

ÉQUIPE CANADA INC • RAPPORT ANNUEL 2004



Équipe Canada inc • Team Canada Inc

Canada

ÉQUIPE CANADA INC

Des services d'exportation à votre portée

NOTRE VISION

Aider les entreprises canadiennes à réussir sur les marchés mondiaux en leur offrant de l'information et des services à l'exportation complets, parfaitement intégrés et de qualité.

NOTRE RÔLE

Équipe Canada inc (ECI) est un réseau de ministères et d'organismes fédéraux, qui travaillent en collaboration avec les provinces, les territoires et d'autres partenaires pour aider les entreprises canadiennes à conquérir les marchés internationaux.

NOTRE APPUI AUX ENTREPRISES CANADIENNES

ECI met à la disposition des entreprises un guichet unique leur donnant accès à des services d'information et de consultation, à des renseignements commerciaux, à une aide financière et à un appui sur le terrain offerts par le gouvernement fédéral, les provinces et les territoires, ainsi que le secteur privé. Par cette démarche inédite, les pouvoirs publics et leurs partenaires conjuguent leurs efforts pour assurer aux entreprises susceptibles d'en tirer le meilleur parti des services efficaces et rapides répondant à leurs besoins.

1 888 811-1119

exportsource.ca



NOS MEMBRES

ECI réunit des ministères et organismes fédéraux qui aident les entreprises canadiennes à conquérir les marchés mondiaux :

Affaires indiennes et du Nord Canada; Agence canadienne de développement international; Agence de promotion économique du Canada atlantique; Agence des douanes et du revenu du Canada; Agriculture et Agroalimentaire Canada; Banque de développement du Canada; Commerce international Canada; Conseil national de recherches du Canada; Corporation commerciale canadienne; Développement économique Canada pour les régions du Québec; Diversification de l'économie de l'Ouest; Environnement Canada; Exportation et développement Canada; Industrie Canada; Patrimoine canadien; Pêches et Océans Canada; Ressources naturelles Canada; Société canadienne d'hypothèques et de logement; Statistique Canada.

NOTRE RÉSEAU

Les membres et partenaires d'ECI offrent des services commerciaux aux entreprises canadiennes aux quatre coins du pays grâce à un important réseau en plein essor qui comprend :

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA (SDC)

Sous l'égide de Commerce international Canada, le Service des délégués commerciaux regroupe plus de 800 délégués commerciaux qui travaillent dans les ambassades, les hauts-commissariats et les consulats du Canada situés dans plus de 140 villes réparties dans le monde entier et 100 délégués commerciaux en poste dans les 12 bureaux régionaux au pays. Ce réseau collabore avec les entreprises canadiennes qui peuvent montrer qu'elles sont déterminées à réussir sur le marché mondial. Les bureaux du SDC au Canada offrent des services d'aide à l'exportation, des renseignements commerciaux ainsi que des conseils sur les possibilités de financement et les relations d'affaires pour aider les entreprises qui se préparent à exporter leurs produits ou services. Ses bureaux à l'étranger aident les entreprises canadiennes à faire des affaires dans les marchés étrangers, par exemple, pour ce qui est d'évaluer leur potentiel d'exportation et d'identifier les contacts clés à l'étranger, et ils leur donnent des conseils et des renseignements commerciaux.

12 RÉSEAUX COMMERCIAUX RÉGIONAUX (RCR)

Le gouvernement fédéral, les provinces et les territoires, les administrations régionales et les associations sectorielles collaborent au sein des RCR pour aider les petites entreprises canadiennes qui sont en mesure de tirer parti des services à l'exportation offerts par ECI.

13 CENTRES DE SERVICES AUX ENTREPRISES DU CANADA (CSEC)

Dans chaque province et territoire, les CSEC travaillent en collaboration avec plus de 300 partenaires régionaux pour assurer l'accès à la ligne sans frais du Service d'information sur l'exportation d'ECI et fournir tout un éventail de renseignements sur les services, les programmes et la réglementation en matière commerciale. Le personnel des Centres répond aux questions concernant la mise sur pied d'une entreprise ou la croissance d'une société existante. Ces services sont accessibles par téléphone, télécopieur, courrier, courrier électronique ou Internet. La plupart des bureaux assurent également un service au guichet.

13 ÉQUIPES SECTORIELLES COMMERCIALES CANADA

Les Équipes sectorielles commerciales Canada assurent la collaboration du gouvernement et de l'industrie en vue de coordonner la planification et les activités liées à la promotion du commerce dans 13 industries clés, soit l'aérospatiale et la défense; l'agriculture, les aliments et les boissons; l'automobile; les bio-industries; les matériaux de construction; les produits et les services culturels; le matériel et les services d'énergie électrique; le matériel et les services d'exploitation du pétrole et du gaz; les industries environnementales; les industries de la santé; les technologies de l'information et des télécommunications; les plastiques; les services. En plus d'ouvrir des portes aux entreprises canadiennes, ces équipes font valoir leurs capacités à l'étranger, leur permettent d'établir des contacts dans le cadre de missions commerciales, de foires commerciales et d'activités de jumelage et leur fournissent de l'information sur les marchés cibles et les occasions d'affaires.

ADMINISTRATIONS PROVINCIALES, TERRITORIALES ET MUNICIPALES

Chaque palier de l'administration publique offre une aide précieuse aux entreprises sous forme de programmes et de services à l'exportation qui sont mis à leur disposition par les bureaux locaux des ministères et des organismes et les offices d'expansion économique.

ASSOCIATIONS, ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT ET SECTEUR PRIVÉ

Les associations, les établissements d'enseignement et les entreprises jouent également un rôle primordial dans les efforts de développement des exportations du Canada. Des organisations communautaires rurales, des groupes de développement économique et des associations commerciales et industrielles offrent des conseils à l'exportation aux entreprises d'une localité ou d'un secteur donné. Les organismes à vocation éducative tels que le Forum pour la formation en commerce international (FITT) proposent régulièrement des activités de formation en commerce international, notamment les ateliers *Destination : marchés internationaux*. Au sein du secteur privé, une multitude d'entreprises offrent aussi des services à l'exportation, notamment services bancaires, expédition, études de marché ou assistance juridique.

NOS SERVICES

Les membres et partenaires d'ECI offrent un large éventail de services personnalisés pour aider les entreprises canadiennes à se préparer à exporter et à maximiser leur succès sur les marchés internationaux.

LE CONTINUUM DES SERVICES À L'EXPORTATION

Renseignements généraux	Perfectionnement des compétences	Consultation en matière d'exportation	Soutien à l'entrée sur les marchés	Financement des exportations	Aide sur le terrain
<p>Service d'information sur l'exportation 1 888 811-1119</p> <p>Info en direct sur l'exportation ExportSource.ca</p>	<p>Guides de préparation à l'exportation</p> <p>Formation sur les compétences nécessaires à l'exportation</p> <p>Préparation concernant les États-Unis</p> <p>Préparation à d'autres marchés</p>	<p>Évaluation de l'état de préparation à l'exportation</p> <p>Élaboration d'un plan d'exportation</p> <p>Mise en œuvre d'un plan d'exportation</p>	<p>Information et renseignements sur les marchés et les secteurs</p> <p>Missions, foires et autres événements liés au commerce</p> <p>Conseils et orientation sur les marchés et les secteurs</p> <p>Financement du développement des marchés</p>	<p>Évaluation des besoins et consultation</p> <p>Fonds de roulement</p> <p>Réduction des risques à l'étranger</p> <p>Financement à moyen et à long terme de l'acheteur étranger</p>	<p>Aperçu du potentiel de marché</p> <p>Recherche de contacts clés</p> <p>Renseignements sur les visites</p> <p>Rencontre personnelle</p> <p>Information sur les entreprises locales</p> <p>Dépannage</p>

TABLE DES MATIÈRES

Message du Comité de gestion d'ECI	2
Quelques réalisations de 2003-2004	4
Plans et priorités pour 2004-2005	6
Annexe : Bilan détaillé de l'exercice et plans d'avenir	8

Le Rapport annuel d'Équipe Canada inc pour l'exercice terminé le 31 mars 2004 est publié conformément au Cadre de gouvernance d'ECI. À moins d'indication contraire, toutes les données qu'il renferme se rapportent à l'exercice 2003-2004.

© Ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux Canada 2004
ISBN : 0-662-68490-7
N° de catalogue : Iu1-7/2004
Imprimé au Canada



MESSAGE DU COMITÉ DE GESTION D'ECI



Le Comité de gestion d'ECI a le plaisir de présenter au Comité des sous-ministres chargé du développement du commerce international le *Rapport annuel 2003-2004 d'Équipe Canada inc.*

Qu'il s'agisse d'aider les petites entreprises à conquérir les marchés internationaux, de fournir aux entreprises prêtes à exporter des renseignements commerciaux opportuns, des services de promotion ou une aide financière ou de leur signaler des débouchés, ECI continue d'appuyer les ambitions d'exportation des entreprises de toutes les régions du pays et tous les secteurs de l'économie, en mettant à leur disposition un guichet unique pour les services gouvernementaux de développement du commerce international. Les principaux outils d'ECI, soit le service en ligne **ExportSource.ca** et la ligne sans frais du **Service d'information sur l'exportation**, ont fourni de l'information et des services à plus de 340 000 clients 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Les membres d'ECI ont mis en œuvre une gamme intégrée de programmes

et de services de qualité axés sur le développement et la promotion du commerce pour renforcer la capacité et l'état de préparation des entreprises canadiennes en matière d'exportation et stimuler le développement des marchés étrangers. Tirant parti de son expérience et de ses compétences très vastes, le Comité de gestion d'ECI a par ailleurs donné une rétroaction importante pour l'**Initiative de représentation accrue**, destinée à gérer la promotion des intérêts canadiens en matière de développement du commerce dans l'ensemble des États-Unis.

ECI regroupe actuellement 16 ministères et organismes fédéraux. En 2004-2005, elle s'attachera à consolider ses services et l'appui aux partenariats pour composer avec la baisse de financement attribuable à la diminution du nombre de membres. Certains anciens membres ont fait savoir qu'ils se retiraient d'ECI en raison de besoins en ressources concurrents et d'un changement dans leur mandat ou leurs programmes. Les membres d'ECI mèneront



à terme l'examen de plusieurs programmes clés de promotion ou de développement du commerce, dont le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) et Image de marque du Canada, ainsi que le développement d'outils qui permettront de personnaliser encore davantage les renseignements et services s'adressant aux entreprises clientes, par exemple le système de gestion électronique des relations avec la clientèle.

Depuis sa création en 1997, ECI a montré les avantages concrets liés à l'établissement de partenariats solides entre les ministères, organismes et autres organisations gouvernementales à vocation commerciale à l'échelle du Canada. Par suite de l'engagement du gouvernement à mettre en place l'économie du XXI^e siècle, elle a commencé à s'efforcer d'intégrer la promotion du commerce et de l'investissement au sein de l'administration fédérale. La création du ministère renforcé du Commerce international du Canada (CICan) pour assurer un leadership centralisé aux fins de

cette intégration a ouvert une nouvelle voie permettant à ECI d'explorer les nouvelles synergies entre ses membres au chapitre de la promotion du commerce et de l'investissement lorsqu'elles peuvent se révéler efficaces. Dans cette optique, on prévoit de regrouper les bureaux de la Direction d'Équipe Canada inc et de Commerce international Canada au cours des prochains mois.

