destination finale<sup>3</sup>. La grande intégration de plusieurs entreprises canadiennes avec des entreprises de Floride signifie qu'une grande partie de la valeur ajoutée canadienne est incorporée à des biens produits en Floride et vice versa. De plus, une grande quantité des exportations du Canada vers l'Amérique latine et les Caraïbes transite par les ports de la Floride. La Floride est également souvent un endroit de transit pour le commerce de marchandises provenant ou étant acheminées vers des tierces parties. En 2012, on estimait que 27 % des exportations de la Floride ne provenaient pas de cet État, ce qui signifie que ces marchandises étaient importées en Floride et exportées de nouveau vers une autre destination finale, sans avoir subi de modification. Selon le Bureau américain de la statistique sur les transports (US Bureau of Transportation Statistics), on estimait qu'en 2013, des biens d'une valeur de 726 millions de dollars expédiés dans des pays en dehors de l'Amérique du

nord ont transité par le Canada lors de leur transfert vers leur destination finale<sup>2</sup>. Les spécialistes de l'industrie croient qu'un nombre significatif du trafic de marchandises destinées à l'Amérique latine et aux Caraïbes transite par les ports de la Floride qui servent de plaque tournante pour ses voisins du sud. Malheureusement, le Bureau américain de la statistique sur les transports ne tient compte que des données sur les transbordements lorsque les États-Unis constituent le dernier endroit d'origine ou de destination, et non des données sur les escales des biens en transit. Cela signifie que les données de la Floride sur les transbordements en provenance du Canada ne sont pas nécessairement estimées avec précision.

## COUP d'OEIL sur l'agriculture

La Floride, synonyme de jus d'orange, est reconnue comme un leader national en agriculture. C'est l'État numéro un aux États-Unis pour les oranges, les petits pois sucrés et la culture des concombres, deuxième pour la culture des fraises et troisième pour la production de miel. En 2013, les 4,1 milliards de dollars d'exportations agricoles de la Floride ont eu un impact économique équivalent à 13 milliards de dollars et ont assuré la survie de plus de 108 000 emplois.

Pratiquement 50 % de la production agricole de la Floride est destinée à l'exportation et le Canada est de loin le plus important client de l'État. Avec ses 962 millions de dollars ou 24 % des exportations agricoles de la Floride, le Canada est loin devant les Pays-Bas (deuxième plus gros consommateur avec 6 % des exportations agroalimentaires de la Floride). En 2013, le Canada a consommé la presque totalité des exportations d'oranges et des fruits frais de la Floride. Situés à seulement 48 heures de transport par camion, les consommateurs du sud de l'Ontario et du sud-ouest du Québec ont facilement accès aux exportations de fruits périssables en provenance de la Floride. Les récoltes hivernales et printanières de la Floride occupent une place de choix chez les consommateurs canadiens grâce en grande partie à la courte saison des récoltes au Canada.

Selon Veg Pro, un important producteur agricole canadien présent en Floride, le secteur agricole floridien devrait croître énormément au cours des prochaines années. Grâce à l'aide du gouvernement et à l'accès élargi aux terres agricoles, le patron de la production de Veg Pro en Floride est d'avis que le marché floridien de l'agriculture va s'accroître de 25 % entre 2014 et 2017. Veg Pro s'est établi en Floride en 2009 pour combler la demande canadienne de produits frais durant l'hiver. En utilisant l'avantage de pouvoir cultiver ses produits en Floride pendant l'hiver, il exporte sa production au Canada durant cette période. En retour, Veg Pro exporte ses produits canadiens vers la Floride au cours des mois torrides que cet État connaît en été.

Le secteur agricole canadien est également important, ayant généré des ventes de 49 milliards de dollars en 2011. Toutefois, les forces du secteur agricole canadien sont plus spécialisées, comme par exemple le bétail – qui compte pour 50 % de toute la production agricole – et les céréales comme le canola, le blé et le soja. Le Canada est un important exportateur à la fois de céréales et de bétail aux États-Unis, mettant ainsi en lumière l'importance de nos relations agricoles bilatérales pour assurer la sécurité alimentaire à un coût raisonnable.

Étant donné les conditions favorables de culture en Floride, bon nombre de producteurs agricoles canadiens et de fournisseurs de produits agricoles industriels ont investi dans le « Sunshine State ». Entre autres, on peut citer Veg Pro International et David Oppenheimer & Co. et les fournisseurs d'engrais et de pesticides Crop Production Services et Agrium Advanced Technologies.

<sup>3</sup> North American Transborder Freight Data: Transshipment Data. Bureau de la statistique sur les transports. [http://transborder.bts.gov/programs/international/transborder/TBDR\\_TS/TBDR\\_TSK\\_SP2.html/](http://transborder.bts.gov/programs/international/transborder/TBDR_TS/TBDR_TSK_SP2.html/).

*Tableau 3 : EXPORTATIONS DE MARCHANDISES CANADIENNES VERS LA FLORIDE PAR GROUPE DE PRODUITS  
– 10 principales catégories de produits 2013*

<b>Catégorie de produits</b>	<b>Total exportations en millions de US \$</b>	<b>% du total des exportations</b>	<b>% de croissance de 2010 à 2013</b>
Carburants minéraux, huiles minérales et produits de leur distillation ; substances bitumineuses ; cires minérales	767	16 %	10 %
Réacteurs nucléaires, chaudières, machines, appareils et engins mécaniques ; parties de ces machines ou appareils	543	11 %	8 %
Machines, appareils et matériels électriques et leurs parties ; appareils d'enregistrement ou de reproduction du son, appareils d'enregistrement ou de reproduction des images et du son en télévision, et parties et accessoires de ces appareils	396	8 %	-16 %
Instruments et appareils d'optique, de photographie ou de cinématographie, de mesure, de contrôle ou de précision ; instruments et appareils médico-chirurgicaux ; pièces	276	6 %	124 %
Meubles ; lits, matelas, supports de matelas, coussins et articles d'ameublement rembourrés similaires ; lampes et luminaires, signes lumineux, plaques signalétiques lumineuses ; bâtiments préfabriqués	211	4 %	22 %
Bois, charbon de bois et ouvrages en bois	175	4 %	65 %
Aéronefs, véhicules spatiaux et leurs pièces	142	3 %	-10 %
Matières plastiques et articles en ces matières	122	3 %	-15 %
Perles fines ou de culture, pierres gemmes ou similaires, métaux précieux, plaqués ou doublés de métaux précieux et ouvrages en ces matières ; bijouterie de fantaisie ; monnaies	122	3 %	308 %
Voitures automobiles, tracteurs, cycles et autres véhicules terrestres, leurs parties et accessoires	114	2 %	38 %
Sous-total	3 219	68 %	
Total de toutes les catégories de produits	4 764	100 %	14 %

*Source : Statistique Canada*



Tableau 4 : EXPORTATIONS DE MARCHANDISES FLORIDIENNES VERS LE CANADA PAR GROUPE DE PRODUITS  
– 10 principales catégories de produits 2013

Catégorie de produits	Total exportations en millions de US \$	% du total des exportations	% de croissance de 2010 à 2013
Machines, appareils et matériels électriques et leurs parties ; appareils d'enregistrement ou de reproduction du son, appareils d'enregistrement ou de reproduction des images et du son en télévision, et parties et accessoires de ces appareils	441	12 %	-31 %
Réacteurs nucléaires, chaudières, machines, appareils et engins mécaniques ; parties de ces machines ou appareils	393	10 %	-4 %
Engrais	325	9 %	172 %
Instruments et appareils d'optique, de photographie ou de cinématographie, de mesure, de contrôle ou de précision ; instruments et appareils médico-chirurgicaux ; pièces	306	8 %	28 %
Produits pharmaceutiques	294	8 %	58 %
Préparations de légumes, de fruits, de noix ou d'autres parties de plantes	256	7 %	24 %
Ouvrages en fonte, fer ou acier	202	5 %	-59 %
Légumes, plantes, racines et tubercules alimentaires	190	5 %	22 %
Voitures automobiles, tracteurs, cycles et autres véhicules terrestres, leurs parties et accessoires	151	4 %	-24 %
Fruits et noix comestibles ; écorces d'agrumes ou de melons	141	4 %	40 %
Sous-total	2 699	71 %	
Total de toutes les catégories de produits	3 801 <sup>4</sup>	100 %	17 %

Source : Statistique Canada

### Commerce intégré

Le libre-échange du commerce entre les États-Unis et le Canada a généré une plus grande intégration économique, incluant la croissance inter pays. La signature de l'ALENA (Accord de libre-échange nord-américain) et l'augmentation des flux de commerce entre le Canada et les États-Unis a eu pour effet d'augmenter les échanges intra-branches car les entreprises misent de plus en plus sur d'autres compagnies du secteur pour s'assurer de bons réseaux de distribution et d'approvisionnement. Avec la venue de l'ALENA, le commerce bilatéral entre le Canada et les États-Unis a augmenté en moyenne de 6 % annuellement, surpassant largement la croissance économique. Ceci prouve que la spécialisation industrielle et les alliances au niveau de chaînes d'approvisionnement sont efficaces et qu'elles peuvent franchir les frontières lorsqu'elles sont bien gérées. Grâce à cette frontière ouverte sur le commerce, la Floride et le Canada ont pu tirer profit de l'intégration économique.

En février 2011, le premier ministre Stephen Harper et le président Barack Obama ont inauguré la « Déclaration Par-delà la frontière » et le « Conseil de coopération en matière de réglementation ». Ces deux initiatives ont pour but d'augmenter notre sécurité et de faciliter la prospérité ainsi que la compétitivité en améliorant l'efficacité aux frontières dans le processus de mise en place de mesures de réglementation. À titre d'exemple, les États-Unis et le Canada ont amélioré les programmes pour les voyageurs et les commerçants dignes de confiance (Trusted Traveller and Trusted Trader programs), ont mis à niveau divers standards de sécurité des véhicules et ont développé un guichet électronique unique pour l'approbation des nouveaux produits pharmaceutiques. Ces initiatives vont permettre de faciliter les

<sup>4</sup> Selon Statistique Canada, les exportations floridiennes vers le Canada en 2013 totalisent 3,8 milliards de US \$, alors que la US International Trade Administration fait état d'exportations totalisant 4,5 milliards de US \$.

échanges commerciaux, particulièrement dans les industries intégrées là où les chaînes d'approvisionnement traversent nos frontières.

La Floride et le Canada se partagent trois des cinq plus importantes catégories d'exportation : les réacteurs nucléaires, la machinerie électrique et les appareils optiques, photographiques et cinématographiques. Cela signifie que des compagnies spécialisées dans un marché donné fournissent des compagnies dans le même domaine dans un marché en partenariat. La Floride est très forte en matière d'équipement électrique, de machinerie et de produits chimiques alors que les exportateurs canadiens sont plus solides dans les matières premières. Les exportations de produits chimiques organiques utilisés dans les fertilisants et dans l'industrie pharmaceutique de la Floride et les ventes qui s'en suivent au Canada sont un bon exemple d'intégration.

Dix catégories de produits (tableau 6 des annexes) constituent un commerce intégré important et présentent des ratios d'échanges commerciaux Floride-Canada entre 80 % et 120 %. Un ratio approchant les 100 % signifie que le volume des échanges est équilibré et que les biens exportés ou importés des deux marchés sont sensiblement équivalents. Cela démontre un haut niveau d'intégration car les exportations du Canada fournissent le secteur manufacturier en Floride qui, en retour, exporte ses biens finis au Canada, et vice versa. Contrairement, un ratio élevé Floride/Canada signifie une forte spécialisation au niveau des exportateurs de la Floride et un manque d'intégration avec les fournisseurs canadiens. De même, un ratio Floride/Canada près de zéro indique une forte spécialisation du côté canadien.

*Tableau 5 : COMMERCE INTÉGRÉ FLORIDE-CANADA*

<b>Catégorie de produits</b>	<b>Exportations floridiennes, en US \$</b>	<b>Exportations canadiennes, en US \$</b>	<b>Rapport Floride/Canada</b>
Ouates, feutres et non-tissés ; fils spéciaux ; ficelles, cordes et cordages ; articles de corderie	2 345 827	1 974 003	119 %
Machines, appareils et matériels électriques et leurs parties ; appareils d'enregistrement ou de reproduction du son, appareils d'enregistrement ou de reproduction des images et du son en télévision, et parties et accessoires de ces appareils	441 094 751	396 272 351	111 %
Instruments et appareils d'optique, de photographie ou de cinématographie, de mesure, de contrôle ou de précision ; instruments et appareils médico-chirurgicaux ; pièces et accessoires	305 674 028	276 333 770	111 %
Autres métaux communs ; cermets ; ouvrages en ces matières	1 965 026	1 834 445	107 %
Matières plastiques et articles en ces matières	114 978 308	122 348 816	94 %
Fonte, fer et acier	4 623 459	4 984 542	93 %
Boissons, liquides alcooliques et vinaigres	31 565 093	34 490 703	92 %
Autres articles textiles confectionnés ; assortiments ; friperie et chiffons	2 648 689	2 957 751	90 %
Liège et ouvrages en liège	24 855	27 830	89 %
Produits chimiques organiques	11 995 612	14 244 863	84 %

*Source : Statistique Canada*

## Échanges complémentaires

Bien que plusieurs secteurs d'exportation canadiens et floridiens soient fortement intégrés, de nombreux exportateurs tirent profit des relations commerciales en répondant aux besoins non comblés dans ce marché de partenariat. Cinq des dix plus grands marchés d'exportation spécialisés de la Floride sont liés aux produits agricoles et aux produits pour les animaux. Les produits agricoles et les aliments préparés totalisent 24 % des exportations de la Floride vers le Canada tandis que les exportations de produits agricoles canadiens vers la Floride représentent seulement 12 % du total des exportations.

