

ÉQUIPE CANADA INC • RAPPORT ANNUEL 2005



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, de qualité et parfaitement intégrés.

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 dans le but d'aider les entreprises canadiennes à se positionner de manière efficace et rentable sur les marchés internationaux.

NOTRE APPUI AUX ENTREPRISES CANADIENNES

ECI met à la disposition des entreprises un guichet unique qui leur donne accès à de l'information sur l'exportation, à des services de consultation, à des renseignements sur les marchés, à de l'aide financière et à de l'aide sur le terrain offerts par le gouvernement fédéral, les provinces et les territoires ainsi que par le secteur privé. Par cette démarche sans précédent, le gouvernement et ses partenaires conjuguent leurs efforts afin d'assurer aux entreprises qui se préparent à conquérir les marchés mondiaux des services rapides et efficaces répondant à leurs besoins.

1 888 811-1119

exportsource.ca



Les membres et les partenaires d'ECI dispensent des services aux entreprises canadiennes grâce à un vaste réseau en plein essor qui comprend les éléments suivants.

NOS MEMBRES EN 2004-2005

Les seize ministères et organismes fédéraux suivants aident les entreprises canadiennes à réussir sur le marché international : l'Agence canadienne de développement international; l'Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec; l'Agence de promotion économique du Canada atlantique; Agriculture et Agroalimentaire Canada; Commerce international Canada; le Conseil national de recherches du Canada; la Corporation commerciale canadienne; Diversification de l'économie de l'Ouest Canada; Environnement Canada; Exportation et développement Canada; Industrie Canada; Patrimoine canadien; Pêches et Océans Canada; Ressources naturelles Canada; la Société canadienne d'hypothèques et de logement; Statistique Canada.

SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Le Service des délégués commerciaux fait partie de Commerce international Canada. Il regroupe 800 délégués commerciaux travaillant dans 140 bureaux à l'étranger ainsi que d'une centaine de délégués commerciaux en poste dans 12 bureaux régionaux au Canada. Ces délégués aident les entreprises canadiennes qui sont prêtes à exporter à se tailler une place sur les marchés étrangers.

RÉSEAUX COMMERCIAUX RÉGIONAUX

Dans toutes les régions du Canada, le gouvernement fédéral, les administrations provinciales et territoriales, les associations de l'industrie et les intervenants du secteur privé unissent leurs efforts au sein de ces partenariats provinciaux de fournisseurs de services à l'exportation afin d'aider les entreprises canadiennes à réussir sur les marchés étrangers. Pour ce faire, ils organisent des manifestations, des séances de perfectionnement professionnel, des séminaires, des foires d'information, etc.

ENTREPRISES CANADA

Dans chaque province et territoire, Entreprises Canada (auparavant les Centres de services aux entreprises du Canada) travaille en collaboration avec plus de 300 partenaires régionaux pour assurer l'accès à la ligne sans frais des Services d'information sur l'exportation d'ECI et pour fournir tout un éventail de renseignements sur les services, les programmes et la réglementation en matière commerciale. Le personnel d'Entreprises Canada répond aux questions liées à la mise sur pied d'une entreprise ou à la croissance d'une société existante. Ces services sont accessibles par téléphone, télécopieur, courrier, courrier électronique ou Internet. Beaucoup de bureaux offrent également un service au comptoir.

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, c'est-à-dire : l'aérospatiale et la défense; l'agriculture, les aliments et les boissons; l'automobile; les bio-industries; les matériaux de construction; les produits et services culturels; le matériel et les services d'énergie électrique; les industries environnementales; les industries de la santé; les technologies de l'information et des télécommunications; le matériel et les services d'exploitation du pétrole et du gaz; les plastiques; les services.

ADMINISTRATIONS PROVINCIALES, TERRITORIALES ET MUNICIPALES

Chacune de ces administrations apporte une aide précieuse aux exportateurs en leur offrant des programmes et des services à l'exportation par l'entremise des bureaux locaux des ministères, des organismes et des agences de développement économique.

ASSOCIATIONS, ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT ET SECTEUR PRIVÉ

Les associations, les établissements d'enseignement et les entreprises jouent également un rôle primordial dans le développement des exportations du Canada. Des organismes communautaires ruraux, des sociétés de développement économique et des associations commerciales et industrielles dispensent des conseils en matière d'exportation aux entreprises de localités ou de secteurs donnés. Les organismes à vocation éducative tels le Forum pour la formation en commerce international proposent régulièrement à divers endroits au Canada des activités de formation en la matière, notamment les ateliers *Destination : Marchés internationaux*. Dans le secteur privé, une multitude d'entreprises offrent aussi des services à l'exportation, notamment des services bancaires, d'expédition, d'étude de marché et d'assistance juridique.