Alors que le Comité de gestion d'ECI continue d'examiner comment ECI pourra appuyer au mieux la compétitivité des entreprises canadiennes avec les ressources dont elle dispose au cours des prochains exercices, nous demeurons fermement engagés dans la démarche d'Équipe Canada inc.

Le président du Comité de gestion d'ECI,

Philip Stone

QUELQUES RÉALISATIONS DE 2003-2004

Les membres et partenaires d'ECI ont à leur actif de nombreuses réalisations :

- ▶ Plus de 326 000 visites dans le site **ExportSource.ca**, soit une augmentation de 12 p. 100 par rapport à l'an dernier et de plus de 80 p. 100 par rapport à 2000-2001. Restructuration, expansion et amélioration du contenu du site Web pour perfectionner les fonctions de recherche à la disposition des utilisateurs. Réception de 13 403 appels à la ligne sans frais du **Service d'information sur l'exportation**.
- ▶ Adhésion de plus de 25 chambres de commerce canadiennes au réseau d'ECI, qui comptait déjà 117 partenaires assurant la prestation de services, 350 partenaires des Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC), 140 ambassades et missions à l'étranger, 12 Centres du commerce international (CCI), 12 Réseaux commerciaux régionaux (RCR), 13 Équipes sectorielles commerciales Canada et une quarantaine d'organismes offrant les ateliers *Destination : marchés internationaux*.
- ▶ Participation de plus de 13 950 clients à environ 600 activités axées sur l'exportation et l'investissement.
- ▶ Publication de 296 études et aperçus de marché et profils sectoriels de pays envoyés aux abonnés par l'intermédiaire d'**InfoExport**, et du **Délégué commercial virtuel**, ou distribués dans le cadre de foires commerciales et d'autres activités. Téléchargement de 288 872 documents, soit une hausse de 23 p. 100 par rapport à l'exercice précédent.
- ▶ Traitement de 56 371 transactions avec des clients dans les missions à l'étranger, dont 20 693 aperçus du potentiel de marché et rapports sur les entreprises locales, 11 108 recherches de contacts clés, 10 245 rencontres personnelles et 2 161 interventions de dépannage. Au total, distribution de rapports de renseignements commerciaux à 8 351 entreprises canadiennes et appui fourni à 3 813 entreprises lors de visites dans un marché étranger.
- ▶ Par l'intermédiaire de **SourceCan**, envoi de plus de 400 000 avis signalant des occasions d'affaires à plus de 51 000 entreprises canadiennes, donnant lieu à une montée en flèche de nouveaux contrats de vente, lesquels sont passés de 80 millions de dollars pendant l'exercice précédent à plus de 400 millions en 2003-2004.

- ▶ Appui à plus de 246 missions commerciales d'acheteurs étrangers au Canada et de plus de 2 500 sociétés canadiennes dans des marchés étrangers clés, qui se sont traduites par des débouchés et la signature de nouveaux contrats représentant des centaines de millions de dollars.
- ▶ Appui à la participation de plus de 1 800 entreprises canadiennes à 100 foires commerciales et autres activités connexes partout au Canada et ailleurs dans le monde.
- ▶ Sous la bannière du programme **Image de marque du Canada**, d'une durée de quatre ans et d'une valeur de 12 millions de dollars, participation de centaines d'entreprises canadiennes à 39 foires commerciales importantes. Selon un sondage mené auprès des visiteurs étrangers lors de neuf de ces salons, amélioration de la perception des capacités de l'industrie canadienne.
- ▶ En vertu du programme **Routes commerciales**, octroi d'environ 2 millions de dollars à l'appui des activités d'exportation de 67 organisations du secteur des arts et de la culture et prestation de conseils à plus de 800 exportateurs de produits et de services connexes par les sept commissaires au commerce culturel, dont les bureaux sont regroupés avec ceux des Centres du commerce international dans toutes les régions du Canada.
- ▶ Prestation de services de financement des exportations et de gestion du risque d'une valeur dépassant 51 milliards de dollars à plus de 7 000 entreprises canadiennes qui ont réalisé des ventes ou des investissements à l'étranger en 2003.
- ▶ Dans le cadre du nouveau **Cadre stratégique pour l'agriculture** lancé l'an dernier, appui de la participation de plus de 130 entreprises canadiennes à des foires commerciales internationales importantes, qui s'est traduite par des ventes sur place dépassant 12 millions de dollars et l'établissement de contacts avec plus de 1 000 clients éventuels. Sous l'égide de ce programme, octroi de plus de 26 millions de dollars à 98 associations industrielles nationales et à 38 entreprises clientes pour le développement de marchés internationaux pour les produits agroalimentaires, les boissons et les produits de la mer.

Pour en savoir plus sur les réalisations d'ECI au cours de l'exercice 2003-2004, voir « Bilan détaillé de l'exercice et plans d'avenir ».

PLANS ET PRIORITÉS POUR 2004-2005

Pour mettre en place l'économie du XXI^e siècle, nous devons faire connaître les avantages qu'offre le Canada ainsi que la compétitivité et la qualité de nos produits et services, et faire valoir ces atouts. ECI renouvellera ses efforts pour stimuler les synergies afin d'intégrer la promotion du commerce et de l'investissement par les organisations membres, tout en fournissant les outils et les services propres à améliorer l'accès des petites entreprises aux marchés actuels et nouveaux. L'annexe explique comment ECI et les organisations membres mettent en œuvre la stratégie fédérale de développement du commerce.

Orientations stratégiques

ECI continuera d'aider des milliers d'entreprises canadiennes à réaliser leur objectif de compétitivité sur les marchés internationaux en leur facilitant la tâche, c'est-à-dire :

- ▶ en offrant un accès pratique et direct à des services à l'exportation parfaitement intégrés;
- ▶ en cernant de façon systématique les lacunes dans l'offre de services à l'exportation et en les comblant;
- ▶ en élargissant le réseau de partenaires fournisseurs de services et en renforçant les communications et les interactions entre les partenaires actuels;
- ▶ en faisant la promotion d'un programme commercial intégré au sein du gouvernement du Canada.

Mise en œuvre des initiatives d'ECI

La promotion du Canada en tant que source de produits et de services novateurs et de qualité et destination de choix pour l'investissement demeure l'une des grandes priorités du gouvernement du Canada. On misera sur les nouvelles synergies entre les



membres d'ECI au chapitre de la promotion de l'investissement et du commerce lorsqu'elles peuvent être efficaces, en particulier pour ce qui est de maximiser les avantages découlant de la récente intégration de Partenaires pour l'investissement au Canada et des Centres du commerce international à Commerce international Canada dans toutes les régions du pays. De plus, Équipe Canada inc et les Centres du commerce international continueront de travailler en étroite collaboration avec leurs partenaires des RCR d'un océan à l'autre. ECI continuera aussi de donner une rétroaction pour les besoins de l'**Initiative de représentation accrue** afin que le gouvernement fédéral soit mieux à même de faire valoir les intérêts politiques et économiques du Canada et de tirer parti des innovations et des possibilités de développement du commerce dans les marchés clés des différentes régions des États-Unis.

Service à la clientèle

Les membres d'ECI ont établi des liens solides avec leurs partenaires et se sont constitué une clientèle nombreuse. Équipe Canada inc poursuivra les activités amorcées pour accroître son rayonnement auprès des petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes et de partenaires éventuels.

► **Établir de nouveaux partenariats**

Pour mieux joindre les exportateurs actuels et nouveaux, ECI poursuit sa campagne de création de partenariats, qui cible les principales associations de gens d'affaires, les chambres de commerce et les bureaux de développement économique dans toutes les régions du Canada.

► **Élargir les partenariats existants**

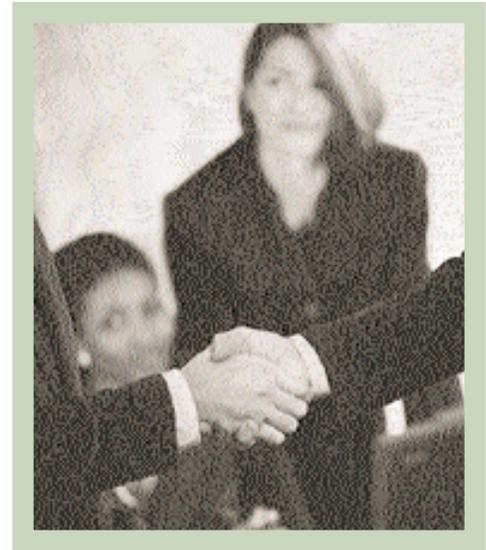
ECI aidera les Réseaux commerciaux régionaux à coordonner leurs activités et leur fournira un financement accru, notamment en ce qui a trait à Passeports pour le marché mondial, aux activités de sensibilisation et à l'établissement des secrétariats des RCR.

► **Élargir la gamme d'outils d'ECI**

Grâce au financement assuré par l'intermédiaire de Gouvernement en direct (GED), ECI pourra continuer en 2004-2005 d'améliorer les outils en ligne qu'elle met à la disposition des exportateurs canadiens. À l'appui de la stratégie fédérale sur les nouveaux marchés, la mise sur pied d'un nouveau portail Internet Canada-Inde aura une grande importance pour faciliter les contacts entre gens d'affaires des deux pays afin de repérer et d'exploiter des occasions d'affaires internationales. Parmi les autres outils en ligne prévus, mentionnons *la création de l'Évaluation interactif du financement des exportations* et d'un guide pour l'exportation aux États-Unis, ainsi que la mise à jour du *Plan d'exportation interactif* et l'expansion du *Carnet de route pour l'exportation*. ECI explorera des moyens de poursuivre ces améliorations avant la fin du financement provenant de GED le 31 mars 2005.

► **Trouver des moyens novateurs pour atteindre un plus grand nombre d'entreprises canadiennes**

ECI continuera de mettre l'accent sur les outils de prestation de services en ligne qui



répondent aux exigences des PME modernes. Elle poursuivra sa collaboration avec le Conseil consultatif sur les PME, qui fait valoir les intérêts des petites entreprises.

► **Continuer à promouvoir les services d'ECI dans tout le pays**

ECI s'emploiera à faire en sorte que les entreprises canadiennes connaissent mieux les produits et services offerts par ECI et ses membres. La promotion mettra encore l'accent sur les activités qui assurent un bon rendement de l'investissement, entre autres les relations avec les médias, le marketing en ligne ainsi que le marketing en collaboration avec les membres et partenaires d'ECI.

► **Continuer à améliorer les méthodes de gestion et d'administration d'ECI**

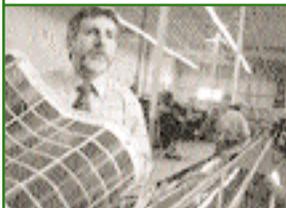
ECI continuera de mettre au point une approche globale et uniforme en ce qui a trait à l'établissement de rapports sur la mesure du rendement, y compris l'élaboration de cadres de mesure du rendement pour le portail Canada-Inde et le financement des Réseaux commerciaux régionaux. L'extranet d'ECI, *InfoPort*, demeurera un outil de base pour le partage d'information.