Bien que les exportations de produits spécialisés de la Floride soient basées sur l'agriculture, celles du Canada sont principalement constituées de ressources naturelles comme le pétrole, les minéraux et le bois d'œuvre. Ces produits regroupent 27 % des exportations canadiennes vers la Floride comparativement au 12 % des exportations de la Floride vers le Canada.

Tableau 6 : 10 PRINCIPALES EXPORTATIONS SPÉCIALISÉES FLORIDIENNES

Catégorie de produits	Exportations floridiennes, en US \$	Exportations canadiennes, en US \$	Rapport Floride/Canada
Minerais, scories et cendres	1 930 530	29 732	6 493 %
Lait et produits de la laiterie ; œufs d'oiseaux ; miel naturel	15 934 510	1 378 771	1 156 %
Pâtes de bois ou d'autres matières fibreuses cellulosiques	27 978 062	3 832 167	730 %
Préparations de légumes, de fruits, de noix	255 943 373	38 141 886	671 %
Peaux (autres que les pelleteries) et cuirs	260 404	40 557	642 %
Parapluies, ombrelles, parasols, cannes, etc.	1 244 516	255 338	487 %
Fruits et noix comestibles ; écorces d'agrumes ou de melons	141 139 624	35 514 637	397 %
Café, thé, maté et épices	43 844 761	11 150 161	393 %
Autres produits d'origine animale, non dénommés ni compris ailleurs	824 059	213 039	387 %
Engrais	324 813 800	90 716 938	358 %

Source: Statistique Canada

Tableau 7 : 10 PRINCIPALES EXPORTATIONS SPÉCIALISÉES CANADIENNES

Catégorie de produits	Exportations floridiennes, en US \$	Exportations canadiennes, en US \$	Rapport Floride/Canada
Horlogerie	858 107	7 470 408	11 %
Soie	1 202	11 105	11 %
Graines et fruits oléagineux ; graines, semences et fruits divers	1 812 080	18 318 571	10 %
Autres fibres textiles végétales	3 720	55 243	7 %
Préparations à base de céréales, de farines, d'amidons de féculés ou de lait	6 111 582	106 618 903	6 %
Sel ; soufre ; terres et pierres ; plâtres, chaux et ciments	4 213 638	74 514 944	6 %
Céréales	1 711 266	37 970 798	5 %
Combustibles minéraux, huiles minérales	28 768 454	767 041 558	4 %
Plomb et ouvrages en plomb	25 901	1 160 224	2 %
Bois, charbon de bois et ouvrages en bois	3 170 477	175 227 869	2 %

Source : Statistique Canada

## **COUP d'OEIL sur les technologies propres et renouvelables – Pure Technologies**

L'abondance de ressources naturelles du Canada lui a valu une reconnaissance d'expertise au niveau mondial en matière de technologies propres. De nombreuses firmes d'ingénierie canadiennes spécialisées en technologies propres ont investi le marché américain et sont attirées par la Floride à cause des opportunités environnementales uniques qu'elle offre.

Pure Technologies dont le siège social est à Calgary en Alberta, est un leader mondial dans l'inspection et la surveillance des eaux, des oléoducs et ponts pétroliers et gaziers. En utilisant une technologie qui lui appartient, la compagnie évalue l'intégrité structurale, détecte les faiblesses au niveau des structures et recommande des solutions. La compagnie est venue en Floride pour la première fois en 2010. Avec le défi du développement urbain qui s'étend dans les zones marécageuses, l'accroissement de la densité urbaine et une inquiétude croissante sur la qualité de l'eau, Pure Technologies considère la Floride comme un marché attirant et en expansion.

Selon Jason Johnson, un chef de projet de niveau senior chez Pure Technologies, la prise de conscience des problèmes environnementaux en Floride est un élément clé jouant en faveur des technologies propres car il encourage les entreprises de services publics et les autres compagnies à tenir compte de leur impact sur l'environnement et à maintenir les infrastructures en meilleur état. Cette tendance crée un effet de marketing à la hausse pour Pure Technologies et de plus en plus de firmes d'ingénieurs s'intéressent à ce créneau, incluant des entreprises canadiennes comme Stantec, Ecologics et Construction PCL. On trouve de plus en plus d'opportunités d'affaires dans l'énergie solaire et éolienne. Des projets complémentaires sont présentement en cours de développement dans le sud de la Floride. En prenant conscience des changements climatiques et de la triste réalité de la topographie du niveau de la mer en Floride dû à l'érosion des berges, des entreprises des secteurs public et privé mettent leurs ressources en commun. Ainsi elles mettent sur pied une approche unique et coordonnée pour lutter contre la montée du niveau de la mer et préserver les sources d'approvisionnement en eau douce de la Floride. M. Johnson est d'avis que de plus en plus d'opportunités d'affaires s'offriront pour des entreprises canadiennes dans ces secteurs d'activités car la tendance pour des technologies durables s'intensifie.

Les autres compagnies canadiennes offrant des services dans le secteur des technologies propres en Floride incluent Ostara, Riva Modeling et RWDI.

### **Services professionnels**

Les biens constituent la majeure partie des échanges commerciaux entre le Canada et la Floride, mais le secteur des services devient un créneau en pleine expansion dans cette relation commerciale. En matière d'exportation de services, le Canada a totalisé globalement 85,8 milliards de dollars en 2013, dont 54 % aux États-Unis. Les services financiers, d'architecture et d'ingénierie ont été les secteurs les plus en demande.

En Floride, les services canadiens en matière de finance, ingénierie, technologies propres, construction, architecture et industrie du transport sont très bien représentés. Les compagnies les plus marquantes dans ces domaines sont la Banque TD avec ses 162 succursales dans l'État de Floride, Bombardier, un chef de file en services d'ingénierie spatiale, Colliers, un groupe spécialisé dans l'immobilier, et Stantec, une firme d'ingénieurs de pointe présente dans huit villes de la Floride. En annexe, vous trouverez la liste des entreprises canadiennes les plus importantes dans le secteur des services en Floride.

Plusieurs projets ont été développés conjointement par des entités canadiennes et floridiennes ce qui a eu comme effet de créer davantage de synergie au niveau des échanges commerciaux et des investissements. L'un de ces partenariats concerne un projet de six ans entrepris conjointement par Applied Research Associates, basé à Panama City, Floride et l'entreprise canadienne Agrisoma Biosciences et le Conseil national canadien de la recherche. Après plusieurs années de collaboration, ces partenaires ont réussi à créer ensemble en 2012, le premier avion à réaction au monde fonctionnant au biocarburant, établissant une étape importante dans les efforts globaux sur la recherche d'énergie renouvelable pour le transport aérien.

### **Partenariats public-privé (PPP)**

Le Canada est l'un des marchés le plus stable et important au niveau des partenariats public-privé (P3), autant en termes de volume qu'en termes de montant de transaction. Entre 2009 et 2011, on a dénombré

au Canada 39 projets PPP complétés avec un capital combiné d'investissements de plus de 20 milliards de dollars dans des secteurs aussi variés que le traitement des déchets, le transport à haute vitesse, les hôpitaux et les écoles. La Floride a adopté une nouvelle loi en 2013 pour faciliter l'utilisation de la formule P3 pour le développement des infrastructures au niveau municipal. Compte tenu de l'expertise du Canada dans ce domaine, les entreprises canadiennes ont manifesté un vif intérêt pour ces projets et sont bien placées pour se porter soumissionnaires.

### **COUP d'OEIL sur les services d'ingénierie – Hatch**

Les firmes d'ingénieurs sont les mieux connues parmi les fournisseurs de services canadiens en Floride. La compagnie Hatch du Canada est une firme de services diversifiés d'ingénierie offrant une expertise dans divers secteurs d'affaires incluant les mines et les métaux, l'énergie, le gaz et le pétrole et les infrastructures. Avec son siège social situé en banlieue de Toronto, Hatch assure une présence élargie avec ses 12 bureaux aux États-Unis ; son bureau de Tampa met l'accent sur deux secteurs en particulier : les mines de phosphate et les infrastructures municipales du réseau d'aqueduc.

En 2006, Hatch, en partenariat avec la firme britannique Mott MacDonald, s'est implantée à Tampa grâce à l'acquisition d'une compagnie australienne de traitement des eaux usées. En 2011, après s'être concentré de nombreuses années sur le traitement de l'eau, la division des minéraux industriels de Hatch a pris la décision de tirer profit des approvisionnements en phosphate de la Floride. Cet investissement a permis à Hatch d'étendre considérablement ses opérations dans l'État de Floride en multipliant le nombre d'employés, ce nombre passant de 10 à 100. Cela lui a également permis d'effectuer des opérations liées aux mines, le créneau le plus important du bureau de Tampa. Les activités liées aux mines et aux minéraux comptent pour 60 % du chiffre d'affaires de la compagnie. En Floride, ce pourcentage est encore plus élevé.

Les clients les plus importants de la division des phosphates chez Hatch sont les compagnies minières, notamment la compagnie minière de phosphate Mosaic. Dans le domaine du traitement des eaux, Hatch travaille principalement avec les municipalités et les compagnies de services publics en leur offrant des services de traitement des eaux, de gestion des eaux usées, de désalinisation et autres.

Lors d'une entrevue avec AMI (Americas Market Intelligence), Eric Jankel, le directeur de la division des infrastructures chez Hatch, a prédit une croissance dans les services d'ingénierie en Floride. Cette croissance sera alimentée par la demande globale pour les fertilisants (fabriqués avec le phosphate), les inquiétudes causées par l'environnement et exigeant une législation plus sévère sur l'extraction des ressources naturelles et par les capitaux investis dans l'État. Les plus grandes opportunités d'affaires que monsieur Jankel a identifiées pour les firmes d'ingénierie incluent la restauration des Everglades, l'agrandissement des installations portuaires et aéroportuaires ainsi que l'augmentation des investissements publics dans les infrastructures.

Hatch tire profit de la large présence des compagnies canadiennes à Tampa car elle est dynamique et prospère. Les autres compagnies canadiennes offrant des services d'ingénierie en Floride sont Golder Associates (spécialisé en géologie hydraulique), Stantec, CAE USA et Expertech Network Installation (installation de réseaux).

### **Éducation au niveau international**

La stratégie du Canada en ce qui concerne l'éducation au niveau international est un élément clé du plan d'action des marchés mondiaux qui vise à attirer de nouveaux talents, à trouver des innovations en énergie et à accroître la prospérité. Au cours de l'année 2012, plus de 265 000 étudiants internationaux ont dépensé 8,4 milliards de dollars au Canada, contribuant ainsi à maintenir 86 570 emplois au pays. En 2013, plus de 10 000 Américains se sont inscrits dans des institutions post-secondaires au Canada.

L'ICEF (International Consultants for Education and Fairs) est l'une des meilleures organisations de marketing au niveau international pour le recrutement d'étudiants. La participation du Canada aux ateliers nord-américains de l'ICEF (ICEF North America Workshops) qui se tiennent chaque année à Miami est un forum offrant l'occasion de faire du réseautage de très haut niveau et très ciblé. Ce forum permet aussi de rencontrer des recruteurs présélectionnés pour l'éducation internationale et intéressés à envoyer au Canada des étudiants à tous les niveaux d'éducation. Ces ateliers constituent un événement de réseautage unique et permet de mettre en contact des éducateurs internationaux, des agents de recrutement, des fournisseurs de services et également des professionnels du marché du travail et du voyage.

L'Institut de relation Floride-Canada (Florida-Canada Linkage Institute, FCLI), géré par l'Université du Centre de la Floride (University of Central Florida) a été créé en 1987 par la législature de la Floride afin d'appuyer le

développement de liens économiques, culturels, éducatifs et sociaux plus étroits entre la Floride et le Canada en offrant aux étudiants canadiens des coûts d'éducation plus accessibles dans les universités et dans les collèges communautaires de l'État. L'IRFC est un concours ouvert à tous les étudiants aux niveaux du premier cycle, de la maîtrise et du doctorat.

L'Université de la Floride détient également une série d'ententes de collaboration avec des universités canadiennes, incluant l'Université Brock, l'Université de Waterloo et l'Université Wilfrid Laurier dans les domaines du tourisme, de la gestion des activités sportives et de récréation.

Tableau 8 : 10 PRINCIPAUX INVESTISSEURS ÉTRANGERS EN FLORIDE, nombre de filiales en Floride, 2013

Pays d'origine	Nombre d'entreprises en Floride
Royaume-Uni	869
Canada	625
Allemagne	616
Japon	545
France	375
Suisse	323
Espagne	182
Italie	97
Australie	94
Brésil	83

Source : Enterprise Florida

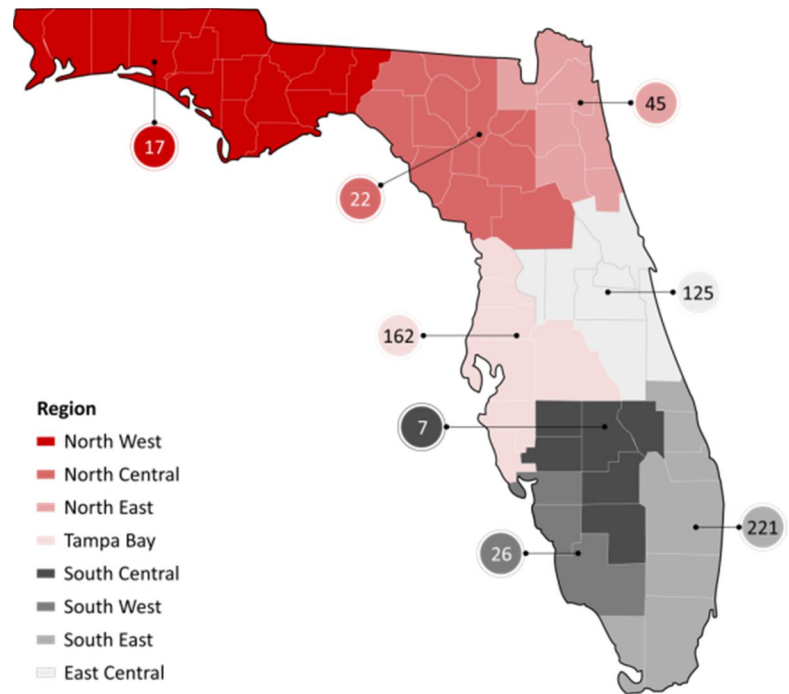


Figure 3 : ENTREPRISES CANADIENNES PAR RÉGION DE LA FLORIDE, 2013, % total de filiales canadiennes en Floride en 2013, nombre de filiales canadiennes<sup>5</sup>

ENTREPRISES CANADIENNES PAR RÉGION DE LA FLORIDE	% total de filiales canadiennes en Floride
Sud-Est	35 %
Baie de Tampa	26 %
Centre-Est	20 %
Nord-Est	7 %
Sud-Ouest	4 %
Centre-Nord	4 %
Nord-Ouest	3 %
Centre-Sud	1 %

Source : Enterprise Florida

## Investissements et emplois

### Aperçu

On compte environ 210<sup>6</sup> entreprises canadiennes en Floride, lesquelles regroupent 625 filiales établies dans l'ensemble de l'État. En 2010, ces filiales ont enregistré 3,4 milliards de dollars en investissements directs à l'étranger (IDE), soit 12 % des IDE de la Floride. Les 625 filiales emploient plus de 27 000 Floridiens<sup>7</sup>, ce qui représente 12 % des emplois découlant d'investissements directs à l'étranger. Le Canada se situe au deuxième rang des plus importants

investisseurs et employeurs internationaux en Floride, précédé par le Royaume-Uni<sup>8</sup>.