NOS SERVICES

Les membres et partenaires d'ECI offrent un large éventail de services personnalisés afin d'aider les entreprises canadiennes à se préparer à l'exportation et à maximiser leurs chances de 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>Services d'information sur l'exportation 1 888 811-1119</p> <p>Renseignements 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 au marché des 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>Atténuation 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 pour les visites</p> <p>Rencontres personnelles</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 2004-2005	4
Plans et priorités pour 2005-2006	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 2005 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 2004-2005.

© Ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux Canada 2005
ISBN : 0-662-69232-2
N° de catalogue : EE1-2005
Imprimé au Canada



MESSAGE DU COMITÉ DE GESTION D'ECI



Le Comité de gestion d'ECI a le plaisir de présenter le *Rapport annuel 2004-2005 d'Équipe Canada inc.*

Depuis près de dix ans, ECI s'emploie à offrir aux entreprises canadiennes un guichet unique qui leur permette d'accéder facilement à la gamme complète des renseignements et des services mis à leur disposition pour qu'elles réalisent leurs ambitions en matière de commerce international.

Cette année encore, ECI a fourni des services à des entreprises de toutes les régions du pays et de tous les secteurs de l'économie. Nous avons appuyé des milliers d'entreprises canadiennes – en particulier des petites et moyennes entreprises (PME) – en leur donnant de l'information commerciale et des conseils sur l'exportation par l'intermédiaire d'ExportSource.ca et de la ligne sans frais des Services d'information sur l'exportation. Nous avons en outre maintenu l'accès aux services d'information commerciale, d'aide financière et d'aide sur le terrain qui sont offerts par le gouvernement fédéral, les administrations provinciales et

territoriales et le secteur privé. Les principaux outils d'ECI ont été employés plus de 380 000 fois en 2004-2005, et l'indice de la satisfaction des clients est invariablement élevé. (last sentence deleted)

Le Conseil de direction d'ECI reconnaît que le commerce international a changé du tout au tout depuis que l'Équipe a commencé ses activités il y a près d'une décennie. Les progrès constants réalisés dans les secteurs de la fabrication et des technologies des transports et des communications, de même que l'augmentation remarquable de la mobilité des capitaux, de l'information et des gens, ont totalement modifié le contexte concurrentiel à l'échelle mondiale. Les anciens modèles de fonctionnement ont été remplacés par de nouveaux modèles dictés par l'investissement étranger et l'innovation. Il y a intégration commerciale entre les frontières, et les entreprises établissent de plus en plus leurs activités de production, d'approvisionnement, d'investissement et de partenariat dans des régions du globe qui offrent des avantages concurrentiels sur le plan des coûts.



En clair, il se peut qu'ECI doive modifier le soutien qu'elle apporte aux entreprises canadiennes afin de refléter ces nouvelles réalités. Appuyer l'engagement des entreprises canadiennes sur les marchés internationaux ne se résume plus à les aider à élargir leurs exportations. Il s'agit de les aider à avoir accès à des intrants à prix concurrentiel, à attirer l'investissement étranger, à s'engager dans le développement de la propriété intellectuelle, à établir les liens appropriés en science et technologie et à accéder aux marchés et aux réseaux de distribution – autant d'éléments cruciaux de la capacité d'une entreprise à réussir dans l'actuel contexte commercial mondial.

À cet égard, nous devons examiner à fond comment adapter les activités d'ECI de façon à répondre aux besoins grandissants des entreprises canadiennes. Celles-ci auront besoin de connaissances et d'outils stratégiques pertinents et opportuns pour adapter leurs stratégies commerciales à toutes les étapes du commerce international – le repérage des sources d'approvisionnement,

l'investissement, la coopération en matière de recherche et développement et la commercialisation – ainsi que pour tirer parti des débouchés et affronter de nouvelles formes de concurrence et d'incertitude.

Au cours des prochains mois, le Comité de gestion d'ECI réexaminera le rôle que doit jouer ECI dans la réponse aux besoins de planification stratégique et de gestion horizontale de ses membres et de ses partenaires. Notre partenariat pangouvernemental évolue, mais une constante demeure : l'engagement ferme d'ECI à mettre en œuvre une approche solidement intégrée pour soutenir la prospérité du Canada et sa réussite commerciale dans le monde.