ANNEXE : BILAN DÉTAILLÉ DE L'EXERCICE ET PLANS D'AVENIR

Capacité d'exportation et état de préparation

Objectif stratégique : Accroître le nombre d'exportateurs actifs au Canada

Priorité stratégique	Réalisations en 2003-04
Faciliter l'accès des entreprises à une gamme parfaitement intégrée de services commerciaux offerts par le gouvernement du Canada	<p>Tous les produits d'information et outils d'ECI sont accessibles en ligne dans le site ExportSource.ca, qui a reçu 326 709 visites, soit une augmentation de 12 p. 100 par rapport à l'an dernier et de plus de 80 p. 100 depuis 2000-2001. Cette année, ECI a accru et amélioré le contenu de ce site Web. Les commentaires des clients continuent de montrer qu'ils sont très satisfaits de ce service. La ligne sans frais du Service d'information sur l'exportation a reçu 13 403 appels, ce qui indique pour la quatrième année consécutive une préférence croissante pour les services en ligne.</p> <p>Les efforts soutenus déployés pour élargir son réseau et promouvoir activement ses produits et services ont permis à ECI d'atteindre des milliers de nouvelles entreprises clientes d'un bout à l'autre du pays. ECI regroupe maintenant 692 organismes. L'ajout de 25 chambres de commerce a agrandi le réseau, qui comptait déjà 117 partenaires fournisseurs de services, 350 partenaires rattachés aux Centres de services aux entreprises du Canada, 140 ambassades et missions à l'étranger, 12 Centres du commerce international (CCI), 12 Réseaux commerciaux régionaux (RCR), 13 Équipes sectorielles commerciales Canada et une quarantaine d'organismes offrant les ateliers <i>Destination : marchés internationaux</i>. Les 12 RCR ont touché 210 000 \$ par l'intermédiaire d'ECI; la plupart ont utilisé ces fonds pour accroître les activités de promotion régionales ou participer à 14 foires commerciales internationales présentées dans leur province respective, qui ont attiré quelque 13 000 petites et moyennes entreprises (PME).</p>
Produire à l'intention des entreprises canadiennes une information pertinente et utile sur l'exportation	<p>Parmi les nouveaux produits ajoutés à ExportSource.ca au cours de l'exercice, mentionnons l'outil interactif <i>Évaluation de la capacité d'exportation</i>, un guide complet intitulé <i>Introduction aux aspects financiers de l'exportation : Guide pour exportateurs canadiens et TradeMap Canada</i> (créé par le Centre du commerce international de Genève et maintenant accessible gratuitement aux abonnés canadiens). La nouvelle Salle des médias en ligne d'ECI diffuse des communiqués, de l'information sur les activités spéciales et des articles hebdomadaires sur les exportations. <i>Le Carnet de route pour l'exportation et le Guide pas-à-pas à l'exportation</i>, outils fort prisés, ont été mis à jour et publiés en formats pdf et html. ECI a aussi distribué 45 000 exemplaires imprimés de ces deux guides combinés. Elle a fourni plus de 5 600 ID-ROM et brochures <i>Commencez ici pour exporter</i>, ainsi que plus de 1 000 fiches d'information.</p> <p>La section Exportation et Importation du Portail des affaires du Canada a été scindée en deux pour améliorer la gestion des services à la clientèle. Un nouveau site Web ImportSource.ca a été lancé.</p> <p>Le nombre de clients ou contacts inscrits auprès du Délégué commercial virtuel (DCV) de Commerce international Canada (CICan) est passé de 3 500 à 11 400 au cours du dernier exercice. Vingt-et-un numéros de <i>CanadExport</i> et 10 encarts spéciaux consacrés à des secteurs en particulier ont été publiés et plus de 1 million d'exemplaires imprimés ont été distribués au cours de l'exercice (52 000 copies de chaque numéro). En outre, 530 articles ont été affichés dans Web et envoyés par courriel à 6 500 abonnés. La Direction de l'appui au marché de CICan a produit 197 documents destinés aux missions à l'étranger, aux activités sectorielles et au site <i>Horizons</i>, qui propose maintenant plus de 300 avis Export Alerte! mis à jour, Descriptions des marchés d'exportation, brochures sectorielles, et Rapports spéciaux. Le Centre des études de marchés du Ministère a produit 296 études de marché, aperçus de marché et profils sectoriels de pays étrangers, qui ont été</p>



Activités prévues de 2004-05 à 2007-08

ECI continuera d'améliorer **ExportSource.ca** et de promouvoir activement ce service auprès des entreprises canadiennes de l'ensemble des secteurs et des régions. Au nombre des améliorations prévues, mentionnons une nouvelle interface graphique et l'ajout du logiciel Web Trends pour faciliter le suivi de l'utilisation et du degré de satisfaction. Un sondage sera mené auprès des utilisateurs de la ligne sans frais du **Service d'information sur l'exportation** pour évaluer le degré de satisfaction et les attentes des clients de ce service.

ECI continuera de former de nouveaux partenariats pour accroître son rayonnement, en concentrant ses efforts sur les associations canadiennes qui œuvrent auprès des PME. Pour faciliter l'auto-identification des partenaires éventuels, un formulaire d'inscription sera intégré à **ExportSource.ca** à l'intention des entreprises désireuses d'établir des partenariats. ECI offrira un montant supplémentaire de 330 000 \$ pour appuyer les activités de sensibilisation des Réseaux commerciaux régionaux (RCR) et mettre sur pied les secrétariats de ces réseaux en 2004-2005. Elle établira un nouveau cadre de mesure du rendement, afin d'aider les Réseaux à mieux évaluer l'incidence de leurs activités.

ECI continuera d'élargir l'éventail de ses outils en ligne en mettant l'accent sur les outils d'auto-apprentissage comme *l'Évaluation interactive du financement des exportations*, une version mise à jour du *Plan d'exportation interactif*, une version enrichie du *Carnet de route pour l'exportation* (qui remplacera le *Continuum des services à l'exportation*), un nouvel outil en ligne *Exporter aux États-Unis — Guide des entreprises canadiennes* et une nouvelle base de données consultable intitulée *Répertoire des foires commerciales*.

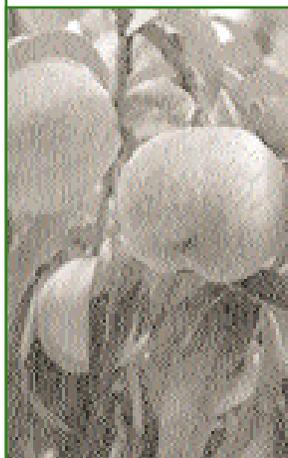
De nouveaux outils sont également prévus pour **ImportSource.ca**, entre autres un *Répertoire des services aux importateurs et aux exportateurs*, un guide en ligne à l'intention des importateurs et un *Guide des contrôles à l'importation*. ECI continuera de collaborer avec l'Agence des services frontaliers du Canada pour perfectionner le site Web.

Pour améliorer la prestation intégrée de services de développement du commerce international aux clients canadiens, les services offerts par d'autres partenaires d'Équipe Canada inc seront intégrés au **Délégué commercial virtuel (DCV)**. ECI poursuivra la mise en œuvre du deuxième volet du projet du DCV, le **système de gestion électronique des relations avec la clientèle**, et améliorera les services en facilitant le partage d'information sur les clients dans l'ensemble de son réseau. CICan continuera d'améliorer *CanadExport* en traitant un plus large éventail de sujets, en proposant un contenu plus équilibré sur le plan géographique et en mettant davantage l'accent sur les occasions qui s'offrent aux exportateurs canadiens. On prévoit d'augmenter de nouveau le nombre d'articles, de perfectionner la liste des abonnés pour la version imprimée, d'élargir la base d'abonnés pour la version électronique et de remanier le site Web. La Direction de l'appui aux marchés prévoit de produire 215 autres documents de renseignements commerciaux pour promouvoir les capacités des entreprises canadiennes auprès des clients étrangers. Elle organisera par ailleurs des séances de formation sectorielles à l'intention des agents de commerce dans le cadre de 15 foires commerciales internationales importantes au Canada et à l'étranger et explorera d'autres contextes ou d'autres approches pour dispenser cette formation aux agents des missions à l'étranger. Le Centre des études de marchés continuera de suivre de près et d'évaluer les besoins des clients et leur degré de satisfaction grâce à son instrument de sondage en ligne sur les transactions et à des essais annuels auprès de groupes de consultation. Le Centre continuera par ailleurs de

Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

Objectif stratégique : Accroître le nombre d'exportateurs actifs au Canada

Priorité stratégique	Réalizations en 2003-04
(suite) Produire à l'intention des entreprises canadiennes une information pertinente et utile sur l'exportation	<p>distribués aux clients canadiens abonnés par l'intermédiaire d'<i>InfoExport</i> et du Délégué commercial virtuel et à l'occasion de foires commerciales ou d'autres événements. Ces publications demeurent très en demande, comme en témoigne l'augmentation de 23,4 p. 100 du nombre total de téléchargements (288 872). La Direction du financement international du Ministère a participé à 26 activités de promotion du commerce à l'échelle du pays, fournissant ainsi à plus de 1 250 exportateurs de l'information sur les occasions d'affaires qui s'offraient à eux par le truchement des institutions financières internationales dans le monde entier. La Direction a également fourni une formation ciblée ou le module de formation « Comment soumissionner avec succès » à 334 exportateurs de toutes les régions du Canada, publié 13 histoires de réussite et 8 articles dans <i>CanadExport</i> et distribué 15 affiches sur des histoires de réussite concernant les institutions financières internationales à des entreprises canadiennes, à des missions à l'étranger, aux gouvernements provinciaux et aux partenaires. La Direction a également publié un rapport intitulé <i>Comment profiter du marché d'infrastructure mondial</i> accompagné de fiches d'information sur les occasions d'affaires avec 38 des principales entreprises du marché mondial de l'infrastructure. Elle a par ailleurs remanié son site Web IFInet (Réseau d'information sur le financement international), qui a grandement enrichi le contenu varié à l'intention des exportateurs et des investisseurs, ajoutant entre autres 93 nouvelles fiches d'information d'une page sur les sources de financement des projets ainsi que 40 fiches d'information sur des institutions et des organismes internationaux particuliers. IFInet compte maintenant plus de 3 000 abonnés à son site gratuit et le nombre de visites reçues a fait un bond de 38 p. 100.</p> <p>Le programme Routes commerciales de Patrimoine canadien a produit le document <i>Développement des marchés internationaux : profil des programmes fédéraux offerts au secteur des arts et de la culture</i>, qui donne de l'information sur les programmes et services fédéraux utiles aux exportateurs du secteur des arts et de la culture.</p> <p><i>Exportateurs avertis</i>, magazine d'Exportation et développement Canada, a été distribué à 26 700 abonnés, dont plus de 10 000 du secteur privé. <i>Info-Marchés EXPORT</i>, également un produit de cette société d'État, a été envoyé à 2 500 abonnés (gratuitement depuis juin 2003) et à plus de 4 500 cyberabonnés.</p> <p>Statistique Canada a publié de nouvelles données tirées du Registre des exportateurs canadiens (1993-2002), fournissant ainsi de l'information à jour sur les exportateurs du Canada, dont le nombre a augmenté de plus 30 p. 100 depuis 1993. Les exportateurs éventuels peuvent trouver dans ce registre des renseignements utiles leur permettant d'analyser les tendances dans leur industrie, leur groupe de produits, leur province ou le marché extérieur ciblé.</p> <p>Le site Web du Service d'exportation agroalimentaire a reçu plus de 1 million de visites, ce qui représente une hausse de 39 p. 100 par rapport à l'exercice précédent.</p>



Activités prévues de 2004-05 à 2007-08

coordonner la production de profils sectoriels de pays étrangers, jusqu'à cinq par mission à l'étranger. La Direction du financement international continuera de s'attacher à enrichir et améliorer l'information diffusée dans IFInet et à intégrer le site à InfoExport. Pour 2004-2005, l'objectif est de recruter 4 000 nouveaux abonnés à IFInet. La Direction continuera également de participer aux séances d'information ciblées et à produire des renseignements utiles à présenter dans *CanadExport*.