<sup>5</sup> Pour une carte des filiales canadiennes par comté, veuillez consulter l'annexe de ce report.

<sup>6</sup> Plusieurs sources révèlent la présence de 275 entreprises canadiennes en Floride, mais Enterprise Florida, le registre le plus exhaustif dressant la liste des entreprises canadiennes de l'État par région et secteur d'activité, en dénombre 210.

<sup>7</sup> Fiche d'information – Commerce entre le Canada et la Floride : [http://can-am.gc.ca/business-affaires/fact\\_sheets-fiches\\_documentaires/fl.aspx?lang=fra](http://can-am.gc.ca/business-affaires/fact_sheets-fiches_documentaires/fl.aspx?lang=fra)

<sup>8</sup> Enterprise Florida, mars 2014, 2013 Florida International Business Highlights

<http://www.enterpriseflorida.com/wp-content/uploads/report-florida-international-business-highlights.pdf>

Les filiales canadiennes sont basées, pour la plupart, dans le sud de la Floride : 35 % d'entre elles se situent dans le sud-est de l'État, plus précisément dans les comtés de Miami-Dade, Broward et Palm Beach ; 26 % desservent la grande région de Tampa ; et 20 % font affaires dans le secteur Orlando-Daytona Beach. Les autres filiales canadiennes se trouvent dans le nord-est de la Floride et la bande côtière (13 %) et dans d'autres régions (5 %).

En fait, les filiales canadiennes œuvrent dans un large éventail d'industries, quoique leurs services soient proposés là où les entreprises canadiennes se concentrent. D'une part, bon nombre de filiales assurent la prestation de services financiers (33 % des filiales canadiennes établies en Floride). D'autre part, 46 % des filiales canadiennes offrent des services dans les secteurs suivants : soins de santé, gestion-conseil, publicité, avis juridiques, ingénierie, architecture, construction et immobilier. Pour ce qui est du secteur manufacturier, qui arrive au deuxième rang des plus importants secteurs industriels, la fabrication de pièces de machinerie, de véhicules automobiles et aérospatiaux occupe une grande place, de même que la fabrication de produits à faible valeur ajoutée, tels le ciment, la brique et le papier.

### Services financiers

Les entreprises canadiennes sont bien représentées dans le secteur des services financiers, particulièrement dans les services bancaires commerciaux. Plusieurs banques commerciales canadiennes comptent des succursales de service de détail en Floride (Banque TD, BMO Banque privée Harris, Desjardins et Banque Nationale). En tête de file, la Banque TD regroupe 162 succursales dans cet État. BMO Banque privée Harris mène ses activités dans le centre de la Floride et la région de Tampa, tandis que Desjardins et la Banque Nationale n'offrent leurs services financiers que dans le sud de la Floride, desservant un segment du marché, la population franco-canadienne locale.

Figure 4 : ENTREPRISES CANADIENNES PAR INDUSTRIE, 2013

Services financiers et assurances	33 %
Industries manufacturières	18 %
Services divers	7 %
Soins de santé	7 %
Services aux entreprises	7 %
Services personnels	6 %
Ingénierie et architecture	3 %
Construction	3 %
Immobilier	3 %
Technologies de l'information et des communications	3 %
Logistique et transports	3 %
Culture, spectacles, éducation	2 %
Menuiserie préfabriquée	1 %
Produits chimiques	1 %
Tourisme/accueil	1 %
Agriculture	1 %

Source : Enterprise Florida

La Banque Royale du Canada occupait une place importante en Floride avant son acquisition par la banque PNC en 2011, chiffrée à 3,45 milliards de dollars. À l'heure actuelle, la Banque Royale et la Banque Scotia offrent des services de gestion de portefeuille et de fiducie dans un bureau de taille modeste situé dans le sud de la Floride, principalement à des clients de l'Amérique latine et des Caraïbes.

Les banques canadiennes ont un intérêt marqué pour le sud de la Floride en raison de ses occasions d'affaires locales et internationales. Les banques s'intéressent non seulement à la prestation de services courants aux particuliers et aux entreprises, mais aussi à saisir des occasions d'affaires en Amérique latine, notamment dans les secteurs du commerce, des services bancaires privés et du marché immobilier dynamique du sud de la Floride.

## COUP d'OEIL sur les services financiers – Caisse Desjardins

La Caisse Desjardins est l'une des dix plus grandes institutions bancaires commerciales au Canada et occupe le premier rang au Québec. Desjardins a ouvert ses portes à Hallandale Beach en 1992 en vue d'offrir ses services à la population franco-canadienne établie dans le sud de la Floride : tous les employés de la caisse parlent l'anglais et le français. Aujourd'hui, Desjardins possède trois succursales dans le comté de Broward.

En Floride, Desjardins a 27 000 membres et ouvre 2 000 nouveaux comptes par année. La caisse offre des services bancaires courants (comptes chèques et épargne, hypothèques, virements, services bancaires en ligne et échange de devises). Desjardins fournit également des services à de nombreuses entreprises locales, et 75 % de ses clients commerciaux sont Canadiens. La première mission de Desjardins est d'offrir un service à ses membres séjournant en Floride et ayant besoin d'un accès facile à leur compte bancaire (92 % des clients de la caisse sont Canadiens, et selon son président, Daniel Veilleux, près de 800 000 Canadiens visitent le sud de la Floride chaque année).

En Floride, la Banque Nationale du Canada est le principal concurrent de la Caisse Desjardins. Même si la Banque TD est la plus importante banque canadienne aux États-Unis, ses services ne sont pas personnalisés pour la communauté canadienne. Cependant, la Banque Nationale, avec ses deux succursales dans le comté de Broward, assure la prestation de services spécialisés similaires à ceux offerts par Desjardins. Les activités de la Banque Nationale et de Desjardins sont toutes deux touchées par l'achalandage saisonnier de Canadiens en Floride. Le profil du client moyen chez Desjardins est un retraité de 65 ans qui séjourne de quatre à six mois en Floride. Par conséquent, les volumes de transaction de la caisse varient de 4 000 transactions mensuelles durant l'hiver, à 800 transactions par mois, l'été.

Le taux de change a également une incidence sur les activités de la caisse ; en 2014, le dollar canadien a chuté de plus de 10 % par rapport au billet vert américain, et la caisse a déjà enregistré une baisse de transfert de fonds du Canada vers ses succursales de la Floride. Le taux de change influe aussi sur les prêts hypothécaires de la caisse. Desjardins récolte en moyenne 30 millions de dollars par année en frais hypothécaires, dont 75 % sont liés à l'achat de condos.

Monsieur Veilleux a mis en lumière la vitalité des affaires en Floride et ses perspectives d'avenir florissantes. Les valeurs immobilières y sont en hausse, la population augmente, de nombreux projets de bâtiments sont en cours et la croissance économique de l'État est prometteuse.

### Région de Tampa-Hillsborough

Tampa Bay est la deuxième plus importante région métropolitaine en Floride, ce qui en fait un choix privilégié des investisseurs étrangers. Attirées par les faibles coûts d'exploitation commerciale, l'emplacement stratégique, le climat et la qualité de ses infrastructures, 79 filiales canadiennes ont pignon sur rue dans le comté de Hillsborough. La grande région métropolitaine de Tampa compte 67 entreprises canadiennes, parmi 480 entreprises étrangères<sup>9</sup>. En 2014, les entreprises canadiennes basées à Tampa (Masonite, Sitel, Air Canada et Banque TD) employaient plus de 2 200 de ses résidents.

Selon la *Brookings Institute's Global Cities Initiative*, la région métropolitaine de Tampa-St-Petersburg-Clearwater enregistre 3,55 milliards de dollars en échanges commerciaux annuels avec l'Amérique du Nord (43<sup>e</sup> rang à l'échelle nationale). Le pourcentage d'échanges commerciaux de la région avec le secteur des technologies de pointe est également plus élevé que la moyenne américaine (52 % comparativement à 47 %).

À l'heure actuelle, la région métropolitaine enregistre par année 1,88 milliard de dollars en échanges commerciaux avec le Canada, principalement avec Toronto (336 millions de dollars en accords commerciaux bilatéraux), Montréal (175 millions de dollars) et Calgary (138 millions de dollars).

Figure 5 : INVESTISSEMENT DIRECT ÉTRANGER (IDE) DANS LA RÉGION DE LA BAIE DE TAMPA PAR NATIONALITÉ, nombre d'entreprises en 2011

Royaume-Uni	77
Canada	67
Allemagne	66
Japon	51
France	34
Suisse	32
Pays-Bas	26
Autres	127

Source : Tampa Bay Partnership

<sup>9</sup> Remarque : Le terme « entreprise » renvoie à l'entité corporative globale, tandis qu'on entend par « filiale », le bureau même de la succursale. Une entreprise peut donc gérer plusieurs succursales. C'est pour cette raison que l'on compte bien plus de filiales étrangères que d'entreprises étrangères en Floride.



Les principaux secteurs visés sont la machinerie et la fabrication d'outils, les produits énergétiques, chimiques et plastiques, les véhicules à moteur et les pièces de rechange et l'électronique.

Parmi les entreprises canadiennes brassant des affaires dans la région de Tampa Bay<sup>10</sup>, le secteur manufacturier est l'industrie la plus sollicitée, particulièrement dans les domaines de l'aérospatiale et des dispositifs médicaux. La force du secteur manufacturier découle principalement du prix concurrentiel des terrains de la région comparativement à ceux du sud de la Floride et à sa meilleure position de connectivité avec le reste des États-Unis. La vente au détail, particulièrement en matière de produits chimiques, de métaux ouvrés, de matériel et de pièces électroniques, se situe au deuxième rang des industries où œuvre le plus grand nombre d'entreprises canadiennes à Tampa, suivie par les services professionnels. Selon Deborah Wilkinson, directrice générale de *Tampa Bay Trade and Protocol*, les industries qui connaissent la plus forte croissance, suscitant l'intérêt des entreprises canadiennes, sont l'industrie pharmaceutique, les dispositifs médicaux et les TI (Technologies de l'information).

Selon un sondage mené par le *Tampa Bay Partnership*, la première raison expliquant le lieu d'établissement des filiales étrangères à Tampa était une fusion/acquisition, la deuxième étant le fait que la ville se situait au centre de la Floride. Les entreprises dont les produits arrivent du nord par camion en vue d'être transportés par bateau à l'étranger préfèrent souvent Tampa à Miami-Dade. En outre, le corridor autoroutier de l'*Interstate 4*, aussi connu sous le nom de « corridor de la haute technologie », est une artère majeure reliant Tampa à la côte est, ce qui facilite le transport de produits de haute technologie entre les villes de Tampa, Orlando, Daytona et Cape Canaveral. Ainsi, Tampa a un accès immédiat aux autres marchés de la Floride et la région est bien intégrée à l'économie de l'État.

À l'affût de cet avantage géographique, les entités publiques et privées de Tampa collaborent en vue de transformer la région métropolitaine en centre clé de transbordement. Contrairement à Port Miami, qui apporte d'importants changements à ses infrastructures afin d'accueillir des navires Post-Panamax, Tampa met l'accent sur l'ouverture de nouvelles solutions en matière d'expédition, particulièrement vers l'Amérique latine. D'ailleurs, Copa Airlines commence tout juste à desservir l'aéroport international de Tampa, ce qui donnera aux entreprises locales un meilleur accès aérien à l'Amérique latine en passant par sa ville carrefour, Panama City. Un partenariat avec Alaska Airlines assurera également un meilleur accès à l'Asie en transitant par Seattle.

La zone de libre-échange de Tampa, que l'on vient d'élargir en vue d'inclure trois comtés additionnels, encouragera les entreprises à choisir Tampa en tant que lieu de transbordement car elles pourront y importer des biens, les entreposer dans la zone de libre-échange et les exporter sans devoir acquitter de droits de douane. Selon M<sup>me</sup> Wilkinson et les nouveaux directeurs portuaires, le programme international dynamique géré par le maire de la ville et les directeurs généraux des comtés, ainsi que le sang neuf à la chambre de commerce contribueront à promouvoir la ville de Tampa comme plaque tournante du commerce et de l'investissement. Chacun de tous ces acteurs est optimiste quant à la hausse d'IDE (Investissement direct à l'étranger).