La présidente du Comité de gestion d'ECI

Sara Hradecky

QUELQUES RÉALISATIONS DE 2004-2005

Les membres et les partenaires d'ECI ont à leur actif de nombreuses réalisations, dont les suivantes :

- ▶ Plus de 370 000 visites dans le site **ExportSource.ca**, ce qui constitue une augmentation de 13,4 % par rapport à l'an dernier et représente plus du double des visites enregistrées il y a cinq ans. Près de 80 % des utilisateurs du site Web ont fait part de leur intention de recourir de nouveau au service.
- ▶ Réception de 12 385 appels sur la ligne sans frais des **Services d'information sur l'exportation d'ECI** et taux de satisfaction de la clientèle de 85 %.
- ▶ Traitement de 35 674 transactions avec des clients par les délégués commerciaux des 140 missions à l'étranger : 10 188 aperçus du potentiel de marché, 6 171 rapports sur des entreprises locales, 9 235 recherches de contacts clés, 8 570 rencontres personnelles et 1 510 interventions de dépannage. Dans les bureaux régionaux du Canada, prestation de services de consultation en exportation à plus de 6 800 clients et aide à 19 955 clients de plus à l'occasion de 454 missions et activités de promotion du commerce et de l'investissement.
- ▶ Par l'intermédiaire de **SourceCAN**, distribution électronique de plus de 553 000 avis signalant des occasions d'affaires à 60 000 utilisateurs inscrits. Ces avis ont débouché sur des nouveaux contrats de vente se chiffrant à plus de 784 millions de dollars.
- ▶ Les débouchés commerciaux ciblés par le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) depuis sa création il y a 10 ans ont donné lieu à plus de 460 000 jumelages éventuels avec des entreprises canadiennes en mesure d'exporter. Rien qu'en 2004, plus de 6 000 occasions d'affaires repérées par le COAI ont débouché sur plus de 60 000 jumelages ou contacts avec des entreprises canadiennes.
- ▶ Missions commerciales stratégiques d'envergure organisées de manière à coïncider avec les visites officielles du Premier ministre au Brésil et en Chine. Dirigée par le ministre du Commerce international, la mission en Chine comptait plus de 370 participants canadiens, ce qui en fait la plus importante mission commerciale jamais organisée.

- ▶ Augmentation du nombre de clients inscrits auprès du **Délégué commercial virtuel**, qui est passé de 11 400 à 17 400.
- ▶ Publication de 207 études de marché, aperçus du marché et profils sectoriels de pays, lesquels ont été envoyés aux clients inscrits à **InfoExport** et au Délégué commercial virtuel et distribués dans le cadre de foires commerciales et d'autres activités.
- ▶ Appui à la participation de centaines d'entreprises canadiennes à plus de 100 foires commerciales et autres manifestations connexes tenues partout au Canada et ailleurs dans le monde.
- ▶ Prestation de services de financement des exportations et de gestion des risques d'une valeur de 54,9 milliards de dollars à 6 962 entreprises canadiennes ayant réalisé des ventes ou des investissements à l'étranger en 2004. Élargissement du réseau de représentants permanents d'Exportation et développement Canada dans certains marchés stratégiques, dont Rio de Janeiro (Brésil) et Kuala Lumpur (Malaisie).
- ▶ Facilitation de l'exportation de produits de l'industrie canadienne de l'habitation d'une valeur de 68 millions de dollars. Ce chiffre représente plus de 180 transactions individuelles, soit une augmentation de 50 % par rapport à l'année précédente. En outre, prestation de services de financement d'une valeur de 6,3 millions de dollars à 14 associations industrielles représentant plus de 1 000 entreprises de transformation du bois au Canada.
- ▶ Octroi de 29,5 millions de dollars à 58 entreprises et associations industrielles en vue du développement de marchés internationaux pour les produits agricoles et agroalimentaires, les boissons et les produits de la mer.
- ▶ Augmentation du nombre d'exportateurs autorisés à remplir une Déclaration d'exportation canadienne automatisée, qui est passé d'un peu plus de 20 000 à 33 000.

Pour en savoir plus sur les réalisations d'ECI au cours de l'exercice 2004-2005, voir l'annexe intitulée « Bilan détaillé de l'exercice et plans d'avenir ».

PLANS ET PRIORITÉS POUR 2005-2006

Les exportations représentent près de 40 % du produit intérieur brut du Canada, et le quart des emplois canadiens en dépendent. Elles sont manifestement l'élément vital de l'économie du Canada, qui continue à profiter grandement de leur réussite. Nous attirons le talent et l'investissement et nous comptons sur le milieu du commerce d'exportation pour qu'il continue d'innover et de se développer tout en créant des emplois pour les Canadiens.

Orientations stratégiques

Équipe Canada inc et ses partenaires sont déterminés à accroître la compétitivité des entreprises canadiennes à l'échelle mondiale en les aidant à tirer profit des occasions d'affaires internationales. ECI continuera d'aider des milliers d'entreprises canadiennes de toutes tailles à réaliser leurs objectifs en matière de compétitivité mondiale et de leur faciliter la tâche :

- ▶ en leur assurant un accès pratique et direct à de l'information et à des services à l'exportation novateurs et parfaitement intégrés;
- ▶ en cherchant de façon systématique à répondre à leurs besoins en constante évolution;
- ▶ en élargissant le réseau de partenaires fournisseurs de services tout en renforçant les communications et les interactions entre les partenaires actuels;
- ▶ en encourageant la mise en place d'un programme commercial intégré au sein du gouvernement du Canada.