Le programme **Routes commerciales** distribuera le *Développement des marchés internationaux : profil des programmes fédéraux offerts au secteur des arts et de la culture* aux agents de commerce qui travaillent avec des entrepreneurs du secteur des arts et de la culture. Les recherches prévues en 2004-2005 dans le cadre du programme viseront plusieurs sous-secteurs, notamment le cinéma, le design, la musique et les arts de la scène.

Exportateurs avertis lancera une nouvelle chronique présentant une analyse FFPM (forces, faiblesses, possibilités et menaces) pour huit industries prioritaires et une rubrique intitulée « D'hier à aujourd'hui », qui fait le point sur le cheminement de clients ayant fait l'objet d'histoires de réussite par le passé.

Statistique Canada améliorera le **Registre des exportateurs canadiens** pour présenter un portrait encore plus clair de la structure du milieu de l'exportation en ajoutant différentes variables : recettes globales, pays propriétaire, pays exerçant le contrôle, investissement, composition de l'effectif et adoption de technologies de pointe. On ajoutera également des données sur l'importation pour tracer un portrait plus complet de la réaction des exportateurs aux fluctuations du taux de change et aux autres éléments de la conjoncture économique mondiale.

Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

Objectif stratégique : Accroître le nombre d'exportateurs actifs au Canada

Priorité stratégique	Réalizations en 2003-04
Aider les petites entreprises canadiennes à se préparer aux défis de l'exportation	<p>Chaque année, les membres d'ECI offrent individuellement et collectivement des centaines de séminaires, ateliers et autres activités de formation aux entreprises canadiennes qui envisagent d'exporter ou se préparent à le faire.</p> <p>Les Centres du commerce international ont appuyé 618 activités de promotion de l'exportation et de l'investissement, qui ont permis de joindre plus de 13 950 clients, entre autre plusieurs tables rondes et visites d'entreprises canadiennes par le ministre et le sous-ministre du Commerce international, le sous-ministre, le Délégué commercial en chef et les délégués commerciaux. D'après les sondages réalisés au cours de l'exercice lors de 87 activités, le taux de satisfaction global de la clientèle atteint 4,5 sur 5.</p> <p>Plus de 1 000 entrepreneurs ont suivi l'atelier de formation <i>Destination : marchés internationaux</i> offert par les partenaires d'ECI de concert avec le Forum pour la formation en commerce international. En outre, 1 224 guides et 26 forfaits en ligne (y compris les cinq cours) ont été vendus. Environ 92 p. 100 des participants à <i>Destination : marchés internationaux</i> ont jugé cet atelier utile et 95 p. 100 ont affirmé que le contenu répondait à leurs attentes.</p> <p>Les organismes canadiens de développement régional — l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), Diversification de l'économie de l'Ouest (DEO), Développement économique Canada pour les régions du Québec (DEC) et FedNor — ont dispensé des séances de consultation individuelles et des séminaires sur les exportations à des centaines de clients. Par exemple, l'APECA a offert à 975 entreprises de la région une formation permettant l'acquisition ou le perfectionnement de compétences dans un métier spécialisé; 42 entreprises ont commencé à exporter; et 112 exportateurs ont conquis de nouveaux marchés extérieurs. En vertu d'une nouvelle stratégie commerciale, FedNor a créé le Centre de commerce international de FedNor pour le commerce et le tourisme (Sault Ste. Marie), mis sur pied l'Équipe Nord Ontario, réseau consultatif commercial communautaire, versé plus de 340 000 \$ à des organismes communautaires, donné à 115 exportateurs des conseils sur l'exportation ou les a aiguillés vers le test sur la capacité d'exportation, organisé l'exposition itinérante « Ouvrons les portes sur les débouchés mondiaux » (Thunder Bay, Sault Ste. Marie, Sudbury, Timmins et North Bay) et parrainé 13 activités de soutien à l'entrée sur les marchés. DEC a tenu 723 séances de formation et d'information regroupant plus de 19 000 participants, par suite desquelles 255 entreprises ont commencé à exporter, 796 entreprises ont amélioré leur capacité d'exportation et 1 000 entreprises québécoises ont renforcé leur position concurrentielle.</p> <p>L'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) a ouvert 25 022 comptes RM d'importateur ou d'exportateur, octroyé 8 362 numéros d'entreprise assortis d'un de ces comptes et lancé un nouveau site Web d'information à l'intention des petites et moyennes entreprises. Une nouvelle méthode d'établissement de rapports mise en place en juin 2003, la déclaration EDI des exportations du G7, a simplifié et harmonisé les procédures internationales relatives aux données des douanes. Le nombre d'entreprises inscrites à la base de données de la Déclaration d'exportation canadienne automatisée (DECA), qui permet maintenant aux exportateurs de transmettre leurs documents par voie électronique, a continué d'augmenter au rythme de presque 1 000 nouvelles inscriptions par mois.</p>
	<p>Deux réunions du Conseil consultatif sur les PME ont permis au ministre du Commerce international de connaître le point de vue des PME du Canada et de mettre en évidence les activités d'ECI s'adressant à ces entreprises. Une présentation sur le Service des délégués commerciaux a également été faite à l'assemblée annuelle du Conseil canadien de la PME et de l'entrepreneuriat (Victoria).</p>

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08

Les membres et partenaires d'ECI continueront d'offrir des séminaires, des ateliers et d'autres activités de formation aux entreprises canadiennes qui envisagent d'exporter ou se préparent à le faire.

Par suite d'un réexamen du mode de collaboration des Centres du commerce international (CCI) avec les missions à l'étranger, ces centres continueront d'offrir aux entreprises canadiennes l'aide dont elles ont besoin pour conquérir les mondiaux sous la nouvelle bannière du **Service des délégués commerciaux au Canada**. On s'attend à ce que le ministre et le sous-ministre du Commerce international, le délégué commercial en chef et les délégués commerciaux poursuivent les visites de sensibilisation pour rencontrer les représentants d'entreprises canadiennes et faire connaître le Service des délégués commerciaux, demander le point de vue des entreprises canadiennes sur les questions commerciales et aider ces entreprises à exporter. Une formation professionnelle sera également mise en place pour renforcer la capacité du personnel à fournir les services de base. Une série de mesures du rendement a également été adoptée à l'échelle nationale.

La promotion énergique d'un nouveau portail *Destination marchés internationaux* et du nouveau matériel de cours mis à jour devrait accroître encore davantage le niveau de participation.

Les organismes canadiens de développement régional continueront d'adapter les produits et services d'ECI aux besoins uniques des nouveaux exportateurs de leur région respective. Parmi les services offerts, mentionnons des séances d'initiation au commerce international, des consultations individuelles, des conférences, des séminaires, des programmes de mentorat ou d'encadrement professionnel et des missions commerciales régionales. Par exemple, l'APECA s'attachera à faire participer les associations industrielles à l'élaboration et à la mise en œuvre de stratégies sectorielles en matière d'exportation. FedNor entreprendra un éventail d'activités de promotion, dont une série de séances d'information et de services d'une demi-journée en partenariat avec le ministère du Développement du Nord et des Mines de l'Ontario et 13 mini-séances dans les petites collectivités. DEO travaillera en collaboration avec différentes associations industrielles à des activités sectorielles de marketing international et mettra en place un programme d'ateliers locaux consacrés à l'exportation et de services d'aiguillage dans la collectivité en collaboration avec son réseau Aide au développement des collectivités.

La **Déclaration d'exportation canadienne automatisée** devrait continuer de gagner des adeptes, à mesure qu'elle sera harmonisée avec les nouvelles exigences découlant des modifications apportées au régime de réglementation de l'exportation.

Le **Conseil consultatif sur les PME** continuera de se réunir régulièrement pour conseiller le ministre du Commerce international sur les questions touchant les PME. Il continuera aussi de favoriser la collaboration et de faire connaître les besoins des PME auprès des partenaires d'ECI.

Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

Objectif stratégique : Accroître le nombre d'exportateurs actifs au Canada

Priorité stratégique	Réalizations en 2003-04
	<p>Dans le cadre des activités de sensibilisation du programme Routes commerciales, le bureau d'un septième commissaire au commerce culturel a été regroupé avec ceux du Centre du commerce international de Moncton. Celui-ci s'est ainsi joint au réseau existant des CCI de Vancouver, Winnipeg, Toronto, Montréal, Halifax et St. John's. Cette année, les commissaires au commerce culturel se sont rendus dans plus de 700 entreprises et organisations et ont conseillé plus de 800 exportateurs canadiens du secteur des arts et de la culture.</p>
<p>Aider les entreprises canadiennes dirigées par des jeunes, des Autochtones ou des femmes à réaliser leur potentiel sur les marchés d'exportation</p>	<p>Différents membres et partenaires d'ECI ont organisé des activités de sensibilisation spéciales, ou y ont participé, pour faire connaître les possibilités d'exportation et promouvoir les programmes et services offerts aux entreprises dirigées par des jeunes, des Autochtones ou des femmes.</p> <p>Le Comité de développement du commerce autochtone international a lancé un large éventail d'activités de sensibilisation pour inciter les entrepreneurs autochtones à exporter, notamment dans le cadre du Sommet mondial des entrepreneurs autochtones (Toronto), du Nunavut Business Trade Show, du Nunavut Arts and Crafts Festival 2003, de la conférence-foire commerciale nationale du Conseil pour l'avancement des agents de développement autochtones (Whitehorse) et de la Journée nationale des Autochtones. Le Comité a également aménagé le Pavillon autochtone au Salon international de l'alimentation, des boissons, vins et spiritueux 2003 (Montréal), réimprimé le <i>Répertoire des exportateurs autochtones 2002</i> et appuyé différentes autres activités de promotion de la culture au Canada et à l'étranger. Un plan d'activités Nunavut-Canada a été élaboré dans le but de tirer parti des occasions d'affaires dans les secteurs de la culture, des pêches et du tourisme pour le marché de Boston et du reste de la Nouvelle-Angleterre.</p> <p>Vingt nouvelles entreprises autochtones se sont jointes au volet arts et culture de la Foire commerciale virtuelle autochtone, qui relève de Patrimoine canadien, ce qui porte à 92 le nombre total d'entreprises participantes.</p> <p>CICan a mené des activités visant à sensibiliser les femmes entrepreneures aux possibilités d'exportation ou y a participé. Mentionnons notamment Business Beyond the Box (conférence virtuelle organisée en Colombie-Britannique par DEO), la conférence internationale de l'Organization of Women in International Trade (Calgary), la conférence Femmes d'affaires de l'Atlantique (St. John's), le Salon Femmes, Entrepreneurs, Emplois et Services (Ottawa), le Salon Entrepreneuriat féminin (Saint-Jean-sur-Richelieu) et Women Trading Globally (Vancouver et Toronto).</p> <p>Un supplément de <i>CanadExport</i> intitulé <i>Femmes entrepreneures à la conquête des marchés internationaux</i>, a été publié lors de la Journée internationale de la femme.</p> <p>Sous l'égide du Programme de stages en matière d'exportation pour les diplômés en commerce, l'APECA s'est associée à différents établissements d'enseignement postsecondaire des provinces de l'Atlantique pour permettre à 45 étudiants ayant terminé une formation en commerce de faire des stages au sein d'entreprises à la recherche de nouveaux marchés d'exportation pour assurer leur croissance. Sous l'égide de son Programme d'emploi en commerce international, DEO a par ailleurs partagé les coûts avec 65 entreprises de l'ouest du pays pour créer 69 emplois offerts à des nouveaux diplômés en commerce international.</p>
	

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08

Les CCI continueront de promouvoir et d'orienter l'éventail complet des produits et services offerts par ECI aux exportateurs du secteur des arts et de la culture, tout en faisant connaître le programme **Routes commerciales** et le Délégué commercial virtuel (DCV) dans ce secteur.