*Figure 6 : ENTREPRISES CANADIENNES DANS LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE LA BAIE DE TAMPA PAR INDUSTRIE, % d'entreprises en 2011*

INDUSTRIE	% d'entreprises en 2011
Industries manufacturières	16 %
Commerce de gros	16 %
Services professionnels	12 %
Commerce de détail	11 %
Services financiers	9 %
Logistique	8 %
Administration et soutien administratif	7 %
Industrie du divertissement	5 %
Construction	3 %
Soins de santé	3 %
Technologies de l'information	3 %
Autres	7 %

Source : *Tampa Bay Partnership*

<sup>10</sup> Comtés de Citrus, Hernando, Hillsborough, Manatee, Pasco, Pinellas, Polk et Sarasota.

Dans le cadre du sondage *Tampa Bay Partnership FDI*, les entreprises ont également fait part d'autres avantages importants de Tampa, notamment ses opportunités de croissance, la qualité de sa main-d'œuvre et ses faibles coûts liés à la gestion opérationnelle. Pour ce qui est des entreprises œuvrant dans le secteur de l'ingénierie spatiale, l'accès au phosphate était un atout important. Une liste non exhaustive d'entreprises canadiennes installées dans la région métropolitaine de Tampa Bay est fournie en annexe.

### **Le sud de la Floride : une porte d'entrée vers l'Amérique latine et les Caraïbes**

Grâce à l'aéroport international de Miami, au Port Miami et au Port Everglades, le sud de la Floride est un point stratégique ouvert sur l'international, facilitant particulièrement le commerce et les investissements entre le sud de la Floride et l'Amérique latine et les Caraïbes. En raison de sa proximité avec l'Amérique latine, son excellente position géographique et sa main-d'œuvre latino-américaine diversifiée et instruite, le

sud de la Floride constitue une porte de choix ouverte sur l'Amérique latine.

Huit des dix principaux marchés d'exportation de Miami sont en Amérique latine : en tête, le Brésil, suivi du Venezuela et de la Colombie. Le commerce avec l'Amérique latine représente 63 % des gains du district transfrontalier de Miami-Dade en matière de commerce international<sup>11</sup>, chiffré à 74 milliards de dollars en 2013. Les produits de haute technologie, comme les ordinateurs et les cellulaires, l'équipement de télécommunications et les pièces d'aéronefs sont les biens les plus exportés de la région. Les dispositifs pharmaceutiques et médicaux figurent dans les catégories d'exportation ayant connu la plus forte croissance en 2013.

Le lien commercial étroit entretenu avec l'Amérique latine est facilité par le secteur stratégique du sud de la Floride, qui ne se concentre que sur ce marché. L'aéroport international de Miami est le plus important aéroport international de fret aérien du pays, transportant quelque 1,8 million de tonne de fret chaque année, et le commerce avec

### **COUP d'OEIL sur le sud de la Floride comme porte d'entrée – Blackberry**

Blackberry est un fournisseur multinational de services sans-fil et de télécommunications regroupant plus de 72 millions de membres à l'échelle internationale. Son siège social a été fondé en 1999 à Waterloo, en Ontario. L'entreprise possède des bureaux partout en Amérique du Nord et du Sud, en Europe et en Asie, dont 18 sièges sociaux aux États-Unis. Blackberry gère ses bureaux en Amérique latine par l'entremise de son bureau situé dans le comté de Broward.

Blackberry a percé le marché de l'Amérique latine en 2006. À l'époque, la prestation de services dans la région était assurée par huit employés basés au Canada (6), au Brésil (1) et au Mexique (1). Une fois les ventes en Amérique latine à la hausse, l'entreprise a senti le besoin d'ouvrir un bureau sur place – un premier a alors ouvert ses portes au Mexique en 2008. En 2009, l'entreprise a inauguré son premier siège social latino-américain à Sunrise (Floride), réunissant tous les directeurs de l'Amérique latine, lesquels supervisent les ventes, la commercialisation et les finances régionales.

Une croissance soutenue en Amérique latine a permis à l'entreprise d'ouvrir des bureaux au Brésil et au Chili et d'engager des employés basés en Argentine et au Chili. Ceux-ci, de même que les employés du bureau au Mexique, relèvent des gestionnaires régionaux du bureau de Miami. Blackberry gère la fabrication et la distribution en Amérique latine et au Mexique, et toutes les fonctions de service à la clientèle et de service administratif sont assumées par le bureau de Sunrise.

Selon Blackberry, le sud de la Floride est le lieu idéal pour un siège social latino-américain, principalement en raison de l'affluence de vols directs vers la région. Les deux grands aéroports internationaux du sud de la Floride assurent la liaison quotidienne entre toutes les métropoles de l'Amérique latine et des Caraïbes, ce qui facilite le déplacement efficace des responsables des ventes pour rencontrer leurs équipes sur le terrain et superviser les bureaux régionaux. Les employés du sud de la Floride sont issus des quatre coins de l'Amérique latine, un bon atout pour les activités de l'entreprise. Les professionnels de l'Amérique latine basés en Floride aident à combler l'écart culturel entre le Canada et l'Amérique latine et maîtrisent autant la réalité des entreprises et des consommateurs des marchés de l'Amérique latine et des Caraïbes. Il s'agit d'un facteur fondamental de la réussite de Blackberry en Amérique latine.

l'Amérique latine y compte pour 72 %. Avec ses 75 000 vols annuels en destination de l'Amérique latine et ses vols sans escale desservant 75 villes de l'Amérique latine, les exportateurs de Miami peuvent faire parvenir des biens n'importe où dans la région en 24 heures. Les ports du sud de la Floride sont également

<sup>11</sup> Le district transfrontalier de Miami comprend le Port Miami, le Port Everglades, l'aéroport international de Miami et plusieurs autres ports régionaux de plus petite échelle.

fortement ancrés dans les échanges avec l'Amérique latine. Le récent dragage du port de Miami, chantier visant à accueillir des navires Post-Panamax, favorisera davantage le lien commercial étroit de la région, particulièrement vers les pays de la côte ouest, comme le Chili, le Pérou et l'Équateur. Manuel Mencia, premier vice-président d'*Enterprise Florida*, a affirmé [Traduction] « qu'aucune autre ville ou région dans le monde ne peut offrir un accès plus stratégique à l'Amérique latine ».

Le sud de la Floride est également unique en raison de sa main-d'œuvre nombreuse et bien formée d'origine latino-américaine et hispanique. En effet, 1,3 million des citoyens de Miami-Dade sont de descendance latino-américaine, et 1,8 million des habitants de Miami sont hispanophones. Les entreprises qui veulent faire affaires avec l'Amérique latine peuvent donc engager des employés issus de leurs principaux marchés d'exportation. Ces entreprises sont ainsi mieux équipées pour surmonter les barrières linguistiques et franchir les obstacles culturels.

Manifestement, le sud de la Floride est un centre d'activité incontournable ouvert sur l'Amérique latine, avec plus de 600 sièges sociaux d'entreprises latino-américaines multinationales (48 relèvent d'entreprises canadiennes), dépassant ainsi le nombre de bureaux superviseurs d'activités en Amérique latine, dont 186 sont situés à Atlanta, 78 à Houston et 150 au Brésil. Les entreprises canadiennes et internationales s'établissent dans le sud de la Floride en vue de gérer les ventes, la commercialisation, les ressources humaines et les finances en Amérique latine et afin d'assurer à l'interne l'exportation de leurs produits vers l'Amérique latine et les Caraïbes. Les entreprises canadiennes dotées de sièges sociaux dans le sud de la Floride œuvrent principalement dans les secteurs de la logistique et des télécommunications.

Le Canada reconnaît le potentiel commercial considérable des Amériques. En 2007, le premier ministre Harper a annoncé que la revitalisation et l'expansion des engagements politique et économique du Canada en Amérique était un de ses principaux objectifs en matière de politique étrangère. Le Canada faisant partie des Amériques, doit par conséquent accorder une grande importance aux relations avec les pays d'Amérique latine et des Caraïbes. Doté d'une vision d'un hémisphère plus prospère, sûr et démocratique, le Canada collabore avec des partenaires internationaux, régionaux et locaux pour accomplir les trois objectifs suivants : augmenter les occasions d'échanges économiques, renforcer la sécurité et les institutions et enfin entretenir des relations à long terme. Le Canada travaille activement au renforcement du commerce et des investissements en partenariat avec le Brésil et ses partenaires d'accords de libre-échange (le Chili, la Colombie, le Costa Rica, le Mexique, le Panama, le Pérou et le Honduras); à l'élargissement de son réseau d'ententes commerciales et économiques; à susciter la participation des Canadiens aux partenariats public-privé et à des ententes avec des banques internationales et régionales; de même qu'à partager l'expertise canadienne en matière de gestion responsable et durable des ressources naturelles.

Des renseignements supplémentaires sur le sud de la Floride en tant que porte d'entrée vers l'Amérique latine sont fournis dans l'étude de cas publiée par le consulat général du Canada à Miami :

<http://www.delegatescommerciaux.gc.ca/fra/document.jsp?did=148026&requestid=355491/>

Une liste d'entreprises canadiennes dont le siège social est basé dans le sud de la Floride est annexée au présent document.

## Immobilier

### Aperçu

Grâce au climat chaud de la Floride et à ses propriétés abordables, le marché immobilier de l'État est prisé des acheteurs étrangers depuis plusieurs décennies. À l'échelle nationale, les clients internationaux ne représentent qu'un faible pourcentage (4,8 %) des ventes de propriétés résidentielles, mais en Floride, le taux a atteint les 26 % en 2011. En 2013, le pourcentage des ventes conclues avec des acheteurs étrangers en Floride se chiffrait au double de la moyenne nationale (9 %), soit 6,4 milliards de dollars en vente. Les Canadiens sont, depuis des décennies, les principaux acheteurs étrangers dans cet État.

Tableau 9 : APERÇU DES VENTES DE PROPRIÉTÉS IMMOBILIÈRES RÉSIDENNELLES EN FLORIDE, 2011-2013

Année	Ventes totales de propriétés résidentielles en Floride, en milliards de US \$	Ventes de propriétés résidentielles réalisées auprès d'acheteurs étrangers, en milliards de US \$	% des ventes totales réalisées auprès d'acheteurs étrangers	% de Canadiens parmi les acheteurs étrangers
2011	49 \$	12,7 \$	26 %	39 %
2012	58 \$	10,70 \$	18 %	31 %
2013	74 \$	6,40 \$	9 %	30 %

Source : National Realtors Association

Depuis l'effondrement des prix de l'immobilier en 2008, le marché des propriétés résidentielles en Floride s'est stabilisé : le taux de croissance annuel composé (TCAC) relatif aux ventes de propriétés a augmenté de 15 % de 2011 à 2013. Le taux de participation des Canadiens à ce marché immobilier est resté sensiblement le même au cours des dernières années, à raison de 30 % à 40 % des ventes internationales réalisées en Floride ; ceux-ci acquérant en moyenne de 4 % à 7 % des propriétés vendues à l'échelle de l'État, chaque année. Le taux d'achat de propriétés résidentielles par des Canadiens augmente plus rapidement que les taux relatifs aux Vénézuéliens, aux Brésiliens et aux autres acheteurs étrangers.

La plupart des transactions portant sur des achats de propriétés par des étrangers sont réglées au comptant (84 % de l'ensemble des transactions en 2013). Plus de 90 % des Canadiens payent au comptant leur résidence en Floride et choisissent souvent de s'installer dans des communautés moins peuplées à l'extérieur de Miami-Dade, générant ainsi des revenus importants en taxes foncières. Les clients internationaux, dont les Canadiens, achètent des maisons plus dispendieuses que les résidents américains. En 2013, le prix moyen d'une maison en Floride se chiffrait à 144 074 \$, tandis que le prix moyen des transactions internationales s'élevait à 187 483 \$.

Les acheteurs étrangers acquièrent une plus grande part des résidences en Floride et des propriétés de plus grande valeur. Les Canadiens en particulier choisissent des secteurs moins peuplés et payent plus souvent comptant l'achat de leur maison que l'acheteur type. De plus, les acheteurs canadiens ont contribué à atténuer la chute du marché immobilier en Floride depuis la récession et continuent d'acheter des propriétés à des taux record.

Figure 7 : 10 NATIONALITÉS PRINCIPALES DES ACHETEURS ÉTRANGERS DE PROPRIÉTÉS RÉSIDENNELLES EN FLORIDE, % des ventes totales réalisées auprès d'acheteurs étrangers, 2013

Nationalité des acheteurs étrangers de propriétés résidentielles en Floride	% des ventes totales réalisées auprès d'acheteurs étrangers en 2013
Canada	30 %
Venezuela	8 %
Brésil	7 %
Royaume-Uni	6 %
Argentine	6 %
Allemagne	5 %
Chine	4 %
Colombie	3 %
France	3 %
Pérou	2 %

Source : National Realtors Association

## Vue d'ensemble du profil des acheteurs canadiens d'immobilier

En 2013, selon la *National Realtors Association*, les achats immobiliers de Canadiens se chiffraient à 1,9 milliard de dollars. Les investissements canadiens dans le marché immobilier de la Floride dépendent de la valeur du dollar canadien, qui oscille autour de un dollar américain entre 2008 et 2014. Cet équilibre a permis une certaine stabilité des achats immobiliers canadiens (supérieurs à 30 % des achats internationaux) depuis 2010.

Le terme « retraités migrants » fait référence aux retraités ou aux semi-retraités qui vivent loin de leurs résidences dans le nord du continent, pendant de longues périodes chaque hiver et qui représentent une grande part du marché immobilier de la Floride. L'Association canadienne des retraités migrants estime à au moins 350 000, le nombre de Canadiens qui séjournent de trois à six mois en Floride par année, et à plus de 100 000, ceux qui y passent d'un à trois mois. Parmi ces résidents à temps partiel de la Floride, une « très grande majorité », probablement 8 Canadiens sur 10, possède une propriété en Floride, et ces chiffres sont en hausse.