Les membres d'ECI et les ministères et organismes fédéraux continueront d'axer leurs efforts sur la réalisation d'objectifs précis en matière de commerce international, à savoir :

- ▶ développer nos relations commerciales avec des clients et des partenaires clés de toutes les régions du globe;
- ▶ offrir aux entreprises canadiennes les services dont elles ont besoin pour réussir sur les marchés mondiaux;
- ▶ faire du Canada un pôle d'attraction de l'investissement et de l'innovation.

Reconnaissant qu'il ne faut rien tenir pour acquis dans le monde de la concurrence actuel où tout change rapidement, nos efforts tiendront compte du fait :

- ▶ que c'est avec les États-Unis que le Canada entretient ses principales relations économiques;
- ▶ que le Canada doit se positionner par rapport aux autres puissances économiques reconnues, comme l'Union européenne et le Japon, de même que par rapport aux nouvelles puissances économiques telles la Chine, l'Inde et le Brésil.

Nota : Pour plus de renseignements sur la manière dont ECI et ses membres mettent en œuvre la stratégie fédérale de développement du commerce, consulter l'annexe.

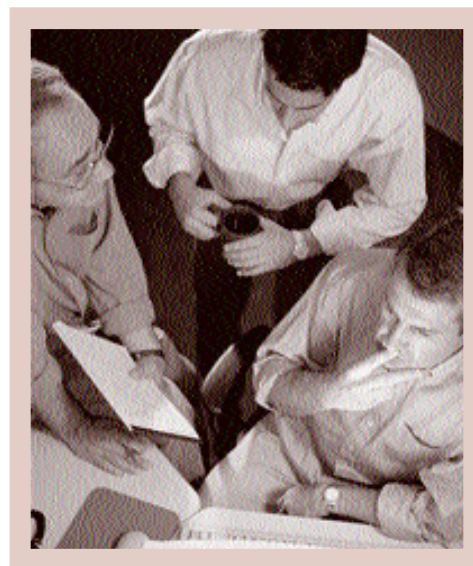
Mise en œuvre des initiatives d'ECI

Équipe Canada inc s'emploiera à créer de nouvelles synergies entre ses membres au chapitre de la promotion de l'investissement et du commerce lorsqu'elles pourront se révéler efficaces. ECI continuera aussi de donner une rétroaction pour les besoins de l'Initiative de représentation accrue aux États-Unis, afin de soutenir les efforts que déploie le gouvernement fédéral pour défendre et faire valoir les intérêts du Canada et tirer parti des innovations et des possibilités de développement du commerce dans les marchés clés des États-Unis.

Service à la clientèle

ECI poursuivra les activités amorcées en vue de rejoindre un plus grand nombre de petites et moyennes entreprises canadiennes et de partenaires éventuels.

- ▶ **Établir de nouveaux partenariats.** Pour mieux rejoindre ses clients, ECI poursuivra 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 (RCR) à coordonner leurs activités et leur fournira un financement accru, notamment pour le programme *Passeports pour le marché mondial* et les activités de sensibilisation.
- ▶ **Élargir la gamme d'outils d'ECI.** Grâce au financement assuré par l'intermédiaire de Gouvernement en direct, ECI pourra continuer en 2005-2006 d'améliorer les outils en ligne qu'elle met à la disposition des exportateurs canadiens. Elle examinera la possibilité d'élargir et d'améliorer l'accès au portail Internet Canada-Inde, un projet pilote visant à faciliter les contacts entre les gens d'affaires des deux pays pour qu'ils puissent repérer et exploiter des occasions d'affaires. En outre, les outils en ligne d'ECI comme l'*Évaluation interactive du financement des exportations*, le *Plan d'exportation interactif* et la version élargie du *Carnet de route pour l'exportation* seront raffinés.
- ▶ **Rejoindre un plus grand nombre d'entreprises canadiennes.** ECI continuera de mettre l'accent sur la conception d'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 du ministre du Commerce international, qui fait valoir les intérêts des petites entreprises, et elle fera la promotion des produits et services mis à la disposition des entreprises canadiennes en organisant surtout des activités de promotion ayant déjà donné de bons résultats, comme les relations avec les médias, les activités en ligne et les efforts communs des membres et partenaires d'ECI.



- ▶ **Améliorer les méthodes de gestion et d'administration d'ECI.** ECI continuera de mettre au point une approche globale et uniforme pour la présentation des rapports sur la mesure du rendement, y compris les cadres de mesure du rendement établis 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. Pour s'assurer que les clients d'affaires canadiens continuent à recevoir des services d'information de qualité, ECI examinera aussi d'autres méthodes permettant d'améliorer et de financer ses services à la clientèle, notamment les volets relatifs à l'exportation (exportsource.ca) et à l'importation (importsource.ca) de la passerelle Entreprises Canada et la ligne sans frais des Services d'information sur l'exportation. ECI procédera aussi à l'examen des programmes et des services de développement du commerce international qui sont offerts aux petites et moyennes entreprises par ses membres et par un certain nombre d'autres ministères et organismes fédéraux.