Les membres et partenaires d'ECI continueront de mener des activités de sensibilisation auprès des Autochtones et des femmes à la tête d'entreprises pour les sensibiliser aux possibilités d'exportation ainsi qu'aux programmes et services à leur disposition.

En 2004-2005, le **Comité de développement du commerce autochtone international** prévoit notamment de mener un sondage auprès des exportateurs autochtones; de traduire en chinois la documentation de la Foire commerciale virtuelle autochtone; d'organiser une exposition-vente de bijoux autochtones à EXPO 2005 (Japon); d'appuyer la mise à jour de la base de données de Tourisme autochtone Canada; de recenser les mécanismes d'aide à la participation du Nunavik au festival Riddu Riddu (Norvège); d'appuyer la participation d'artistes à une exposition d'œuvres d'art de la côte du Nord-Ouest (Allemagne) et une exposition d'artistes de musées d'art (Suisse); d'appuyer la participation d'acheteurs étrangers au Planet IndigenUs Aboriginal Festival (Toronto); de soutenir la participation d'artistes autochtones à la promotion du Nunavut à Boston; d'appuyer l'organisation d'une conférence sur les arts autochtones organisée à Montréal par le caucus autochtone de l'Alliance pour les droits des créateurs. Le Comité mène des recherches et des analyses en vue de l'élaboration d'une stratégie de développement du commerce autochtone.

Une mission autochtone à la Banque mondiale et à la Banque interaméricaine de développement mettra en évidence l'expérience et les compétences des Autochtones dans le secteur des ressources naturelles (Washington).

En collaboration avec le partenariat de la **Foire commerciale autochtone virtuelle**, Patrimoine canadien élaborera une stratégie de marketing pour le site Web en 2004-2005.

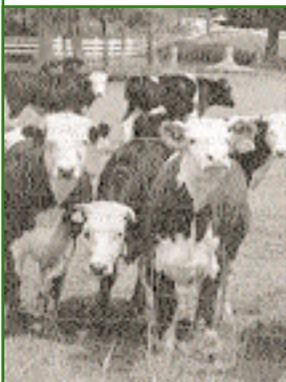
Les produits et services d'ECI feront l'objet d'une promotion énergique lors de différentes manifestations telles que la conférence de la Newfoundland and Labrador Organisation of Women Entrepreneurs (NLOWE), les activités de l'Organization for Women in International Trade (OWIT) (y compris la conférence internationale de 2004 qui se tiendra à Tampa, en Floride), le Salon Entrepreneuriat féminin (Saint-Jean-sur-Richelieu), le Concours et Gala 2004 du Réseau des femmes d'affaires du Québec (Montréal), la cérémonie des 2004 Canadian Woman Entrepreneur of the Year Awards (Toronto). Commerce international Canada participera à titre de partenaire au Forum économique national des femmes organisé par Industrie Canada dans la foulée du rapport et des recommandations du Groupe de travail du Premier ministre sur les femmes entrepreneures. Le site Web Les Femmes d'affaires et le commerce fera peau neuve et sera mieux intégré aux autres sections du site Web InfoExport. Une campagne est prévue pour encourager les femmes entrepreneures à s'inscrire au Délégué commercial virtuel.

L'APECA continuera de s'attacher à accroître le bassin de spécialistes en commerce compétents et chevronnés dans l'ensemble du Canada atlantique en favorisant l'emploi de diplômés en commerce qualifiés formés dans les universités ou les collèges de la région et en aménageant des possibilités de stages intéressants à l'intention des nouveaux diplômés des programmes de commerce. DEO continuera de s'efforcer d'améliorer la performance des PME au chapitre de l'exportation en leur offrant une aide financière selon le principe de partage des coûts pour embaucher des diplômés en marketing international qualifiés.

Développement des marchés internationaux

Développement des marchés internationaux

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2003-04
<p>Aider les entreprises canadiennes à repérer et à exploiter les occasions d'affaires sur les marchés étrangers</p>	<p>Chaque année, les membres d'ECI fournissent à des milliers d'exportateurs canadiens de l'information sur les marchés étrangers et les débouchés d'exportation, des services de dépannage et des conseils sur les approches novatrices en matière de développement des marchés d'exportation et leur signalent des occasions de réseautage. Des membres d'ECI s'attachent par ailleurs à repérer des débouchés à l'intention des entreprises canadiennes, qui se traduisent souvent par des ventes, de nouveaux partenariats ou le choix de nouveaux fournisseurs ou encore le développement de nouveaux produits.</p> <p>Dans les 140 missions du Canada à l'étranger, le Service des délégués commerciaux (SDC) a traité 56 371 transactions avec des clients, auxquels il a notamment fourni 20 693 aperçus du potentiel de marché et rapports sur les entreprises locales, 11 108 recherches de contacts clés, 10 245 rencontres personnelles et 2 161 interventions de dépannage. Au total, 8 351 entreprises canadiennes ont reçu des rapports de renseignements commerciaux, tandis que 3 813 ont bénéficié d'un appui lors de visites dans un pays étranger. Le Fonds pour services aux clients, doté d'un budget de 8,7 millions de dollars, a aidé 120 missions à l'étranger à entreprendre plus de 1 800 projets centrés sur les clients. Environ 75 p. 100 des clients canadiens ont déclaré avoir élargi leurs réseaux de contacts clés dans les marchés étrangers, tandis que 70 p. 100 se sont dits mieux renseignés sur les nouveaux débouchés et 52 p. 100 ont commencé à exploiter de nouveaux débouchés. En outre, 54 p. 100 ont accru ou diversifié leur gamme de produits et services dans le marché cible. Parmi les contacts étrangers, 70 p. 100 se sont déclarés mieux renseignés sur les possibilités d'exportation, d'investissement et de partenariats en sciences et en technologie au Canada.</p> <p>Le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) a fait connaître 6 290 occasions à plus de 18 000 entreprises canadiennes. Ce service a notamment permis la vente de pois cassés au Kenya (500 000 \$), d'alcool commercial au Burkina Faso (39 000 \$) et de joints hydrauliques à la Grèce (14 500 \$). Depuis sa création en 1995, le COAI a communiqué près de 40 000 occasions d'affaires à des entreprises canadiennes de tous les secteurs de l'économie, soit en entrant directement en contact avec les fournisseurs ou en envoyant des courriels aux fournisseurs canadiens compétents.</p> <p>SourceCAN repère les occasions d'affaires au pays et à l'étranger et les signale à des fournisseurs de produits et de services canadiens. Cette année, plus de 51 000 utilisateurs inscrits ont reçu des avis personnalisés sur 418 000 occasions d'affaires susceptibles de les intéresser. Les nouveaux contrats de vente conclus pendant l'exercice grâce à ce service se chiffrent à plus de 400 millions de dollars, comparativement à 80 millions l'an dernier. Cette montée en flèche est en grande partie attribuable aux améliorations apportées aux fonctions de recherche et de navigation du système.</p>
	<p>Pour aider les clients à prendre de l'expansion à l'échelle internationale, la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) soutient activement les entreprises canadiennes à la recherche de nouveaux débouchés d'exportation dans des marchés très prometteurs, notamment les États-Unis, le Royaume-Uni et l'Irlande, la Chine, le Japon, la France et le Mexique. En fournissant des renseignements commerciaux, en proposant des activités de jumelage et en faisant connaître des occasions d'affaires et des partenaires ou des distributeurs potentiels à quelque 200 entreprises, la SCHL a contribué au cours de l'exercice écoulé à des exportations canadiennes dépassant 70,5 millions de dollars. Elle a organisé des dizaines de missions commerciales dans les marchés cibles et organisé des programmes pour plus de 40 délégations du monde entier à la recherche de compétences et de produits canadiens.</p>

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08

Compte tenu de la croissance spectaculaire du volume des échanges avec les pays étrangers, le **Fonds pour services aux clients (FSC)** a été mis sur pied pour aider le **Service des délégués commerciaux** à répondre à une hausse de la demande visant une gamme élargie de services commerciaux plus complexes. Le budget du Fonds risque d'être amputé de 2,4 millions de dollars (27,5 p. 100) en raison de la perte de contributions provenant d'une autre source et du manque de nouvelles sources de financement.

Le **Centre des occasions d'affaires internationales (COAI)** continuera de collaborer avec les missions et les bureaux à l'étranger pour porter les clients éventuels à l'attention des entreprises canadiennes, en particulier les PME. Une réorganisation sectorielle en 2004-2005 vise à améliorer les compétences du personnel et à harmoniser les services aux besoins des différents secteurs. En outre, le COAI entreprendra une formation plus proactive en collaboration avec les bureaux à l'étranger pour s'assurer qu'ils comprennent bien les services offerts par l'organisme et améliorer la qualité des occasions signalées.

SourceCAN continuera de s'attacher à mieux faire connaître ses services et à inciter différents groupes – utilisateurs actuels (pour s'assurer qu'ils utilisent le système de façon optimale), associations, contacts régionaux et participants aux foires commerciales – à y avoir recours et en trouvant des partenaires supplémentaires dans les secteurs public et privé.

Au cours des trois prochains exercices, la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL), continuera d'encourager l'industrie canadienne de l'habitation à diversifier ses exportations vers les marchés d'Amérique du Nord et d'ailleurs et elle s'efforcera de faciliter l'accès des entreprises canadiennes du secteur à ces marchés prioritaires.

Développement des marchés internationaux (suite)