On observe un vieillissement de la population au Canada, et selon Michael MacKenzie de l'Association canadienne des retraités migrants, le nombre de Canadiens âgés de 65 à 74 ans devrait augmenter de 76 % de 2014 à 2031 (TCAC de 3 %). Par conséquent, le nombre de retraités migrants séjournant en Floride « continuera à augmenter de façon constante chaque année », précise M. MacKenzie.

Les effets de la population grandissante de retraités migrants canadiens en Floride se reflètent dans le marché immobilier. Les retraités migrants sont majoritairement retraités, âgés de 60 ans et plus, reçoivent un salaire fixe et au moment de prendre une décision, se fient sur les taxes foncières, les frais de condominium, etc. Par conséquent, de plus en plus de Canadiens résidant en Floride déménagent dans des communautés de retraités situées dans les secteurs les moins dispendieux de l'État. Les investissements canadiens en matière d'immobilier constituent une importante contribution à l'économie de ces secteurs, par le truchement des taxes foncières, du prix des propriétés marqué par une inflation rapide et de la consommation locale des résidents à temps partiel.

En l'absence de données sur la valeur totale du portefeuille immobilier des Canadiens, on estime celui-ci au moyen de la valeur médiane des propriétés achetées par les Canadiens (195 174 \$ en 2013). Considérant que plus de 500 000 Canadiens possèdent des propriétés résidentielles en Floride, en couple pour la plupart, on peut déduire que la valeur totale des propriétés résidentielles des Canadiens en Floride s'élève approximativement à 50 milliards de dollars.

Un portefeuille immobilier de cette envergure constitue une part importante de l'assiette fiscale de l'État. En 2014, les ménages de la Floride ont versé en moyenne 1 773 \$ en taxes foncières. La valeur des propriétés achetées par des Canadiens est de 35 % plus élevée que la valeur médiane des immeubles de l'État, ce qui porte à 2 371 \$ les taxes foncières défrayées par les Canadiens annuellement. Par conséquent, les propriétaires fonciers canadiens en Floride paient environ 590 millions de dollars en taxes foncières chaque année.

Figure 8 : ACHATS DE PROPRIÉTÉS RÉSIDENTIELLES PAR DES CANADIENS EN FLORIDE, PAR RÉGION, % de ventes immobilières résidentielles réalisées auprès d'acheteurs canadiens, 2013

RÉGION	% d'achats de propriétés résidentielles par des Canadiens en 2013
Naples - Marco Island	13 %
Cape Coral – Fort Myers	12 %
Orlando – Kissimmee	12 %
Bradenton - Sarasota	10 %
Fort Lauderdale	8 %
Tampa – Saint Petersburg – Clearwater	8 %
Palm Beach	6 %
Miami – Miami Beach	5 %
Delton – Daytona Beach – Ormond	2 %
Jacksonville – Saint Augustine	2 %
Port Saint Lucie	2 %
Sebastian – Vero Beach	2 %
Fort Walton Beach – Crestview – Destin	2 %
Autres	16 %

Source : National Realtors Association

## Visiteurs et retraités migrants

Les touristes canadiens forment la plus grande part du marché touristique international de la Floride – plus d'un tiers des visiteurs étrangers sont Canadiens, et près de 40 % des dépenses des visiteurs sont effectuées par ceux-ci. Grâce à la force du dollar canadien et au marché immobilier abordable de la Floride, les touristes et les retraités migrants canadiens s'envolent pour l'État du soleil, en nombre sans précédent. En 2013, la Floride a accueilli quatre millions de visiteurs canadiens, et cet achalandage augmente de 4 % chaque année depuis 2009. En 2012, les Canadiens sont demeurés en moyenne 71,4 millions de nuits dans l'État, ce qui représente une hausse de 50 % depuis 2009. Parallèlement, les dépenses des touristes canadiens sont passées à 4,7 milliards de dollars en 2013, soit une augmentation de 74 % comparativement aux cinq dernières années.

Les Canadiens séjournent plus longtemps en Floride que dans presque tous les autres États américains, grâce, en partie, à ces retraités migrants canadiens. Comme en Arizona, une autre destination prisée des retraités migrants, les Canadiens séjournent environ 20,1 jours par visite en Floride (par rapport à un séjour de cinq jours, pour les visiteurs américains).

Selon Statistique Canada et les données relatives aux passagers aériens, la ville d'Orlando figure en tête de liste des destinations les plus fréquentées par les Canadiens. Les parcs thématiques d'Orlando attirent des touristes dont le séjour est de courte durée, particulièrement les familles, mais ce qui est sans doute plus important encore est le fait qu'Orlando soit le principal aéroport desservant les communautés de retraités du centre de la Floride, où se concentrent les retraités migrants. En outre, même si Miami arrive en première place des villes visitées par les touristes latino-américains et européens, on observe que les touristes canadiens fréquentent habituellement des villes où habitent d'importantes populations canadiennes, comme Fort Lauderdale, Tampa, Fort Myers et Sarasota.

Les Canadiens se rendent en Floride surtout pendant les fêtes, tendance demeurée stable au cours des dernières années. En 2011, 91 % des Canadiens sont venus en Floride pour le loisir, pour passer leurs vacances ou pour rendre visite à des amis ou à des parents. Seulement 6 % des visiteurs canadiens ont séjourné en Floride pour des raisons professionnelles. 2 % ont mentionné « d'autres motifs », comme les études ou les traitements médicaux.

Figure 9 : VISITEURS CANADIENS EN FLORIDE, en millions de visiteurs, 2008-2013

Année	VISITEURS CANADIENS EN FLORIDE, en millions de visiteurs
2008	2,9
2009	2,6
2010	3,1
2011	3,3
2012	3,6
2013	3,7

Source : Visit Florida

Figure 10 : DÉPENSES DES TOURISTES CANADIENS EN FLORIDE, en millions de US \$, 2003-2013

Année	Dépenses totales par touriste canadien	Dépenses moyennes par visite-personne
2003	1 403 \$	840 \$
2004	1 597 \$	836 \$
2005	1 924 \$	944 \$
2006	2 372 \$	1 131 \$
2007	2 812 \$	1 133 \$
2008	3 100 \$	1 080 \$
2009	2 700 \$	1 000 \$
2010	3 381 \$	1 091 \$
2011	3 832 \$	1 161 \$
2012	4 192 \$	1 198 \$
2013	4 695 \$	1 246 \$

Source : Statistique Canada

Figure 11 : VISITEURS CANADIENS EN FLORIDE PAR PROVINCE D'ORIGINE, % des visiteurs en 2011

Province/Territoire	% des visiteurs en 2011
Ontario	57 %
Québec	25 %
Alberta	4 %
Colombie-Britannique	3 %
Nouvelle-Écosse	2 %
Nouveau-Brunswick	2 %
Terre-Neuve	2 %
Manitoba	2 %
Saskatchewan	1 %
Île-du-Prince-Édouard	0 %
Yukon + Territoires du Nord-Ouest	0 %

Source : ITA, Office of Travel and Tourism Industries

Les Canadiens séjournant en Floride pour le loisir participent à un large éventail d'activités, la première étant le magasinage. Depuis la remontée du dollar canadien en 2010, le pourcentage de Canadiens qui dépensent chez des détaillants floridiens tourne autour de 85 %. Les attraits touristiques, les visites d'amis et de la famille occupaient respectivement les deuxième et troisième places des activités les plus populaires, tandis que les activités récréatives extérieures arrivaient en quatrième position en 2011. En fait, pendant leur séjour, 35 % des Canadiens ont visité un parc thématique, 21 % les zoos et aquariums de Floride. Les golfs, les bars et/ou boîtes de nuit, les sites historiques et les parcs nationaux sont aussi appréciés des voyageurs, attirant environ 20 % des touristes canadiens en Floride. Les Canadiens qui passent leurs vacances en Floride se divisent en deux catégories : 1) ceux qui y séjournent une semaine ou deux,

Figure 12 : TYPE D'HÉBERGEMENT PAR VISITEUR CANADIEN EN FLORIDE, en milliers de visiteurs, 2011

Hébergement	Visiteurs en 2011
Hôtel/Motel uniquement	1,191
Autres	1,245
Amis ou parents	530
Non déclaré	228
Camping	94
Chalet/Maisonnette	32

Source : ITA, Office of Travel & Tourism Industries

Figure 13 : DESTINATIONS AÉRIENNES FINALES, % de passagers canadiens à l'arrivée, 2012

Destination aérienne finale	% de passagers canadiens à l'arrivée en 2012
Orlando	29 %
Fort Lauderdale	26 %
Miami	17 %
Tampa/Saint Petersburg	12 %
Fort Myers	7 %
Pensacola	3 %
West Palm Beach	3 %
Sarasota-Bradenton	1 %
Jacksonville	1 %
Fort Walton Beach	0,02%

Source : Statistique Canada

## COUP d'OËIL sur l'Association canadienne des retraités migrants

L'Association canadienne des retraités migrants est une entité sans but lucratif dont la mission est de porter conseil aux Canadiens séjournant à l'étranger. Fondée en 1992, l'Association regroupe actuellement 70 000 membres et fait pression auprès des gouvernements américain et canadien pour assouplir la législation liée à la durée permise du séjour à l'étranger, les taxes foncières et les soins de santé. L'Association organise chaque année la *Snowbird Extravaganza*, une foire sur le mode de vie des retraités migrants, à Lakeland. Cette foire attire quelque 35 000 Canadiens et fait la promotion d'entreprises locales répondant aux besoins du créneau de marché qu'ils représentent.

Le directeur général de l'Association, Michael MacKenzie, estime que le sujet chaud est la durée de séjour permise pour les Canadiens voyageant aux États-Unis. À l'heure actuelle, la loi prévoit une période maximale de six mois. En 2013, le sénateur new-yorkais Charles Schumer a présenté un projet de loi portant sur la création d'un « visa de retraité », qui permettrait de prolonger cette période de six à huit mois. Le projet de loi a été approuvé par le Sénat et pourrait être soumis pour examen à la Chambre des représentants.

Le projet de loi prévoit la création d'un visa de retraité, lequel pourrait être délivré aux Canadiens âgés de 55 ans et plus. Toutefois, ses titulaires ne pourraient travailler aux États-Unis, ni bénéficier de prestations gouvernementales. Ce faisant, l'économie de la Floride bénéficierait des dépenses additionnelles effectuées par les retraités migrants canadiens. Le directeur général a affirmé que presque tous les retraités migrants en Floride tireraient avantage de cette prolongation de séjour, comme la plupart d'entre eux quittent la Floride bien avant la date qui leur conviendrait, se devant d'écourter leur séjour pour respecter la loi.

À la lumière des données de 2013 sur les dépenses moyennes des visiteurs canadiens (1 246 \$) réalisées durant un séjour moyen de 20 jours, on calcule que les Canadiens dépensent environ 62 \$ par jour en Floride, en plus des frais hypothécaires et des taxes foncières. Si le projet de loi visant l'instauration d'un visa de retraité devait être adopté, les 350 000 retraités migrants à long terme pourraient séjourner 60 jours de plus en Floride par année, prolongation se traduisant par un gain additionnel de 1,3 milliard de dollars injectés dans l'économie de la Floride par les Canadiens.

Figure 14 : BUTS DU VOYAGE, en milliers de visites-personnes par but, 2011

But du voyage	Visiteurs en 2011
Vacances et loisirs	2,723
Visites d'amis et de parents	312
Affaires/Congrès	209
Autre	66

Source : ITA Office of Travel and Tourism Industries

la plupart du temps dans des hôtels, et 2) les retraités migrants qui passent une partie ou la totalité de l'hiver en Floride. Les retraités migrants dont le séjour est de courte durée louent une chambre d'hôtel ou un autre type de propriété, mais la plupart d'entre eux sont propriétaires d'une maison ou d'un condo, ou voyagent en véhicule récréatif. En raison de l'importante population de retraités migrants, la propriété ou la location d'une résidence secondaire constitue la première catégorie de logement des visiteurs canadiens en Floride (voir « Buts de voyage », figure 15).

### Retraités migrants « Snowbirds »

Les retraités migrants privilégient la Floride comme destination de retraite depuis les années 1970, époque où les prix des billets d'avion sont devenus abordables pour la classe moyenne. À l'heure actuelle, les Canadiens plus âgés voyagent en nombre record aux États-Unis. Le *Conference Board du Canada* prévoit que d'ici 2017, pour la première fois de l'histoire, les aînés voyageront davantage à l'étranger que les enfants<sup>12</sup>. Selon les prévisions, dès 2017, le nombre d'aînés à l'étranger augmentera de 2 % par année, comparativement à 0,3 % chez les enfants.

Figure 16 : Voyageurs canadiens à l'étranger par âge, en milliers de voyageurs, 2011-2022

Année	14 ans et moins	65 ans et plus
2011	5 800	5 500
2012	5 900	5 800
2013	5 950	5 850
2014	5 975	5 900
2015	5 990	5 950
2016	6 000	5 990
2017	6 000	6 100
2018	6 005	6 200
2019	6 005	6 300
2020	6 007	6 500
2021	6 007	6 800
2022	6 008	7 100

Source : Conference Board of Canada

Figure 15 : PRINCIPALES ACTIVITÉS DES TOURISTES CANADIENS, % de visiteurs, 2011

Activité	Pourcentage
Magasinage	85 %
Visites touristiques	54 %
Visites d'amis/de parents	46 %
Activités de plein air/sports	44 %
Parcs thématiques	35 %
Bars ou clubs de nuit	25 %
Visite d'un jardin zoologique ou botanique, ou d'un aquarium	21 %
Golf	20 %
Visite d'un parc national	18 %
Visite d'un site historique	18 %

Source : ITA, Office of Travel & Tourism Industries

### COUP d'OEIL sur le CanadaFest

Le CanadaFest est un festival qui se tient chaque année durant la dernière fin de semaine de janvier à Hollywood, en Floride. Cet événement s'adresse à la population de retraités migrants du comté de Broward et célèbre la culture franco-canadienne avec des prestations musicales, des numéros d'artistes, de la nourriture, des boissons et des kiosques.