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	Réalizations en 2004-2005
<p>Aider les entreprises canadiennes à se préparer aux défis de l'exportation.</p>	<p>Chaque année, les membres d'ECI organisent individuellement et collectivement des centaines de séminaires, d'ateliers et d'autres activités de formation à l'intention des entreprises canadiennes qui songent à exporter ou qui se préparent à le faire.</p> <p>Sous la bannière du Service des délégués commerciaux du Canada, les bureaux régionaux de Commerce international Canada ont fourni des conseils en matière d'exportation à quelque 6 800 clients et ont donné du soutien à 19 955 clients de plus à l'occasion de 454 missions et manifestations axées sur le commerce et l'investissement. Il s'agit d'une augmentation de la clientèle de l'ordre de 40 %, que l'on attribue au renforcement des partenariats, aux rencontres avec des délégués commerciaux en visite et à de nouveaux programmes comme l'Initiative de représentation accrue aux États-Unis. Un nouvel outil en ligne a été mis en oeuvre pour qu'il soit plus facile de surveiller l'impact des efforts en cours et d'améliorer sans cesse la conception et la prestation des programmes.</p> <p>Dans le cadre du programme Routes commerciales de Patrimoine canadien, sept commissaires au commerce culturel en poste à Vancouver, Winnipeg, Toronto, Montréal, Moncton, Halifax et St. John's ont visité plus de 850 entreprises et organismes et fourni des conseils à plus de 750 exportateurs canadiens du secteur des arts et de la culture.</p> <p>Plus de 1 100 entrepreneurs de partout au Canada ont tiré profit des ateliers <i>Destination : marchés internationaux</i> offerts par des partenaires d'ECI de concert avec le Forum pour la formation en commerce international. Environ 95 % des participants qui ont rempli les questionnaires d'évaluation des ateliers ont affirmé en être très satisfaits. Plus de 14 000 personnes ont consulté la nouvelle page Web <i>Destination : marchés internationaux</i>, et le document intitulé <i>Ateliers Destination : marchés internationaux – Survol</i> a été téléchargé 1 152 fois. Le guide des participants ainsi que le manuel de l'instructeur et la documentation relative aux exposés des cinq ateliers ont été mis à jour, et la version anglaise d'un sixième atelier intitulé « Initiation aux aspects culturels du commerce international » a été élaborée. En outre, le portail <i>Destination : marchés internationaux</i> est accessible en ligne depuis mars 2005.</p> <p>Les organismes canadiens de développement régional, à savoir l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), Diversification de l'économie de l'Ouest Canada (DEO), l'Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec (DEC) et FedNor, ont offert des séances de consultation individuelles et des séminaires sur les exportations à des milliers de clients. Par exemple, l'APECA a présenté des séances régionales d'information et de sensibilisation sur le commerce à 1 705 exportateurs éventuels et 115 séances d'encadrement commercial à 373 exportateurs éventuels. Par la suite, 79 clients de l'APECA ont commencé à exporter et 83 exportateurs ont conquis de nouveaux marchés extérieurs. L'APECA a obtenu la coopération d'un certain nombre d'associations industrielles pour élaborer ou mettre en oeuvre 27 stratégies d'exportation sectorielles. FedNor a tenu 19 séances de développement et de perfectionnement des compétences commerciales à l'intention de 189 entreprises du nord de l'Ontario et 32 séminaires sur le commerce qui ont attiré 600 participants. Grâce à une aide financière pour la mise sur pied de projets d'exportation conjoints avec des partenaires d'affaires clés, DEO a appuyé la tenue de 18 ateliers de préparation et de sensibilisation à l'exportation à l'intention de plus de 800 participants, de même que la prestation de conseils à l'exportation à 196 clients et la tenue de neuf activités de préparation à l'exportation dans le nord de la Colombie-Britannique et de 22 autres activités d'aide à l'entrée sur les marchés. DEO a aussi lancé 128 projets de commerce et d'investissement de concert avec un grand nombre d'organismes oeuvrant dans le domaine du commerce international, des associations industrielles, des organismes de services sociaux et des organismes communautaires et gouvernementaux. Plus de 400 clients de DEC se sont préparés en vue de l'exportation, 250 ont commencé à exporter et 432 autres ont réalisé des ventes évaluées à 93 millions de dollars sur de nouveaux marchés.</p>



Capacité d'exportation et état de préparation

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

Activités prévues de 2005-2006 à 2008-2009

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


Commerce international Canada continuera d'améliorer la coordination et la communication entre les bureaux du Service des délégués commerciaux au Canada et à l'étranger, plus précisément en les reliant au moyen d'un nouveau système de gestion des relations avec la clientèle. Les bureaux régionaux amélioreront la surveillance de l'impact de leurs services afin de trouver des nouvelles façons de renforcer et de développer les services existants. En 2005-2006, ils visent, entre autres, les objectifs suivants : faire des appels de suivi auprès de la totalité des entreprises nouvellement inscrites au Délégué commercial virtuel; assurer un suivi auprès de la totalité des entreprises dans les régions ayant été informées d'occasions d'affaires par le COAI; augmenter le nombre de séances de consultation avec des clients, et atteindre un niveau de satisfaction d'au moins 84 % dans les sondages effectués auprès des clients lors d'activités organisées ou coordonnées par les bureaux régionaux. L'intégration des services des bureaux régionaux dans le Délégué commercial virtuel est prévue pour 2005.