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2003-04
<p>Aider les exportateurs canadiens à faire valoir leurs produits et services sur les marchés d'exportation à l'occasion de missions prestigieuses à l'étranger</p>	<p>Cette année encore, plusieurs missions commerciales prestigieuses et des dizaines de missions de moindre importance ont été organisées.</p> <p>La mission commerciale de mai 2003 en Bulgarie et en Turquie, par exemple, a attiré 25 entreprises canadiennes de différents secteurs et démontre les possibilités de commerce, d'investissement et de partenariat prometteuses que recèlent ces deux pays. La mission de décembre 2003 au Chili a attiré 51 entreprises, générant des contrats d'une valeur de plusieurs millions de dollars et réaffirmant l'engagement du Canada à l'égard de l'Accord de libre-échange Canada-Chili. Trente-neuf représentants de 26 entreprises ont participé à une mission commerciale en Amérique centrale (Guatemala, El Salvador, Costa Rica et Panama) en mars 2004, visant à renforcer des échanges commerciaux qui ont frôlé le milliard de dollars en 2003. Une évaluation du programme de missions commerciales d'Équipe Canada a été menée auprès des intervenants clés, notamment les représentants des provinces, les PME, les grandes entreprises, les organismes culturels et les établissements d'enseignement. Certains changements ont été proposés, mais la plupart des personnes consultées estiment que le concept d'Équipe Canada est efficace pour promouvoir le Canada dans les principaux marchés étrangers.</p> <p>Initiative majeure du programme Routes commerciales, le Forum canadien sur l'entreprise de la culture : quand la culture s'affaire (Paris), qui réunissait des entreprises de différents secteurs, a offert aux entrepreneurs canadiens du secteur des arts et de la culture la possibilité de présenter des occasions d'affaires, d'élargir leurs réseaux de contacts, d'améliorer leurs compétences et leurs pratiques en affaires et de se familiariser avec la culture d'affaires des marchés francophones (en particulier les préoccupations des pays d'Europe et des pays en développement concernant la promotion et la commercialisation des produits artistiques et culturels). Les commissaires au commerce culturel de Routes commerciales ont aussi organisé ou appuyé 35 missions commerciales, soit plus du double de l'année précédente.</p> <p>Les organismes canadiens de développement régional ont continué d'appuyer les missions commerciales pour leur clientèle. L'APECA a organisé deux missions d'Équipe Canada Atlantique à Washington, D.C., au cours desquelles 70 entreprises des provinces de l'Atlantique ont participé à plus de 480 réunions avec des entreprises américaines. Ces missions ont généré des ventes à court terme de 1 million de dollars et des ventes prévues dépassant 65 millions. L'APECA a aussi organisé huit missions commerciales de l'Atlantique (p. ex. Scandinavie, France et New York) qui ont donné lieu à de nouveaux contrats totalisant des millions de dollars. DEC a aidé plus de 2 300 entreprises qui ont participé à 237 missions commerciales dans des pays tels que la France, le Brésil, la Nouvelle-Zélande, les États-Unis et le Bénin. Au nom de 16 entreprises du nord de l'Ontario, FedNor a appuyé une mission commerciale à Detroit, qui a entraîné des ventes à court terme de 545 000 \$, et une à Chicago, au cours de laquelle 18 entreprises du nord de l'Ontario ont participé à la foire commerciale de la National Manufacturing Week et à 125 réunions interentreprises. Une mission regroupant les représentants de 30 fournisseurs du secteur minier et organismes de développement économique du nord-est de l'Ontario ont participé à une activité de jumelage d'entreprises au Chili dans le cadre d'ExpoNor 2003, l'une des plus importantes foires commerciales du secteur minier en Amérique du Sud. DEO a appuyé la participation d'entreprises canadiennes à des conférences, des foires commerciales et des missions internationales telles que le Salon des technologies environnementales Globe 2004, la Conférence et Foire commerciale – Hydrogène et Piles à combustible 2003, VidFest (Vancouver International Digital Festival), la deuxième conférence annuelle Bio Partnering North America et la conférence internationale Women Trading Globally.</p>
	

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08

Les membres d'ECI continueront de diriger et d'appuyer différentes missions commerciales représentant des régions, des secteurs et des groupes de clients particuliers ainsi que d'y participer.

Le Consulat du Canada à Munich et la Direction de l'expansion des affaires en Europe et de la connectivité explorent la possibilité d'organiser une mission NEXOS à CeBit en mars 2005.

Compte tenu du renouvellement du programme **Routes commerciales**, les futures initiatives importantes connexes seront proposées en collaboration.

L'APECA prévoit plusieurs missions commerciales regroupant des gens d'affaires de la région de l'Atlantique dans son ensemble, y compris une mission technologique et commerciale au Salon aéronautique international de Farnborough (Royaume-Uni), une mission à l'Exposition internationale de l'Acadie 2004 (Halifax), une mission de spécialistes de la technologie, de gens d'affaires et d'investisseurs à la Sea Tech Week (France), une mission de gens d'affaires et d'investisseurs à BIO (New York), une mission d'Équipe Canada Atlantique à Chicago, une mission de gens d'affaires, d'investisseurs et de représentants des secteurs du tourisme et de la culture à l'exposition universelle EXPO 2005 (Japon) et une mission commerciale à Aqua Nor 2005 (Norvège). FedNor appuiera Naturallia, qui se tiendra en novembre 2004. Le Forum international organisé par le Collège Boréal réunira plus de 200 chefs de file des secteurs des mines et des forêts provenant de cinq continents pour discuter de coopération et de partenariats d'affaires. En outre, FedNor soutiendra des missions commerciales en Italie et au Mexique. Pour sa part, DEO a recensé plusieurs foires et missions commerciales auxquelles il participera ou qu'il appuiera en 2004-2005. Sont du nombre le CoreNet Global Summit 2004, une tournée de sensibilisation aux capacités technologiques de l'Ouest canadien, les BC Export Awards 2004 et la toute première Conférence des Amériques sur l'approvisionnement public fédéral organisée conjointement par la Corporation commerciale canadienne et la General Services Administration des États-Unis.

Développement des marchés internationaux (suite)

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2003-04
<p>Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et manifestations commerciales dans le monde entier</p>	<p>Image de marque Canada, initiative d'ECI lancée en 2001-2002, fait valoir le Canada en tant que source de produits et services novateurs et de qualité auprès des visiteurs étrangers participant à des foires commerciales clés. Cette année, le programme a appuyé les activités de marketing de centaines d'entreprises canadiennes dans le cadre de 39 foires internationales importantes, soit près de deux fois plus que l'an dernier. Un sondage mené auprès des visiteurs étrangers lors de neuf de ces salons a révélé une amélioration de la perception des capacités de l'industrie canadienne.</p> <p>En 2003, on a célébré le 20^e anniversaire du programme des Prix d'excellence à l'exportation canadienne, qui rend hommage aux entreprises canadiennes qui prospèrent sur les marchés du monde entier. On reconnaît ainsi leur contribution à la croissance économique du Canada.</p> <p>Sur le thème <i>Ensemble pour la sécurité et la prospérité</i>, quelque 2 000 établissements universitaires, organismes non gouvernementaux et sommités politiques parmi les plus prestigieux du monde se sont réunis au Forum économique mondial à Davos, en Suisse, en janvier 2004. Le Premier ministre du Canada, les ministres du Commerce international et de l'Industrie du Canada, les délégations provinciales du Québec, de l'Ontario et de la Colombie-Britannique et une cinquantaine d'entreprises canadiennes y représentaient le Canada, très présent à cet événement. Plusieurs initiatives canadiennes organisées en marge du Forum ont été utilisées pour promouvoir le point de vue du Canada et faire valoir le pays en tant que destination de choix pour l'investissement.</p> <p>Le programme Routes commerciales a octroyé 1,3 million de dollars pour aider 61 entrepreneurs canadiens à participer à des foires commerciales et à des activités de promotion du commerce un peu partout dans le monde, notamment la San Francisco International Art Exposition, la Foire du livre de Francfort, Hot Docs (Toronto), la conférence annuelle de l'Association of Performing Arts Presenters (New York), MILIA 2003 (France) et le MIDEM 2003 (France).</p> <p>Les Équipes sectorielles commerciales Canada (ESCC) aident les entreprises canadiennes à participer à des missions et à des foires commerciales à l'étranger et à accueillir au Canada des missions d'acheteurs étrangers. Selon plus de 80 p. 100 des participants interrogés, ces activités les aident à avoir accès à de nouveaux marchés et à maintenir ou renforcer leur présence sur les marchés étrangers. Les activités étaient notamment :</p> <p>L'ECC Aérospatiale et défense a aidé plus de 137 entreprises canadiennes participant à des foires internationales clés du secteur de l'aviation et de la défense, notamment le Salon de l'aéronautique de Paris 2003 (France), l'Aerospace Congress and Exhibition (Canada), DSEi Defence Systems and Equipment International (Royaume-Uni), MRO 2004 (États-Unis) et Heli Expo 2003 (États-Unis). Malgré la guerre en Irak et un recul généralisé des ventes de l'industrie, la participation à ces activités continue de croître. Un sondage mené auprès des participants au Salon de l'aéronautique de Paris a révélé un taux de satisfaction de 90 p. 100. Les premières inscriptions à Farnborough 2004 semblent indiquer que le nombre de participants continuera d'augmenter.</p> <p>Sous l'égide du nouveau Cadre stratégique pour l'agriculture lancé l'an dernier, l'ECC Agriculture, aliments et boissons a appuyé la participation d'entreprises canadiennes à des foires internationales importantes comme BIOFACH 2004 (Allemagne), le Westcoast Food Show (États-Unis), ANUGA 2003 (Allemagne) et FOODEX 2004 (Japon). Dans l'ensemble, plus de 130 entreprises canadiennes ont participé à ces foires. Elles ont réalisé des ventes sur place dépassant 12 millions de dollars et établi un contact avec plus de 1 050 clients éventuels.</p>



Activités prévues de 2004-05 à 2007-08

Image de marque Canada continuera de travailler en étroite collaboration avec ses partenaires pour accroître la participation aux foires commerciales internationales importantes. En 2004-2005, le programme financera des initiatives dans le cadre de 26 foires mettant à contribution près de 1 000 exposants canadiens. Ce programme qui connaît un vif succès s'efforcera d'obtenir un renouvellement du financement qui doit prendre fin en 2004-2005.

Le programme des **Prix d'excellence à l'exportation canadienne** sera remanié de manière à mieux rendre hommage aux entreprises qui aident le Canada à se tailler une place dans l'économie XXI^e siècle. Parmi les modifications prévues, mentionnons une nouvelle campagne de publicité dans les publications régionales ou nationales qui mettra en évidence des exportateurs exceptionnels, fera connaître le Service des délégués commerciaux, les Centres du commerce international et d'autres services, donnera une visibilité accrue aux activités de sensibilisation menées par le ministre et aidera à faire connaître et apprécier à leur juste valeur les priorités du Canada en matière de commerce.

Le Canada devrait continuer d'assurer une forte présence au Forum économique mondial annuel compte tenu du succès des activités canadiennes organisées en marge de cette réunion l'an dernier. On mettra encore l'accent sur les initiatives qui donnent une visibilité au Canada et renforcent sa présence dans le cadre du Forum, en particulier dans les dossiers du commerce et de l'investissement.

Le programme **Routes commerciales** continuera d'appuyer la participation des entrepreneurs canadiens du secteur des arts et de la culture aux principales activités internationales.

L'**ECC Aérospatiale et défense** continuera de participer à des activités sectorielles prestigieuses telles que le Salon aéronautique international de Farnborough 2004 (Royaume-Uni) et MRO 2005 (États-Unis). À Farnborough, par exemple, l'Équipe organisera un Pavillon du Canada, un Chalet canadien, un programme ministériel, un programme d'investissement, un programme d'information et de renseignements commerciaux ainsi que différents événements médiatiques et activités de réseautage. Parmi les activités prévues à MRO 2005, mentionnons l'organisation d'un stand, la production d'un guide et une foule d'activités de réseautage. En 2004, on prévoit d'accroître la portée du programme de renseignements commerciaux, de diffuser les rapports et l'information par voie électronique et de lancer un grand projet national dans le domaine de l'aérospatiale.

L'**ECC Agriculture, aliments et boissons** continuera d'appuyer la participation d'entreprises à des foires commerciales internationales importantes comme le SIAL 2004 (Paris), l'Exposition européenne des fruits de mer (Belgique), BIOFACH (Allemagne) et Alimentaria (Mexique). Au SIAL 2004, un signet faisant la promotion du Canada sera inséré dans tous les programmes et le logo du pays sera l'un des dix logos promotionnels imprimés sur la carte du Salon. À BIOFACH, on organisera une soirée du Canada pour souligner la diversité, l'innovation, la culture et les attraits touristiques de notre pays.