À l'origine, le festival a été fondé par le journal francophone *Le Soleil de la Floride* dans les années 1980, dans le but de remercier les Franco-Canadiens en Floride pour leur soutien financier année après année. L'incidence économique du CanadaFest à Hollywood est non négligeable : au cours des deux premières journées du festival, les restaurants du quartier, les bars, les boutiques de vêtements et les hôtels bénéficient directement de la présence de 150 000 participants qui affluent à Hollywood pour assister à l'évènement. De plus, le festival est l'occasion pour ses nombreux commanditaires de faire la promotion de leurs services et de recruter de nouveaux clients.

Le CanadaFest fournit des kiosques à 70 exposants, qui déboursent de 50 \$ à 5 000 \$ pour y présenter leurs services. Ces commanditaires sont des fournisseurs de services axés sur la population franco-canadienne en Floride, à caractère unique parce qu'elle est constituée de 1) retraités migrants, qui ont besoin de conseils en matière de finances, de voyage, d'hébergement et de transport pendant leur séjour aux États-Unis et de 2) retraités nécessitant des soins de santé spécifiques et appréciant des prestations personnalisées. Par conséquent, les commanditaires sont habituellement des banques, des agents immobiliers, des agences de location de voitures, des entreprises de rénovation et des courtiers d'assurances de voyage. En Floride, le CanadaFest est probablement l'évènement qui réunit le plus grand nombre de Canadiens en un même lieu, ce qui donne aux marchands locaux l'occasion de percer dans cette niche de marché. En 2014, les commanditaires retenus comptaient dans leurs rangs : la Banque Desjardins, le casino Seminole, Century 21 et l'hôpital Memorial Hospital Pembroke.

Sans conteste, les retraités migrants apportent une contribution économique considérable à leur terre d'adoption. Ils dépensent chez les détaillants locaux, les restaurants, les agences de voyages, les concessionnaires automobiles, les agences de location, les fournisseurs de soins de santé et investissent

<sup>12</sup> Redekop, David, 2013, « Outlook for Leisure Travel », Association de recherche sur les voyages et le tourisme, Conference Board du Canada. [http://travel.trade.gov/outreachpages/download\\_data\\_table/Outlook\\_for\\_Canada\\_Outbound\\_Leisure\\_Travel\\_October2013.pdf/](http://travel.trade.gov/outreachpages/download_data_table/Outlook_for_Canada_Outbound_Leisure_Travel_October2013.pdf/).



entre autres dans le marché de l'immobilier. Par conséquent, l'argent injecté par ceux-ci dans l'économie porte sur un plus large éventail que les dépenses des visiteurs de courte durée, qui concentrent leurs achats dans les hôtels, les restaurants, les centres commerciaux et les loisirs. Leur présence a également une incidence sur l'emploi dans la région, comme les milliards de dollars sortis de leurs poches revitalisent les entreprises locales et assurent une création d'emplois continue. Comme l'explique le directeur de CanadaFest [traduction] « sans les retraités migrants, des centaines d'entreprises de la Floride feraient faillite ».

## **Conclusion**

Cinq années se sont écoulées depuis la récession et la relation canado-floridienne bat son plein. En 2010, les échanges commerciaux entre le Canada et la Floride ont enregistré une hausse de 22 %, les touristes canadiens sont retournés en Floride en grand nombre et en 2011, les Canadiens réalisaient 10 % de l'ensemble des achats immobiliers de l'État. Trois ans plus tard, en 2014, le Canada demeure le plus important partenaire économique de la Floride.

Les Canadiens sont fidèles compte tenu de la rigueur des hivers dans les provinces de l'est du Canada, il n'est donc pas surprenant que les Ontariens et les Québécois s'envolent pour la Floride pendant la saison froide. Ceux-ci ont injecté près de 4,5 milliards de dollars dans l'industrie touristique de la Floride en 2013, plus que tout autre pays, et de loin. Ils ont également dépensé près de 2 milliards de dollars dans le secteur immobilier. Cette tendance devrait progresser parallèlement au vieillissement de la population canadienne, les retraités migrants occupant une tranche plus importante de la population. Comme 70 % des retraités migrants canadiens choisissent la Floride comme destination hivernale, l'État bénéficiera de l'afflux de dollars canadiens pendant bien des années encore.

Contrairement aux autres relations bilatérales de la Floride, les liens commerciaux unissant le Canada et la Floride sont marqués par l'intégration : il s'agit d'une collaboration. Les échanges commerciaux Canada-Floride ont augmenté de 15 % de 2010 à 2013 et le Canada était le principal marché d'exportation de la Floride en 2013. Les échanges commerciaux bilatéraux sont également diversifiés. Cela va de l'énergie et des combustibles fossiles, aux fertilisants, en passant par les produits agricoles, pharmaceutiques, électroniques et l'équipement technologique de pointe. Ces échanges favorisent une intégration commerciale approfondie, de même que la spécialisation, partageant ainsi les bénéfices des accords économiques entre les divers secteurs financiers.

Les Canadiens apportent des solutions. Les entreprises canadiennes engagent près de 30 000 Floridiens et ont investi plus de 3 milliards de dollars dans l'État. Les banques, les entreprises d'ingénierie et de construction, les fournisseurs de logistique et les fabricants sont attirés par les occasions d'affaires en Floride, entre autres dans les secteurs dynamiques de la finance, de la haute technologie, de l'aérospatiale et de la pharmaceutique. L'accès efficace et à moindre coût aux marchés de l'Amérique latine les attirent aussi. Les ressemblances culturelles et linguistiques facilitent les activités commerciales des Canadiens en Floride, et le faible coût opérationnel de l'État en fait un choix encore plus judicieux.

Notre partenariat est innovateur et nous visons les marchés internationaux. Au cours des années à venir, les entreprises canadiennes prévoient travailler davantage à pallier à la hausse du niveau de la mer et à la gestion de l'eau au moyen de technologies vertes, à fournir des solutions de TI (Technologies de l'information) en Floride et à produire des technologies de pointe dans le domaine des sciences de la vie, comme la robotique médicale de précision et la recherche de niveau mondial. Les entreprises canadiennes chevronnées dans les partenariats public-privé travaillent au partage de leur expertise pour mettre sur pied des projets en Floride.

À la lumière des données relatives au commerce, aux investissements, à l'immobilier et au tourisme, le Canada surpasse tous les autres partenaires internationaux de la Floride en termes de retombées

économiques. Même si le Brésil, le Venezuela, le Royaume-Uni et l'Allemagne contribuent tous de façon importante à l'économie de l'État, aucun d'entre eux n'égale l'incidence économique considérable du Canada, notamment grâce aux biens immobiliers des Canadiens en Floride s'élevant à plus de 50 milliards de dollars et aux taxes foncières connexes qui dépassent les 500 millions de dollars par année. Enfin, le rôle du Canada en Floride devrait demeurer stable et important, grâce à son degré d'intégration, autant sur le plan professionnel que personnel, entre Canadiens et Floridiens.

## Annexes

Tableau 10: IMPORTANTES COMPAGNIES CANADIENNES PRÉSENTES EN FLORIDE

Nom de la compagnie	Secteur	Site internet
DCM Aeronautique	Aérospatiale (Pièces d'avion)	<a href="http://www.dcmaeronautique.com/fr/">http://www.dcmaeronautique.com/fr/</a>
CAE	Aérospatiale (simulateurs de vol)	<a href="http://www.cae.com/?LangType=1036">http://www.cae.com/?LangType=1036</a>
Air Canada	Compagnie aérienne	<a href="http://www.aircanada.com/">http://www.aircanada.com/</a>
Ritchie Bros. Auctioneers	Automobile (enchères)	<a href="https://www.rbauktion.qc.ca">https://www.rbauktion.qc.ca</a>
The Boyd Group,	Automobile (réparation et entretien de moteurs automobile)	<a href="http://www.boydgroup.com/Home.asp">http://www.boydgroup.com/Home.asp</a>
TCG International	Automobile (vente en gros de véhicules à moteur)	<a href="http://www.tcgi.com/">http://www.tcgi.com/</a>
UNI-Select	Automobile (vente en gros de véhicules à moteur)	<a href="http://www.uniselect.com/fr/">http://www.uniselect.com/fr/</a>
MDC Partners	Services d'affaires (services de publicité)	<a href="http://www.mdc-partners.com/">http://www.mdc-partners.com/</a>
Stantec	Services d'affaires (conseillers en architecture)	<a href="http://www.stantec.com/content/stantec/fr.html">http://www.stantec.com/content/stantec/fr.html</a>
The Jim Pattison Group	Services d'affaires (automobile, média, emballage d'aliment)	<a href="http://jimpattison.com/">http://jimpattison.com/</a>
BFI Canada	Services d'affaires (conseillers en environnement)	<a href="http://local.bficanada.com/fr">http://local.bficanada.com/fr</a>
Golder Associates	Services d'affaires (conseillers en environnement)	<a href="http://www.golder.ca/fr/">http://www.golder.ca/fr/</a>
Marketwire Canada	Services d'affaires (services d'information)	<a href="http://www.marketwired.com/?lang=fr-ca">http://www.marketwired.com/?lang=fr-ca</a>
Livingston International	Services d'affaires (conseillers en gestion)	<a href="http://www.livingstonintl.com/fr/">http://www.livingstonintl.com/fr/</a>
Priority Management Systems	Services d'affaires (conseillers en gestion)	<a href="http://www.prioritymanagement.com/">http://www.prioritymanagement.com/</a>
MPIQC	Services d'affaires (conception de produits et solutions électroniques de fabrication)	<a href="http://www.mpiqc.com/?lang=fr">http://www.mpiqc.com/?lang=fr</a>
Sonitec-Vortisand	Services d'aide aux affaires (services d'adoucissement de l'eau)	<a href="http://www.sonitec.com/fr/accueil.html">http://www.sonitec.com/fr/accueil.html</a>
Agrium	Produits chimiques (fertilisants)	<a href="http://www.agrium.com/">http://www.agrium.com/</a>
Potash Corporation of Saskatchewan	Produits chimiques (fertilisants)	<a href="http://www.potashcorp.com/">http://www.potashcorp.com/</a>
Chemtrade Logistics	Produits chimiques (manufacturier)	<a href="http://www.chemtradelogistics.com/main/">http://www.chemtradelogistics.com/main/</a>
Mitel Networks Corporation	Manufacturier d'équipement de communication	<a href="http://mitel.ca/">http://mitel.ca/</a>
Redline Communications	Manufacturier d'équipement de communication	<a href="http://rdlcom.com/">http://rdlcom.com/</a>
Softchoice Corporation	Vendeurs en gros d'ordinateurs, d'équipements de bureau et de logiciels	<a href="http://www.softchoice.com/">http://www.softchoice.com/</a>
PCL Constructors	Construction (édifices, civil)	<a href="http://www.pcl.com/Pages/default.aspx">http://www.pcl.com/Pages/default.aspx</a>
Acuren Group	Construction (inspection)	<a href="http://www.acuren.com/">http://www.acuren.com/</a>
Coreslab Structures	Vendeur en gros de matériaux de construction et de quincaillerie	<a href="http://www.coreslab.com/">http://www.coreslab.com/</a>
Olympia Tile International	Vendeur en gros de matériaux de construction et de quincaillerie	<a href="http://www.olympiatile.com/french/">http://www.olympiatile.com/french/</a>
Jefo	Agriculture et production animale	<a href="http://jefo.com/ca/fr">http://jefo.com/ca/fr</a>
Village Farms International	Agriculture et production animale	<a href="http://www.villagefarms.com/default.aspx">http://www.villagefarms.com/default.aspx</a>
Shred-It International	Services de déchiquetage de documents	<a href="http://www.shredit.com/fr-ca/accueil">http://www.shredit.com/fr-ca/accueil</a>
Future Électronique	Vente en gros d'appareils électroniques	<a href="http://www.futureelectronics.com/fr/Pages/indexT.aspx?">http://www.futureelectronics.com/fr/Pages/indexT.aspx?</a>

Nom de la compagnie	Secteur	Site internet
		<a href="#">OL=CA&amp;Language=fr-CA</a>
Bombardier	Services d'ingénierie (aérospatiale)	<a href="http://www.bombardier.com/fr/accueil.html">http://www.bombardier.com/fr/accueil.html</a>
Norr	Services d'ingénierie (édifices)	<a href="http://www.norr.com/">http://www.norr.com/</a>
Delcan Corporation	Services d'ingénierie (édifices, environnement)	<a href="http://delcan.com/">http://delcan.com/</a>
IBI Group	Services d'ingénierie (édifices, environnement)	<a href="http://www.ibigroup.com/fr/">http://www.ibigroup.com/fr/</a>
S.M. International (Le Groupe)	Services d'ingénierie (conseils)	<a href="http://www.groupe-sm.com/index.php?module=CMS&amp;func=view&amp;newlang=fra">http://www.groupe-sm.com/index.php?module=CMS&amp;func=view&amp;newlang=fra</a>
ADF Group	Services d'ingénierie (infrastructure)	<a href="http://www.adfgroup.com/?lang=fr">http://www.adfgroup.com/?lang=fr</a>
SNC-Lavalin Group	Services d'ingénierie (infrastructure)	<a href="http://www.snclavalin.com/index.php?lang=fr">http://www.snclavalin.com/index.php?lang=fr</a>
Cirque du Soleil	Services de divertissement	<a href="http://www.cirquedusoleil.com/fr/home/shows.aspx">http://www.cirquedusoleil.com/fr/home/shows.aspx</a>
Bank of Montreal	Services financiers (banque)	<a href="http://www.bmo.com/accueil">http://www.bmo.com/accueil</a>
National Bank Financial Group (National Bank of Canada)	Services financiers (banque)	<a href="http://www.bnc.ca/fr/particuliers.html">http://www.bnc.ca/fr/particuliers.html</a>
TD Bank Financial Group (TDBFG)	Services financiers (banque)	<a href="http://www.td.com/francais/a-propos-du-gfbtd/nos-entreprises/index.jsp">http://www.td.com/francais/a-propos-du-gfbtd/nos-entreprises/index.jsp</a>
The Bank of Nova Scotia	Services financiers (banque)	<a href="http://www.scotiabank.com/gls/fr/#about">http://www.scotiabank.com/gls/fr/#about</a>
Cambridge Mercantile Group	Services financiers (paiements internationaux)	<a href="http://www.cambridgefx.com/default.aspx">http://www.cambridgefx.com/default.aspx</a>
Fairfax Financial Holdings	Services financiers (assurances)	<a href="http://www.fairfax.ca/Languages/French-Section/default.aspx">http://www.fairfax.ca/Languages/French-Section/default.aspx</a>
Great-West Life & Annuity	Services financiers (assurances)	<a href="http://www.lagreatwest.com/001/Accueil/index.htm">http://www.lagreatwest.com/001/Accueil/index.htm</a>
Ian Martin	Services financiers (assurances)	<a href="http://www.ianmartin.com/">http://www.ianmartin.com/</a>
Independent Order Foresters	Services financiers (assurances)	<a href="http://www.foresters.com/ca-fr/Pages/default.aspx">http://www.foresters.com/ca-fr/Pages/default.aspx</a>
Kingsway Financial Services	Services financiers (assurances)	<a href="http://www.kingsway-financial.com/">http://www.kingsway-financial.com/</a>
Manulife Financial Corporation	Services financiers (assurances)	<a href="https://www.manulife.ca/">https://www.manulife.ca/</a>
Sun Life (Financière)	Services financiers (assurances)	<a href="http://www.sunlife.com/Global?vgnLocale=fr_CA">http://www.sunlife.com/Global?vgnLocale=fr_CA</a>
Onex Corporation	Services financiers (services d'investissements)	<a href="http://www.onex.com/Home.aspx">http://www.onex.com/Home.aspx</a>
RBC Financial Group	Services financiers (services d'investissements)	<a href="http://www.rbcbanqueroyle.com/personal.html">http://www.rbcbanqueroyle.com/personal.html</a>
Alta Genetics	Transformation alimentaire (boeuf)	<a href="http://web.altagenetics.com/us">http://web.altagenetics.com/us</a>
The Oppenheimer Group	Transformation alimentaire (fruits et légumes)	<a href="https://oppy.com/">https://oppy.com/</a>
Teknion Corporation	Manufacturier de meubles	<a href="http://www.teknion.ca/default_FR.asp">http://www.teknion.ca/default_FR.asp</a>
Alimentation Couche-Tard	Supermarchés	<a href="http://corpo.couche-tard.com/">http://corpo.couche-tard.com/</a>
Global Upholstery	Vente en gros de fournitures pour le foyer	<a href="http://www.globaltotaloffice.com/">http://www.globaltotaloffice.com/</a>
Northcore Technologies	TI (programmation informatique)	
The Descartes Systems Group	TI (programmation informatique)	<a href="https://www.descartes.com/fr">https://www.descartes.com/fr</a>
CGI Group	TI (services de conception de système informatique)	<a href="http://www.cgi.com/fr">http://www.cgi.com/fr</a>
Vortex Solution	TI (services de conception de système informatique)	<a href="http://www.vortexsolution.com/accueil.html">http://www.vortexsolution.com/accueil.html</a>
Oceanwide	TI (services de logiciels)	<a href="http://www.oceanwide.com/fr">http://www.oceanwide.com/fr</a>
Presagis	TI (services de logiciels)	<a href="http://fr.presagis.com/">http://fr.presagis.com/</a>

Nom de la compagnie	Secteur	Site internet
Constellation Software Inc., (CSI)	TI (logiciels)	<a href="http://www.csisoftware.com">http://www.csisoftware.com</a>
Garda World Security Corporation	Services d'enquête et de sécurité	<a href="http://www.gardaglobal.com/fr/">http://www.gardaglobal.com/fr/</a>
NOVADAQ Technologies	Sciences de la vie (appareils médicaux)	<a href="http://novadaq.com/">http://novadaq.com/</a>
Atrium Innovations	Sciences de la vie (produits pharmaceutiques)	<a href="http://www.atrium-innovations.com/">http://www.atrium-innovations.com/</a>
Cangene Corporation	Sciences de la vie (produits pharmaceutiques)	<a href="http://www.emergentbiosolutions.com/">http://www.emergentbiosolutions.com/</a>
H2O Innovation	Manufacturier de machinerie et d'équipement	<a href="http://www.h2oinnovation.com/splash.aspx#.U_y8t5JxSS_o">http://www.h2oinnovation.com/splash.aspx#.U_y8t5JxSS_o</a>
Canam Group	Manufacturier de produits métalliques	<a href="http://www.groupecanam.com/">http://www.groupecanam.com/</a>
Urecon	Manufacturier de produits métalliques	<a href="http://français.urecon.com/main/home.html">http://français.urecon.com/main/home.html</a>
Samuel, Son & CO. Limites (SSCL)	Vente en gros de métaux et minéraux	<a href="http://www.samuel.com/fr/Pages/default.aspx">http://www.samuel.com/fr/Pages/default.aspx</a>
Measurments International	Manufacturier de produits minéraux non métalliques	<a href="http://www.mintl.com/">http://www.mintl.com/</a>
Opta Minerals	Manufacturier produits minéraux non métalliques	<a href="http://www.optaminerals.com/index-FR.html">http://www.optaminerals.com/index-FR.html</a>
Domtar	Manufacturier de produits en papier	<a href="http://www.domtar.com/fr/index.asp">http://www.domtar.com/fr/index.asp</a>
Impark (Imperial Parking Corporation)	Services de stationnement	<a href="http://www2.impark.com">http://www2.impark.com</a>
Montel	Vente en gros d'équipement professionnel et commercial	<a href="http://www.montel.com/fr/">http://www.montel.com/fr/</a>
Avison Young	Immobilier	<a href="http://www.avisonyoung.com/fr">http://www.avisonyoung.com/fr</a>
Firstservice Corporation	Immobilier	<a href="http://www.firstservice.ca/">http://www.firstservice.ca/</a>
Algoma Central Corporation	Services de livraison/expédition (transport maritime)	<a href="http://www.algonet.com/">http://www.algonet.com/</a>
Versacold Logistics Services	Entreposage et rangement	<a href="http://www.versacold.com/">http://www.versacold.com/</a>
World Point Terminals	Services d'entreposage	<a href="http://www.worldpointlp.com/">http://www.worldpointlp.com/</a>
Circa Enterprise	Télécommunications	<a href="http://www.circaent.com/company/">http://www.circaent.com/company/</a>
Convergia Networks	Télécommunications	<a href="http://www.convergia.ca/fr/">http://www.convergia.ca/fr/</a>
Prevost Car	Services de transport (transport en commun et transport souterrain de passagers)	<a href="http://www.prevostcar.com/landing-fr.html">http://www.prevostcar.com/landing-fr.html</a>
Bellville Roadair International (BRI)	Services de transport (routes)	<a href="http://www.bellvillerodair.com/road-freight">http://www.bellvillerodair.com/road-freight</a>
Traffic Tech	Services de transport (camionnage)	<a href="http://traffTtech.com/fr/home">http://traffTtech.com/fr/home</a>

Tableau 11: FOURNISSEURS DE SERVICES CANADIENS AYANT UNE PRÉSENCE EN FLORIDE

Nom de la compagnie	Secteur	Site internet
Air Canada	Compagnie aérienne	<a href="http://www.aircanada.com/fr/home.html">http://www.aircanada.com/fr/home.html</a>
MDC Partners	Agence de publicité	<a href="http://www.mdc-partners.com/">http://www.mdc-partners.com/</a>
BFI Canada	Conseillers en environnement	<a href="http://local.bficanada.com/fr">http://local.bficanada.com/fr</a>
Golder Associates	Conseillers en environnement	<a href="http://www.golder.ca/en/">http://www.golder.ca/en/</a> or <a href="http://www.golder.ca/fr/">http://www.golder.ca/fr/</a>
Marketwire Canada	Services d'information	<a href="http://www.marketwired.com/?lang=fr-ca">http://www.marketwired.com/?lang=fr-ca</a>
CSI Consulting	Conseillers légaux	<a href="http://www.csican.com/">http://www.csican.com/</a>
Leger Marketing	Conseillers en gestion	<a href="http://www.leger360.com/canada_fr/home.asp">http://www.leger360.com/canada_fr/home.asp</a>
Livingston International	Conseillers en gestion	<a href="http://www.livingstonintl.com/fr/">http://www.livingstonintl.com/fr/</a>
Priority Management Systems	Conseillers en gestion et management	<a href="http://www.prioritymanagement.com/">http://www.prioritymanagement.com/</a>
Sonitec-Vortisand	Services d'adoucissement de l'eau	<a href="http://www.sonitec.com/fr/accueil.html">http://www.sonitec.com/fr/accueil.html</a>
Shred-It International	Services de déchiquetage de documents	<a href="http://www.shredit.com/fr-ca/accueil">http://www.shredit.com/fr-ca/accueil</a>
PCL Constructors	Construction	<a href="http://www.pcl.com/Pages/default.aspx">http://www.pcl.com/Pages/default.aspx</a>
Acuren Group	Services d'inspection de bâtiments	<a href="http://www.acuren.com/">http://www.acuren.com/</a>
Bombardier	Ingénieurs	<a href="http://www.bombardier.com/fr/accueil.html">http://www.bombardier.com/fr/accueil.html</a>
Stantec	Ingénieurs	<a href="http://www.stantec.com/content/stantec/fr.html">http://www.stantec.com/content/stantec/fr.html</a>
Norr	Ingénieurs	<a href="http://www.norr.com/">http://www.norr.com/</a>
Declan Corporation	Ingénieurs	<a href="http://delcan.com/">http://delcan.com/</a>
IBI Group	Ingénieurs	<a href="http://www.ibigroup.com/fr/">http://www.ibigroup.com/fr/</a>
S.M. International	Ingénieurs	<a href="http://www.groupe-sm.com/index.php?module=CMS&amp;func=view&amp;newlang=fra">http://www.groupe-sm.com/index.php?module=CMS&amp;func=view&amp;newlang=fra</a>
ADF Group	Ingénieurs	<a href="http://www.adfgroup.com/?lang=fr">http://www.adfgroup.com/?lang=fr</a>
SNC-Lavalin Group	Ingénieurs	<a href="http://www.snclavalin.com/index.php?lang=fr">http://www.snclavalin.com/index.php?lang=fr</a>
Hatch	Ingénieurs	<a href="http://www.hatchltee.com/">http://www.hatchltee.com/</a>
Cirque du Soleil	Divertissement	<a href="http://www.cirquedusoleil.com/fr/home/shows.aspx">http://www.cirquedusoleil.com/fr/home/shows.aspx</a>
Versent Corporation	Divertissement	<a href="http://www.versent.com/fr/index.cfm">http://www.versent.com/fr/index.cfm</a>
National Bank of Canada	Services financiers	<a href="http://www.bnc.ca/fr/particuliers.html">http://www.bnc.ca/fr/particuliers.html</a>
Bank of Nova Scotia	Services financiers	<a href="http://www.scotiabank.com/gls/fr/#about">http://www.scotiabank.com/gls/fr/#about</a>
RBC Financial Group	Services financiers	<a href="http://www.rbcbanqueroyle.com/personal.html">http://www.rbcbanqueroyle.com/personal.html</a>
Desjardins Bank	Services financiers	<a href="http://www.desjardinsbank.com/fr/index.html">http://www.desjardinsbank.com/fr/index.html</a>
Northcore Technologies	TI	
The Descartes Systems Group	TI	<a href="https://www.descartes.com/fr">https://www.descartes.com/fr</a>
CGI Group	TI	<a href="http://www.cgi.com/fr">http://www.cgi.com/fr</a>
Oceanwide	TI	<a href="http://www.oceanwide.com/fr">http://www.oceanwide.com/fr</a>
Apple Express	Services logistiques	<a href="http://www.appleexpress.com/fr/home/">http://www.appleexpress.com/fr/home/</a>
Bellville Roadair	Services logistiques	<a href="http://www.bellvillerodair.com/road-freight">http://www.bellvillerodair.com/road-freight</a>
Avison Young	Immobilier	<a href="http://www.avisonyoung.com/fr">http://www.avisonyoung.com/fr</a>
Traffic Tech	Transport	<a href="http://traffTtech.com/fr/home">http://traffTtech.com/fr/home</a>

Tableau 12: IMPORTANTES COMPAGNIES CANADIENNES DANS LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE TAMPA BAY