Développement des marchés internationaux (suite)

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2003-04
<p>(suite) Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et manifestations commerciales dans le monde entier</p>	<p>L'ECC Automobile a apporté son aide à 45 entreprises canadiennes qui participaient à des foires internationales telles que le Congrès mondial de la SAE (Detroit), International BAIKA (Allemagne) et le Tokyo Motor Show (Japon). L'Équipe a aussi organisé des missions commerciales au Japon, en Allemagne pour les fournisseurs d'équipement d'origine et une au Mexique pour les fournisseurs de pièces de rechange, et elle a accueilli une mission française du secteur des pièces d'origine.</p> <p>L'ECC Bio-industries a appuyé la participation de 160 organisations canadiennes du secteur de la biotechnologie à BIO 2003 (Washington, D.C.) et BIO 2004 (San Francisco), conférence la plus importante dans le domaine. En plus d'organiser le Pavillon du Canada et d'accueillir des séminaires sur les partenariats entre le Canada et les autres pays et sur le capital de risque à ces deux conférences, l'Équipe a organisé différentes réceptions et activités de réseautage. Plus de 90 p. 100 des participants canadiens à ces activités ont fait état d'une amélioration de leurs perspectives commerciales et plus de 60 p. 100 ont déclaré avoir réalisé des ventes sur place atteignant 100 000 \$ ou plus.</p> <p>L'ECC Produits et services culturels a appuyé ses membres et d'autres entrepreneurs du secteur des arts et de la culture et leur a fourni de l'information. Quatre rapports, mettant l'accent sur les marchés d'Amérique et d'Australie, ont été affichés dans le site Web de l'Équipe : <i>Procédures administratives touchant l'accès aux marchés [des États-Unis] pour les entreprises culturelles canadiennes</i>, <i>Le marché des arts visuels dans la région des trois États à l'intention des galeries d'art canadiennes</i>, <i>Étude des marchés de l'Est des États-Unis</i>, et <i>Le marché de la musique country en Australie</i>.</p> <p>L'ECC Matériel et services d'énergie électrique a appuyé la participation de 45 entreprises à PowerGen International (Las Vegas). Plus de 50 entreprises canadiennes ont participé à une mission japonaise au Canada visant le secteur de l'électricité. Par la suite, plusieurs entreprises du secteur de l'industrie nucléaire ont pris part à une mission au Japon.</p> <p>L'ECC Industries environnementales a appuyé la participation de 71 entreprises canadiennes à des missions au Mexique, en Pologne, en Chine et en Inde, y compris la participation d'exposants canadiens à Enviro-Pro/PowerMex (Mexique), POLEKO 2004 (Pologne), CIEPEC (Chine) et au Climate Change Technology Bazaar (Inde). Onze entreprises canadiennes ont également reçu de l'aide pour des activités secondaires organisées en Hongrie et en Pologne. Lors de Globe 2004 (Vancouver), l'Équipe a appuyé et accueilli sept missions internationales. De 50 à 100 entreprises canadiennes participaient à chacune de ces missions.</p> <p>Lancée sous forme de projet pilote en 1999 et reconnue dans le monde entier pour son approche de partenariat novatrice dans le domaine du développement économique durable, l'Initiative des villes durables (IVD) fournit un cadre pour déterminer les projets de partenariat entre des organisations canadiennes et les municipalités participantes à l'étranger. Plus de 700 entreprises et organisations gouvernementales ou autres et 1 300 particuliers du Canada prennent maintenant part à des projets variés : systèmes de gestion durable des déchets à grande échelle, plans d'aménagement ou d'expansion des réseaux collecteurs d'eaux pluviales ou usées, projets touristiques, télécommunications, gestion énergétique et transports urbains.</p>



Activités prévues de 2004-05 à 2007-08

L'ECC **Automobile** continuera d'encourager et d'appuyer la participation canadienne à des foires internationales importantes telles que le Congrès mondial de la SAE (États-Unis), le Tokyo Motor Show (Japon) et l'AM Industry Week (États-Unis). Plusieurs missions sont prévues au cours des trois prochains exercices, dont une mission commerciale en Allemagne et en Europe centrale à l'automne 2004, pour les fournisseurs d'équipement d'origine.

L'ECC **Bio-industries** prévoit de participer à BIO 2005 (Philadelphie) pour faire connaître le Canada comme pays de prédilection pour le commerce, l'investissement et l'innovation.

L'ECC **Produits et services culturels** continuera de diriger l'élaboration de plans d'action en matière de commerce international, qui seront continuellement mis à jour, concernant l'artisanat, le design, le cinéma et la télévision, la musique et l'enregistrement sonore, les nouveaux médias, les arts de la scène, l'édition et les arts visuels.

L'ECC **Matériel et services d'énergie électrique** prévoit de participer à HydroVision (Montréal), qui présentera 45 exposants canadiens, ainsi qu'à la Nuclear Technology Exhibit (Washington, D.C.). L'Équipe organise par ailleurs une mission au Mexique visant le secteur de l'électricité et se prépare à accueillir une mission russe dans le même domaine.

L'ECC **Industries environnementales** a adopté un plan de trois à cinq ans pour l'Inde et la Chine. Chaque année, avec l'apport de différents partenaires, dont l'industrie, l'Équipe dirigera une mission qui se rendra dans plusieurs villes de ces deux pays et offrira un programme intégrant des foires commerciales, des vitrines technologiques, des ateliers sur le changement climatique, des séances d'information à l'intention des entreprises, des réceptions, des visites guidées, des services de jumelage et des réunions de groupe. En outre, l'Équipe continuera de participer à Globe (Vancouver) et à Americana (Montréal) tous les deux ans, à appuyer une exposition au Pavillon du Canada et des ateliers portant sur des marchés particuliers.

Le financement de l'**Initiative des villes durables (IVD)** prend fin le 31 mars 2005 et on cherche maintenant à définir une stratégie et une méthode afin de reconduire le programme. Entre temps, grâce à une gestion adéquate des fonds jusqu'au 31 mars 2006, l'IVD continuera de travailler en étroite collaboration avec les villes partenaires pour favoriser le développement durable et encourager le commerce et l'investissement. À cette fin, le Canada aura l'occasion de présenter et d'appliquer son savoir-faire, ses technologies et ses services dans les domaines prioritaires à l'appui du développement urbain durable, c'est-à-dire la planification urbaine, l'eau propre, la gestion des déchets, les transports, le logement, le renforcement des capacités, les télécommunications, l'infrastructure urbaine, etc. En outre, le Comité consultatif des entreprises de l'IVD a mis sur pied un groupe de travail sur le financement afin de résoudre le problème du financement des projets et de définir une stratégie à cet égard.

Développement des marchés internationaux (suite)

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2003-04
<p>(suite) Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et manifestations commerciales dans le monde entier</p>	<p>Cette année, l'Initiative a mis en évidence plusieurs nouvelles possibilités d'activités commerciales et de collaboration et donné lieu à plusieurs nouvelles alliances stratégiques.</p> <p>L'ECC Industries de la santé a aidé plus de 50 participants à des foires commerciales internationales importantes telles que Medica 2003 (Allemagne), la plus grande foire commerciale des industries de la santé dans le monde. Plus de 90 p. 100 des participants ont affirmé que leur participation entraînerait d'importantes occasions d'affaires; 80 p. 100 ont mentionné avoir établi un contact sur place avec des clients éventuels sérieux.</p> <p>L'ECC Technologies de l'information et des télécommunications a organisé et appuyé la participation de plus de 400 entreprises canadiennes du secteur à des foires et activités internationales telles que le Congrès du CONIP sur le cybergouvernement (Brésil), la High-Tech Fair (Chine), ITU Telecom World (Suisse), PT Wireless (Chine), le Sommet mondial sur la société de l'information (Suisse), le colloque de NASSCOM (Inde), Supercomm 2004 (Inde), ExpoComm 2004 (Mexique) et le salon CeBIT 2004 (Allemagne). Selon les participants canadiens, ces activités leur ont permis d'établir un contact avec plus de 500 clients éventuels et de réaliser des ventes sur place et ultérieurement se chiffrant à environ 170,5 millions de dollars, en plus de conclure des ententes avec plusieurs agents de vente et distributeurs. Le Canada a également participé aux 28e et 29e réunions du Groupe de travail de l'APEC sur les télécommunications (Taïwan et Hong Kong). Un soutien a été offert pour des missions commerciales en Inde et au Pakistan, ainsi que pour l'accueil de plusieurs délégations d'Australie, d'Europe, d'Irlande, d'Iran, de Hong Kong et du Mexique.</p> <p>L'ECC Matériel et services d'exploitation du pétrole et du gaz a appuyé la participation de plus de 200 entreprises canadiennes à des foires commerciales internationales comme Offshore Technology Conference (Houston), EXITEP 2003 (Mexique), Offshore Europe (Écosse), KIOGE 2003 (Russie) et la conférence-exposition technique annuelle 2003 de la Society of Petroleum Engineers (Denver). L'Équipe a aussi appuyé une mission canadienne de promotion du commerce au Mexique et organisé huit séances à l'intention d'entreprises canadiennes désireuses de connaître les expériences des différents exportateurs canadiens faisant affaire dans des pays tels que le Tchad, le Brésil, le Venezuela, les Émirats arabes unis, l'Iran et l'Irak et de s'inspirer des leçons qu'ils ont apprises.</p> <p>L'ECC Plastiques a aidé 42 entreprises participant à des activités internationales comme Les Journées européennes des composites (France), Plast 2003 (Italie), la National Plastics Exhibition (Chicago), Plastics Philippines (Manille), Chinaplas 2004 (Chine) et Composites 2003 (Anaheim).</p>
	<p>Compte tenu des résultats des groupes de travail de l'an dernier sur le financement, les marchés prioritaires et les occasions d'affaires liées au développement international, l'ECC Services a concentré ses efforts sur quelques foires et missions commerciales clés et s'est davantage attachée à promouvoir une utilisation accrue des outils d'exportation existants. Au cours de l'exercice, elle a lancé, amélioré ou mis à jour plusieurs produits d'information, dont <i>Une approche mondiale... Exportez vos services</i>, l'outil électronique <i>Carnet de route pour les affaires liées au développement international</i> (contrats financés par les institutions financières internationales ou les Nations Unies), <i>Vienne et Helsinki — Un tremplin vers l'Europe de l'Est</i>, ainsi que la <i>Feuille de route pour le développement de projets internationaux</i>. En plus de participer et de contribuer à plusieurs foires et missions commerciales, dont World Education Market (WEM) (Portugal), le British Education Trade Show (BETTS) (Royaume-Uni) et une mission commerciale de représentants de l'Autorité du</p>

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08

L'ECC **Industries de la santé** continuera d'appuyer la participation des entreprises canadiennes à MEDICA au cours des prochains exercices. Elle concentrera ses efforts sur l'élaboration d'une conception commune pour les pavillons, afin d'améliorer la visibilité et l'image de marque du Canada et produira une brochure annuelle présentant les entreprises canadiennes, un cédérom sur l'industrie des technologies médicales et d'autres produits d'information selon les besoins. Des réceptions de réseautage seront également organisées chaque année pour attirer les délégués étrangers.

L'ECC **Technologies de l'information et des télécommunications** continuera d'appuyer la participation d'entreprises canadiennes à des foires commerciales sectorielles, par exemple, la Hong Kong Information Infrastructure Expo (Chine), Communication Asia/Broadcast Asia 2004 (Singapour) et ITU Telecom Asia 2004 (Corée). L'Équipe continuera d'accueillir des missions de l'étranger, ainsi que d'organiser et d'appuyer des séminaires, des ateliers et des activités de jumelage selon les demandes reçues.