Nom de la compagnie	Site internet
Aldo US	<a href="http://www.aldoshoes.com/us">http://www.aldoshoes.com/us</a> FR- <a href="http://www.aldoshoes.com/ca-fre">http://www.aldoshoes.com/ca-fre</a>
Alpha Tile & Stone	<a href="http://www.alphatile.com/">http://www.alphatile.com/</a>
ANR Pipeline Company	<a href="https://www.anrpl.com/company_info/">https://www.anrpl.com/company_info/</a>
Aquilex SMS	
Arbon Capitol	
Blinds To GO (US)	<a href="http://www.blindstogo.com/en/">http://www.blindstogo.com/en/</a> FR- <a href="http://www.blindstogo.com/fr">http://www.blindstogo.com/fr</a>
Bombardier Transportation (Holdings) USA	<a href="http://www.bombardier.com/en/home.html">http://www.bombardier.com/en/home.html</a> FR- <a href="http://www.bombardier.com/fr/accueil.html">http://www.bombardier.com/fr/accueil.html</a>
CAE USA	<a href="http://www.cae.com/">http://www.cae.com/</a> FR- <a href="http://www.cae.com/?LangType=1036">http://www.cae.com/?LangType=1036</a>
Calpac	
Cardel Homes U.S. Limited Partnership	<a href="http://www.cardelhomes.com/">http://www.cardelhomes.com/</a>
Carolina First Bank	<a href="http://www.td.com/about-tdbfg/our-business/index.jsp">http://www.td.com/about-tdbfg/our-business/index.jsp</a> FR- <a href="http://www.td.com/francais/a-propos-du-gfbtd/nos-entreprises/index.jsp">http://www.td.com/francais/a-propos-du-gfbtd/nos-entreprises/index.jsp</a>
Certapro Painters	<a href="http://www.certapro.com/">http://www.certapro.com/</a>
CGI Technologies and Solutions	<a href="http://www.cgi.com/en">http://www.cgi.com/en</a> FR- <a href="http://www.cgi.com/fr">http://www.cgi.com/fr</a>
Chemtrade Logistics	<a href="http://www.chemtradelogistics.com/main/">http://www.chemtradelogistics.com/main/</a>
Circa Telecom USA	<a href="http://www.circaent.com/company/">http://www.circaent.com/company/</a>
Circle K Stores	<a href="http://www.circlek.com/">http://www.circlek.com/</a>
Coreslab Structures	<a href="http://www.coreslab.com/">http://www.coreslab.com/</a>
Cott Beverages	<a href="http://www.cott.com/">http://www.cott.com/</a> FR- <a href="http://www.cott.com/fr">http://www.cott.com/fr</a>
Crop Production Services	<a href="http://www.cpsagu.com/">http://www.cpsagu.com/</a>
Datex	<a href="http://www.datexcorp.com/">http://www.datexcorp.com/</a>
Delco Wire and Cable	
Federal Marine Terminals	
Finishmaster	<a href="http://www.finishmaster.com/">http://www.finishmaster.com/</a>
Future Electronics Corp	<a href="http://www.futureelectronics.com/WebsiteLanding.aspx">http://www.futureelectronics.com/WebsiteLanding.aspx</a> FR- <a href="http://www.futureelectronics.com/fr/Pages/indexT.aspx?OL=CA&amp;Language=fr-CA">http://www.futureelectronics.com/fr/Pages/indexT.aspx?OL=CA&amp;Language=fr-CA</a>
GA Paper International USA	<a href="http://www.gapaper.com/">http://www.gapaper.com/</a>
Geospatial Systems	<a href="http://www.geospatialcorporation.com/">http://www.geospatialcorporation.com/</a>
Golder Associates	<a href="http://www.golder.ca/en/">http://www.golder.ca/en/</a> FR- <a href="http://www.golder.ca/fr/">http://www.golder.ca/fr/</a>

Nom de la compagnie	Site internet
Hatch Associates Consultants	<a href="http://www.hatch.ca/">http://www.hatch.ca/</a> FR- <a href="http://www.hatchltee.com/">http://www.hatchltee.com/</a>
Hunters Green Country Club	<a href="http://www.clubcorp.com/Clubs/Hunter-s-Green-Country-Club">http://www.clubcorp.com/Clubs/Hunter-s-Green-Country-Club</a> Tampa <a href="http://www.huntersgreen.ca/">http://www.huntersgreen.ca/</a> Canada
IT Xchange	<a href="http://www.itxchange.com/">www.itxchange.com/</a>
Integrated Dealer Systems	<a href="http://www.ids-astra.com/">http://www.ids-astra.com/</a>
Intertape Plymer Group	
Inter-Tel	<a href="http://www.intertelinc.com/">http://www.intertelinc.com/</a>
J B Systems	<a href="http://www.jbii.com/">http://www.jbii.com/</a> <a href="http://www.jbsystemsusa.com/">http://www.jbsystemsusa.com/</a>
John Hancock Life Insurance Company	<a href="http://www.johnhancock.com/">http://www.johnhancock.com/</a>
Liberty Waste	<a href="http://www.libertywaste.com/">http://www.libertywaste.com/</a>
Luke Brothers	<a href="http://www.lukebrothers.com/">http://www.lukebrothers.com/</a>
Martin & Vleminckx Rides	<a href="http://www.martin-vleminckx.com/">http://www.martin-vleminckx.com/</a>
Masonite Corporation	<a href="http://www.masonite.com/">http://www.masonite.com/</a>
Mastronardi Produce	
Mayor's Jewelers	<a href="http://www.mayors.com/">http://www.mayors.com/</a>
Mendota Insurance Company	<a href="https://www.mendota-assurances.com/">https://www.mendota-assurances.com/</a>
Metastorm	
North Pinellas Anesthesia Associates, PA	
Northwood Anesthesia Associates	
Olympia Tile	<a href="http://www.olympiatile.com/">http://www.olympiatile.com/</a> FR- <a href="http://www.olympiatile.com/french/">http://www.olympiatile.com/french/</a>
PCL Civil Constructors	<a href="http://www.pcl.com/Pages/default.aspx">http://www.pcl.com/Pages/default.aspx</a>
Pro Mac Manufacturing	<a href="http://www.promac.bc.ca/">http://www.promac.bc.ca/</a>
Progress Truss	<a href="http://www.progresstruss.com/home">http://www.progresstruss.com/home</a>
RBC Wealth Management	<a href="http://www.rbcwealthmanagement.com/">http://www.rbcwealthmanagement.com/</a>
Ritchie Bros. Auctioneers	<a href="https://www.rbauction.com/">https://www.rbauction.com/</a> FR- <a href="https://www.rbauction.qc.ca">https://www.rbauction.qc.ca</a>
Service Zone	
Shred-It USA	<a href="http://www.shredit.com/en-us/home">http://www.shredit.com/en-us/home</a> FR- <a href="http://www.shredit.com/fr-ca/accueil">http://www.shredit.com/fr-ca/accueil</a>
Softchoice Corporation	
Sport Supply Group	<a href="http://www.stantec.com/">http://www.stantec.com/</a> FR- <a href="http://www.stantec.com/content/stantec/fr.html">http://www.stantec.com/content/stantec/fr.html</a>
Stantec	
Stantec Consulting Services	<a href="http://www.superiorplus.com/">http://www.superiorplus.com/</a>
Superior Plus Construction Products Corp.	<a href="http://www.td.com/about-tdbfg/our-business/index.jsp">http://www.td.com/about-tdbfg/our-business/index.jsp</a>

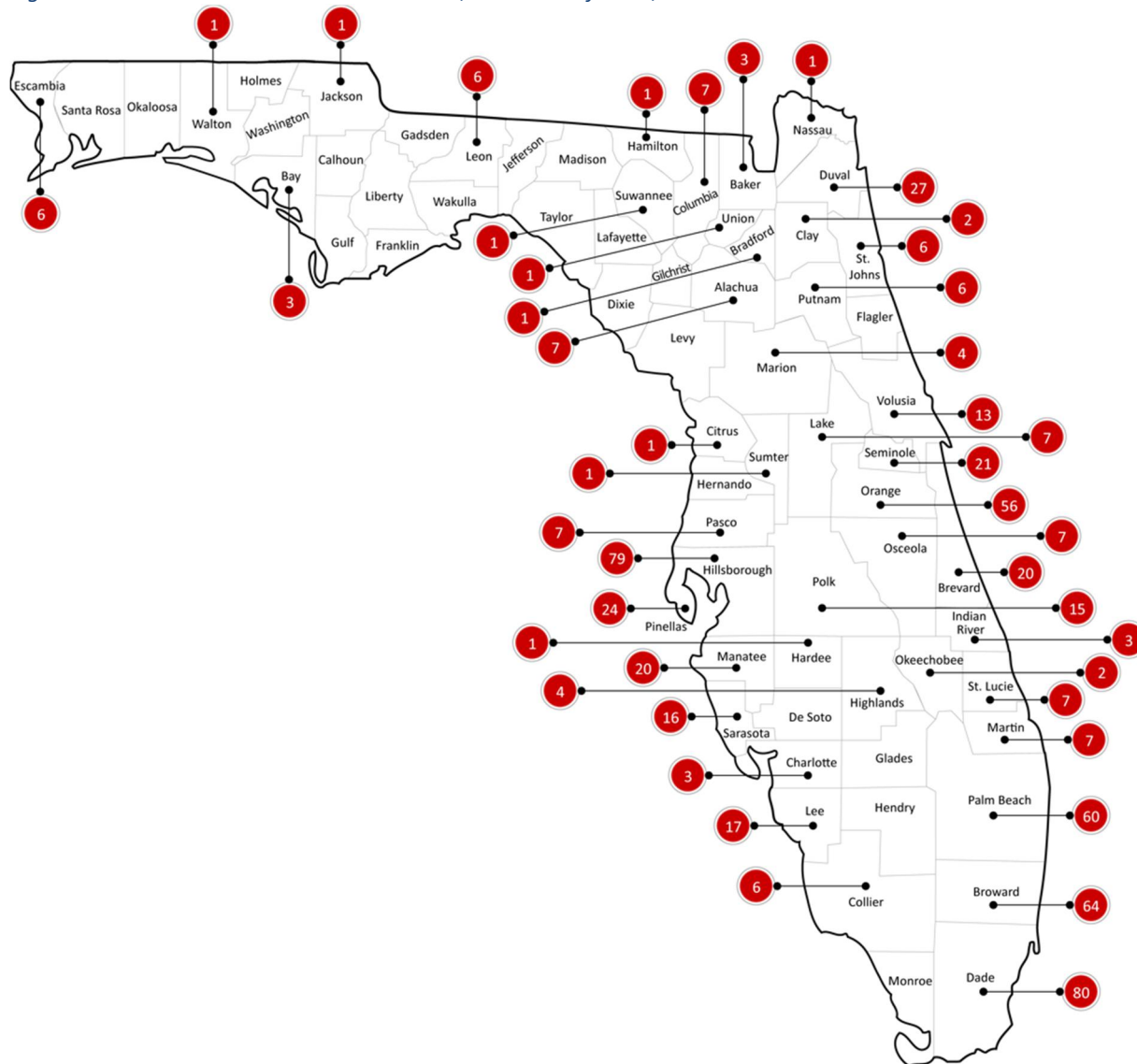


Nom de la compagnie	Site internet
	FR- <a href="http://www.td.com/francais/a-propos-du-gfbtd/nos-entreprises/index.jsp">http://www.td.com/francais/a-propos-du-gfbtd/nos-entreprises/index.jsp</a>
TD Bank, NA	
Thomson Professional & Regulatory	<a href="http://toronto.bluejays.mlb.com/index.jsp?c_id=tor">http://toronto.bluejays.mlb.com/index.jsp?c_id=tor</a>
Toronto Blue Jays Baseball Ltd	<a href="http://www.thewarrantygroup.com/">http://www.thewarrantygroup.com/</a>
TWG Warranty Group	
Wellpoint Systems	
Yun Farms	<a href="http://www.thezenith.com/index.html">http://www.thezenith.com/index.html</a>

*Tableau 13: IMPORTANTES COMPAGNIES CANADIENNES AYANT UN SIÈGE SOCIAL SUD AMÉRICAIN DANS LE SUD DE LA FLORIDE*

Nom de la compagnie	Localisation du siège social	Site internet
Active Core	Boca Raton	
ADF International	Miami Gardens	<a href="http://www.adfgroup.com/">http://www.adfgroup.com/</a>
Air Canada Cargo	Miami	<a href="http://www.aircanada.com/cargo/fr/">http://www.aircanada.com/cargo/fr/</a>
Air Transat Holidays USA	Dania Beach	<a href="http://www.transatusa.com/main.cfm?l=fr&amp;p=06_100&amp;siteID=2">http://www.transatusa.com/main.cfm?l=fr&amp;p=06_100&amp;siteID=2</a>
Apotex	Weston	<a href="http://www.apotex.com/ca/fr/default.asp">http://www.apotex.com/ca/fr/default.asp</a>
Apple Express	Doral	<a href="http://www.appleexpress.com/fr/home/">http://www.appleexpress.com/fr/home/</a>
Bellville Rodair International	Miami	<a href="http://www.bellvillerodair.com/">http://www.bellvillerodair.com/</a>
Blue Streak America	Boca Raton	<a href="http://www.bsecorp.com/wp/">http://www.bsecorp.com/wp/</a>
Bombardier Aerospace	Ft. Lauderdale	<a href="http://www.bombardier.com/fr/aeronautique.html">http://www.bombardier.com/fr/aeronautique.html</a>
C P Vegetable Oil	Ft. Lauderdale	<a href="http://www.cpvegoil.com/">http://www.cpvegoil.com/</a>
Chemo International	Miami	<a href="http://www.chemo.com/">http://www.chemo.com/</a>
Doyton Bakery Equipment	Weston	<a href="http://www.doyon.qc.ca/indexfr.php">http://www.doyon.qc.ca/indexfr.php</a>
Gildan Active Wear	Miami	<a href="http://www.gildan.com/french.html">http://www.gildan.com/french.html</a>
PBB Local Logistics	Doral	
Quebec International	North Miami	<a href="http://www.quebecinternational.ca/industries-cles/?lang=fr">http://www.quebecinternational.ca/industries-cles/?lang=fr</a>
Stratos Global Corp	Plantation	<a href="http://www.stratosglobal.com/">http://www.stratosglobal.com/</a>
Teknion	Coral Gables	<a href="http://www.teknion.ca/">http://www.teknion.ca/</a>
TVR Communications LLC	Ft. Lauderdale	<a href="http://www.tvrc.com/">http://www.tvrc.com/</a>
Wasteco	Miami	<a href="http://www.wasteco.com/">http://www.wasteco.com/</a>

Figure 17: FILIALES CANADIENNES PAR PAYS, nombre de filiales, 2013



Source: Enterprise Florida