L'ECC **Matériel et services d'exploitation du pétrole et du gaz** continuera d'encourager et d'appuyer la participation canadienne à des foires commerciales comme la Offshore Technology Conference (Houston), le Global Petroleum Show (Calgary) et la conférence-exposition technique annuelle de la Society of Petroleum Engineers (Houston). L'Équipe continuera par ailleurs d'organiser régulièrement des réunions régionales pour faire connaître ses services et l'évolution de la conjoncture dans les principaux marchés cibles.

L'ECC **Plastiques** continuera d'encourager et d'appuyer la participation canadienne à des activités internationales importantes telles que Plast-Ex 2004 (Toronto), Plast 2006 (Italie), Plast Imagen 2005 et 2006 (Mexique), Expolast 2005 (Montréal), Plastindia 2005 (Inde), Argenplas 2006 (Argentine), la National Plastics Exposition 2006 (Chicago), Chinaplas 2005 et 2006 (Chine), Composites 2004 et 2006 ainsi que Brasilplast 2006 (Brésil). L'Équipe prévoit par ailleurs d'organiser une mission de fabricants de moules à Cleveland.

L'ECC **Services** continuera de mettre en œuvre les recommandations formulées par les groupes de travail, par exemple, sensibiliser l'industrie aux outils et services à leur disposition, améliorer le savoir-faire en matière de financement des exportations, participer à l'initiative des Manufacturiers et exportateurs du Canada intitulée Fabrication : pour une vision claire de notre avenir et aux activités des bureaux de Vienne et de Helsinki (*Un tremplin vers l'Europe de l'Est*)(2004-2005) et peut-être de Hong Kong, Singapour, Johannesburg et Miami (2005-2007). L'Équipe offrira aussi à l'intention des nouveaux exportateurs des séminaires de formation mettant l'accent sur le financement.

Développement des marchés internationaux (suite)

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2003-04
<p>(suite) Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et manifestations commerciales dans le monde entier</p>	<p>canal de Panama, l'Équipe a pris part à trois missions commerciales visant à renforcer la présence des fournisseurs de services canadiens dans le secteur de l'environnement et d'élargir l'éventail de services offerts dans le cadre des projets environnementaux (Mexique, Pologne, Chine).</p> <p>L'ECC Produits du bois et autres matériaux de construction a soutenu des entreprises canadiennes, qui ont ainsi pu participer à des manifestations commerciales internationales comme Interzum (Allemagne), la plus importante foire commerciale pour la production de meubles, l'architecture d'intérieur, les produits forestiers et les produits du bois. Dix-neuf entreprises canadiennes et associations professionnelles avaient un stand au Pavillon du Canada. Plusieurs missions canadiennes ont visité Interzum, dont 18 entreprises des provinces de l'Atlantique, 25 de la région du Lac-Saint-Jean au Québec et 35 avec le Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ). L'ECC a fourni du financement pour l'International Builders' Show (IBS) à Las Vegas, auquel elle a participé, et elle a assuré la dotation en personnel du Pavillon du Canada en collaboration avec l'agent de commerce du Consulat du Canada à Atlanta responsable du secteur. Cette foire commerciale a attiré plus de 100 000 visiteurs, 25 exposants canadiens au Pavillon du Canada et 90 autres exposants canadiens dans différents autres pavillons de cette foire, qui est la plus importante des États-Unis.</p>
<p>Financer le développement des marchés</p>	<p>Six cent dix-sept entreprises canadiennes et 57 associations professionnelles ont reçu une aide financière de 10,4 millions de dollars par l'intermédiaire du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).</p> <p>La Banque de développement du Canada (BDC) a octroyé plus de 2 milliards de dollars sous forme d'aide financière — prêts, capital de risque et services-conseils — à plus de 7 000 PME canadiennes commercialement viables. Parmi les solutions uniques et spécialisées proposées par la BDC, mentionnons le financement à long terme assorti de modalités de remboursement souples et une approche unique pour les besoins en fonds de roulement, afin d'appuyer le développement de nouveaux produits et de marchés d'exportation. Le Groupe-conseil de la BDC offre des conseils spécialisés en matière d'exportation pour faire de ces entreprises des exportateurs avisés en les aidant à évaluer les occasions d'affaires sur les marchés mondiaux, à accroître leur capacité de production, à établir des contacts sur les marchés étrangers et un réseau de distribution, ainsi qu'à respecter les règlements internationaux. La solution <i>Destination : marchés internationaux</i> offerte par la BDC propose une approche graduelle en matière d'exportation, qui fournit des renseignements pratiques faisant autorité pour aider à évaluer le potentiel et la capacité d'exportation.</p> <p>Le Programme d'exportation agroalimentaire a versé 26 millions de dollars à 98 associations industrielles nationales et à 38 entreprises clientes, afin de les aider à développer des marchés internationaux pour les produits agroalimentaires, les boissons et les produits de la mer.</p>
	<p>À peine cinq mois après le début de l'exercice financier, le programme de contributions Routes commerciales a connu un tel succès que le nombre d'entreprises inscrites a été de 2,5 fois supérieur à ses capacités. À la fin de 2003-2004, ce programme avait octroyé environ 2 millions de dollars à l'appui de 67 bénéficiaires du secteur des arts et de la culture dans toutes les régions du Canada.</p>

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08

Après avoir déterminé que ses marchés prioritaires sont les États-Unis, le Japon (et l'Asie du Nord) ainsi que l'Allemagne (et l'Europe de l'Ouest), l'ECC **Produits du bois et autres matériaux de construction** prévoit de participer à des foires commerciales telles que Interbuild 2004 et 2006 (Royaume-Uni), Interzum 2005 et 2007, le Salon maison bois (France), Plan Expo (Irlande), le Japan Home Show (Japon), l'International Builders Show (Ontario) et Bau (Allemagne).

Les membres d'ECI continueront d'appuyer les exportateurs canadiens grâce à différents programmes de financement axés sur le développement de marchés.

Le programme de contributions **Routes commerciales** a été reconduit pour un exercice supplémentaire et il sera en activité en 2004-2005.

Développement des marchés internationaux (suite)

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2003-04
<p>(suite) Financer le développement des marchés</p>	<p>Le Programme canadien d'exportation des produits du bois (connu sous le nom de Produits de bois canadien) a versé 5,51 millions de dollars pour venir en aide à 15 associations industrielles représentant plus de 1 000 entreprises du secteur des produits du bois au Canada. Ce programme quinquennal doté d'un budget de 35 millions de dollars partage avec l'industrie les coûts d'initiatives destinées à accroître les possibilités d'exportation pour les produits du bois canadien. Parmi les projets appuyés cette année, mentionnons l'ouverture de bureaux de promotion à Beijing, Shanghai, Tokyo, Bruxelles et Londres; des activités de représentation à Séoul (Corée du Sud) et à Taipei (Taïwan); la réalisation de 19 études de marchés pour la Chine, l'Europe, le Japon et le Mexique; le lancement d'un portail Web sous la gouverne de l'industrie pour la diffusion d'information sur les produits du bois canadiens; une forte présence de Produits de bois canadien à Interbuild, foire commerciale importante tenue au Royaume-Uni. En vertu du nouveau code de construction de charpentes en bois adopté à Taïwan en octobre 2003, les produits du bois nord-américains peuvent être utilisés pour la construction sur ce marché. De plus, le code du bâtiment sur la conception de structure en bois adopté en Chine en janvier 2004 a été mis en œuvre, permettant ainsi la construction de maisons à ossature de bois nord-américain faisant appel aux règles de classement, aux caractéristiques de conception et aux produits canadiens.</p> <p>Sous la bannière du Programme d'emploi en commerce international de Développement de l'économie de l'Ouest, 66 PME de la région ont obtenu une aide financière totalisant de plus de 2,8 millions de dollars. Ces entreprises ont pu partager avec DEO les coûts liés à l'embauche de 82 nouveaux diplômés affectés à des projets de développement des marchés étrangers pour deux ou trois ans.</p> <p>Le Programme de coopération industrielle de l'Agence canadienne de développement international a approuvé l'octroi de près de 52 millions de dollars pour aider 154 entreprises canadiennes à la recherche d'occasions d'affaires à l'étranger.</p>
<p>Offrir des solutions de calibre mondial dans les domaines de la gestion des risques, du financement des exportations et de la passation des marchés</p>	<p>Exportation et développement Canada (EDC) offre aux exportateurs canadiens des services de financement, d'assurance et de cautionnement des exportations, ainsi que de l'information spécialisée sur les marchés étrangers, afin de les aider à soutenir la concurrence à l'étranger. En 2003, EDC fourni à 7 172 entreprises canadiennes, pour la plupart des PME, des services de financement des exportations et de gestion du risque se chiffrant à 51,9 milliards de dollars, pour financer ou assurer des projets d'exportation et d'investissement dans plus de 140 marchés. Le nombre de clients d'EDC a augmenté de 18 p. 100 par rapport à 2002 pour l'aide concernant les acomptes et le cautionnement de bonne exécution, offrant aux PME l'assurance nécessaire pour accroître leur capacité de financement auprès des institutions financières. EDC a également perfectionné la technologie utilisée pour venir en aide aux PME, leur permettant ainsi de contracter et de renouveler plus efficacement les polices au moyen d'outils de cybercommerce, y compris le Centre d'assurance-comptes clients.</p> <p>CCC (la Corporation commerciale canadienne), organisme fédéral de passation des marchés d'exportation, offre aux exportateurs canadiens tout un éventail de services pour les aider à obtenir des marchés d'exportation, entre autres : soutien à la promotion de projets d'exportation, conseils pour la préparation et la présentation d'offres ou de propositions, assistance en matière d'établissement et de négociation des contrats, suivi et administration des contrats. En 2003-2004, les services de la CCC ont aidé 3 702 exportateurs canadiens à réaliser des ventes à l'exportation totalisant 1,144 milliard de dollars dans 25 pays.</p>

Activités prévues de 2004-05 à 2007-08

Les activités de promotion visant à faire connaître le programme **Produits de bois canadien** comprendront la diffusion d'un bulletin électronique s'adressant au secteur privé; les séminaires conjoints Canada Wood Days au Royaume-Uni; les séminaires techniques au Japon; et la participation à cinq foires commerciales importantes en Chine et au Japon. Pour améliorer les services, on mettra en place un système d'information en ligne sur les demandes de remboursement et la gestion.

Exportation et développement Canada (EDC) s'est fixé comme objectif de servir 8 000 clients d'ici 2004 en attirant de nouveaux exportateurs et investisseurs et en aidant les clients actuels dans les efforts qu'ils déploient pour accroître leurs exportations. À mesure qu'EDC met au point de nouvelles solutions financières pour ses clients, il met à jour des outils et en crée de nouveaux pour s'adapter à l'évolution du Consensus et des marchés financiers. À l'heure actuelle, EDC examine sa gamme de produits financiers dans le but de s'associer plus efficacement avec les banques pour offrir des services financiers aux entreprises canadiennes.

Après être passée en 2002 d'un modèle de recouvrement des coûts à un modèle axé sur la rémunération des services pour ses activités non liées à l'Accord canado-américain sur le partage de la production de défense, la CCC mettra en place des options supplémentaires quant à l'établissement des prix pour les achats regroupés en vertu de son Service de maître d'œuvre international, afin de mieux répondre aux besoins de ses clients. Pour 2004-2005, elle s'est fixé comme objectif d'atteindre un volume d'activités se chiffrant à 1,2 milliard de dollars.

Références photographiques

Affaires indiennes et du Nord Canada, pages 12 et 14.

Agriculture et agroalimentaire Canada, page couverture et pages 10 et 16.

Patrimoine Canada, page couverture et page 20.

Ressources naturelles Canada, page couverture et pages 6, 8, 22 et 24.