Le Forum pour la formation en commerce international (FFCI) prévoit une augmentation annuelle de 10 % du nombre d'ateliers et d'inscriptions en ligne à la suite du lancement, en mars 2005, du portail *Destination : marchés internationaux*. Ce nouveau portail accroît la portée et l'impact des efforts de commercialisation et de communication en cours. Le Forum s'associera avec divers conseils sectoriels, comme le Conseil national du secteur des produits de la mer et le Conseil des fabricants de vêtements du Canada, en vue d'adapter le matériel de formation de *Destination : marchés internationaux* aux intérêts et aux besoins précis de ces secteurs. En outre, il produira la version française du sixième atelier de *Destination : marchés internationaux* intitulé « Initiation aux aspects culturels du commerce international ».

Les organismes de développement régional du Canada continueront d'adapter les produits et les services d'ECI aux besoins particuliers des nouveaux exportateurs dans leurs régions respectives. Parmi les services fournis, mentionnons des séances d'initiation au commerce international, des consultations individuelles, des conférences, des séminaires, des programmes de mentorat ou d'encadrement et des missions commerciales régionales. Par exemple, DEC projette d'attirer 2 500 entreprises à une vingtaine d'activités de développement du commerce, des exportations et des marchés, de même que de guider ou d'appuyer les efforts de commercialisation, d'exportation ou de développement des marchés de 565 autres entreprises. Quant à l'APECA, elle s'emploiera 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 trois tournées de présentation dans le nord de l'Ontario qui devraient attirer entre 25 et 30 participants chacune, en partenariat avec le ministère du Développement du Nord et des Mines de l'Ontario. DEO collaborera avec différentes associations industrielles afin de mettre sur pied des activités sectorielles de promotion internationale et mettra en place un programme d'ateliers locaux consacrés à l'exportation ainsi que des services d'aiguillage dans la collectivité en collaboration avec son Réseau des sociétés d'aide au développement des collectivités.

Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

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

Priorité stratégique	Réalizations en 2004-2005
<p>(suite) Aider les entreprises canadiennes à se préparer aux défis de l'exportation.</p>	<p>Le nombre d'exportateurs autorisés à produire une Déclaration d'exportation canadienne automatisée a atteint 33 000, ce qui constitue une forte hausse par rapport aux quelque 20 000 inscrits l'année précédente.</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 répondant à leurs besoins. 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 (à Regina). À la conférence ministérielle de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) tenue en Turquie, cinq entreprises canadiennes et plus de deux douzaines d'organismes partenaires ont mis en lumière les efforts déployés par le Canada pour élargir les perspectives d'exportation des PME.</p>
<p>Faciliter l'accès des entreprises à une gamme complètement intégrée de services commerciaux offerts par le gouvernement du Canada.</p>	<p>Le site ExportSource.ca a reçu 370 453 visites, ce qui constitue une augmentation de 13,4 % par rapport à l'exercice précédent et représente deux fois plus que le nombre enregistré il y a cinq ans. Selon une enquête exhaustive menée auprès des utilisateurs du site, le degré de satisfaction est très élevé : 80 % des utilisateurs ont indiqué qu'ils utiliseraient de nouveau le service. La ligne sans frais des Services d'information sur l'exportation a reçu 12 385 appels, une baisse pour la cinquième année consécutive qui dénote une préférence croissante pour les services en ligne. Dans bien plus de 80 % des cas, les réponses aux demandes ont été fournies conformément aux normes de services prescrites. Selon une enquête sur la satisfaction de la clientèle, l'indice de satisfaction est de 85 %.</p> <p>Les efforts soutenus déployés pour 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. Outre l'ajout de 25 nouveaux partenaires fournisseurs de services, ECI a mis en oeuvre des activités de sensibilisation et de promotion comme les suivantes : participation à diverses foires commerciales et conférences; envoi de courriers électroniques et de cartes postales à 27 000 exportateurs actifs et éventuels pour les informer des services d'ECI; dans le site ExportSource.ca, ajout d'une nouvelle section consacrée aux médias et d'un article hebdomadaire sur l'exportation visant à encourager la publication de contenus sur l'exportation dans des magazines, journaux communautaires, bulletins d'information commerciale et publications d'associations; enfin, amélioration des produits d'information s'adressant aux membres et aux partenaires d'ECI.</p> <p>À la suite d'un réexamen du mode de collaboration des bureaux régionaux de Commerce international Canada avec les missions à l'étranger, il a été convenu qu'ils continueront d'offrir des services sous la nouvelle bannière du Service des délégués commerciaux au Canada.</p> <p>Le programme Routes commerciales de Patrimoine canadien a été renouvelé pour une période de cinq ans, soit jusqu'au 31 mars 2010. Ce programme soutient la promotion du commerce culturel en offrant des services d'aide à l'entrée sur les marchés, d'aide sur le terrain et de recherche, de même qu'un programme de contributions.</p>
	

Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

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

Activités prévues de 2005-2006 à 2008-2009

On s'attend à une forte hausse de l'utilisation de la Déclaration d'exportation canadienne automatisée, car un plus grand nombre d'exportateurs déclareront leurs exportations qui ne sont pas destinées aux États-Unis à l'aide du système électronique au lieu des formulaires papier.

Le Conseil consultatif des PME sur le commerce international 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.

ECI continuera d'améliorer **ExportSource.ca** et de promouvoir activement ce service auprès des entreprises canadiennes dans tous les secteurs et toutes les régions. Outre les activités de promotion en ligne et conjointes, ECI entreprendra une campagne visant à promouvoir son contenu relatif à l'exportation auprès de médias ciblés.

ECI continuera de développer son réseau actuel de 552 partenaires qui couvre l'ensemble du pays.

Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

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

Priorité stratégique	Réalizations en 2004-2005
<p>Produire à l'intention des entreprises canadiennes une information pertinente et utile sur l'exportation.</p>	<p>Parmi les nouvelles caractéristiques et les nouveaux produits ajoutés à ExportSource.ca au cours de l'exercice, mentionnons la nouvelle présentation graphique et la nouvelle interface, le nouvel outil en ligne <i>Aide à l'export</i> qui vise à faciliter l'accès aux produits et services à l'exportation offerts dans les régions, la version interactive du très populaire <i>Guide pas-à-pas à l'exportation</i>, une base de données consultable sur les foires commerciales, ainsi que plusieurs guides en ligne nouveaux ou mis à jour comme <i>Exporter aux États-Unis</i>, <i>Préparation en vue de la visite d'un acheteur étranger</i> et le <i>Guide de soumissions à des projets de développement international</i>. Outre le fait que des milliers d'utilisateurs ont consulté les produits d'information en ligne d'ECI, plus de 50 000 exemplaires du populaire <i>Guide pas-à-pas à l'exportation</i> et du <i>Carnet de route pour l'exportation</i> ont été distribués.</p> <p>Le nombre de clients inscrits auprès du Délégué commercial virtuel (DCV) a augmenté de 80 % pour passer à près de 15 000. Un grand nombre de nouveaux contenus provenant de plusieurs partenaires d'ECI ont été ajoutés au DCV. Le Centre des études de marché de Commerce international Canada a publié 207 études de marché, aperçus du marché et profils sectoriels de pays à l'intention de clients canadiens inscrits à InfoExport et au DCV (dans le site duquel 55 781 téléchargements ont été effectués). Ces documents ont aussi été distribués à l'occasion de foires commerciales et d'autres activités. Au cours de l'année, le Centre des études de marché a examiné 150 produits d'information élaborés par des missions à l'étranger et a approuvé la publication de 76 de ces documents. Il a aussi envoyé environ 1 000 bulletins électroniques aux missions canadiennes à l'étranger pour leur transmettre des nouvelles sectorielles pertinentes provenant de sources diverses et pour souligner des occasions d'affaires sur les marchés étrangers. Les commentaires recueillis auprès des clients dans le cadre de groupes de consultation (qualitatifs) et d'un sondage en ligne (quantitatifs) étaient enthousiastes, tant à l'égard du contenu que de la qualité, du degré du détail et de la présentation de ces produits d'information sur les marchés. Le site IFInet de la Direction du financement international de Commerce international Canada a été consulté par 108 576 visiteurs. La direction a également participé à huit activités de promotion du commerce tenues à l'échelle du pays, au cours desquelles elle a fourni à plus de 7 000 exportateurs de l'information sur les occasions d'affaires s'offrant à eux par le truchement des institutions financières internationales dans le monde entier, de même qu'assuré à 70 agents commerciaux une formation sur le financement du commerce extérieur et les procédures d'approvisionnement des banques multilatérales de développement. Commerce international Canada a remanié <i>CanadExport</i> et en publié 20 numéros ainsi que sept encarts consacrés à des secteurs précis. Outre les 52 000 exemplaires imprimés de chaque numéro qui ont été envoyés aux abonnés, environ 633 articles ont été publiés dans Internet et transmis par courrier électronique à 5 600 abonnés à ce service.</p> <p><i>Exportateurs avertis</i>, magazine publié par Exportation et développement Canada, a été distribué à 27 750 abonnés. Parmi les nouveautés, mentionnons la nouvelle chronique présentant des analyses FFPM (forces, faiblesses, possibilités, menaces) de huit secteurs prioritaires de l'industrie et une nouvelle rubrique intitulée <i>Que sont-ils devenus?</i> qui traite des réussites antérieures de clients. <i>Info-Marchés EXPORT</i>, également un produit de cette société d'État, a été envoyé à 3 250 abonnés et à plus de 5 000 cyberabonnés, ce qui représente une augmentation de 30 %. EDC a aussi collaboré avec des partenaires à l'élaboration de guides spéciaux sur certains débouchés sectoriels pour les exportateurs et les investisseurs canadiens, de même que de guides sur la façon de faire des affaires dans des marchés stratégiques en plein essor. Mentionnons notamment <i>Practical Insights on Doing Business in China</i> (publié en collaboration avec les Manufacturiers et exportateurs du Canada) et <i>Canada-Inde : un commerce d'avenir</i> (publié en collaboration avec L.B. Associates de New Delhi, en Inde).</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 résultats obtenus par les exportateurs du Canada. Les exportateurs éventuels peuvent trouver dans ce registre des renseignements utiles leur permettant d'analyser les tendances observées dans leur industrie, leur groupe de produits, leur province ou le marché extérieur qu'elles ciblent.</p> <p>Le site Web du Service d'exportation agroalimentaire a reçu plus de deux millions de visites, ce qui représente une hausse de 36 % par rapport à l'exercice précédent. Les visites ont duré en moyenne un peu plus de 14 minutes, ce qui laisse supposer que les internautes y trouvent les renseignements dont ils ont besoin.</p>

Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

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

Activités prévues de 2005-2006 à 2008-2009

ECI continuera d'élargir l'éventail de ses outils en ligne en mettant l'accent sur les outils d'auto-apprentissage. Parmi les nouveautés prévues, mentionnons un nouveau tutoriel pour aider les utilisateurs de la populaire *TradeMap Canada*, de même qu'un nouvel outil pour le financement des exportations, deux nouveaux guides pour les exportateurs de services et des versions mises à jour des documents *Plan d'exportation interactif*, *La communication internationale : Préparation d'exposés efficaces*, *Répondre à une commande spontanée*, *Planifier un voyage d'affaires : Guide en ligne d'Équipe Canada inc à l'intention des exportateurs* et *Exporter aux États-Unis*.

ECI continuera d'élargir l'éventail des produits d'information du Délégué commercial virtuel et d'en faire la promotion; son but est de faire passer le nombre d'inscrits à 19 000 d'ici 2005-2006 et d'accroître l'utilisation de 50 % pour atteindre 198 000 visites. Le Centre des études de marché produira plus de 200 études de marché, aperçus du marché et profils sectoriels de pays en 2005-2006. La Direction du financement international de Commerce international Canada continuera d'enrichir et d'améliorer le contenu de son site Web *IFInet* en y ajoutant de l'information sur les organisations non gouvernementales internationales et sur l'aide au développement dans les marchés étrangers.

Exportation et développement Canada souhaite faire passer à 18 000 le nombre d'abonnés à *Exportateurs avertis* et à 3 500 celui des abonnés à *Info-Marchés EXPORT*.

Statistique Canada continuera d'améliorer le Registre des exportateurs canadiens pour qu'il donne un portrait plus complet des exportateurs, en y ajoutant des variables comme les recettes globales, le pays d'origine, la nationalité des capitaux majoritaires, l'investissement, la composition des effectifs et l'adoption de la technologie de pointe. Le Registre comportera aussi des données sur les importations, afin de donner un tableau plus global de la réaction des exportateurs aux variations du taux de change et aux autres événements économiques mondiaux.

Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

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

Priorité stratégique	Réalizations en 2004-2005
<p>Aider les entreprises canadiennes dirigées par des Autochtones, des femmes ou des jeunes à réaliser leur potentiel sur les marchés d'exportation.</p>	<p>Plusieurs membres et partenaires d'ECI ont organisé des activités spéciales de sensibilisation ou ont participé à des activités visant à faire mieux connaître aux Autochtones, aux femmes et aux jeunes entrepreneurs les possibilités d'exportation ainsi que les programmes et services mis à leur disposition.</p> <p>Le Comité de développement du commerce autochtone international a lancé tout un éventail d'activités de promotion, de sensibilisation et de soutien visant à accroître les perspectives en matière d'exportation des entrepreneurs autochtones. Cette année encore, une délégation de 42 représentants d'entreprises et de gouvernements autochtones a noué des relations avec des entreprises Fortune 500 à l'occasion de la conférence annuelle de la Native American Business Alliance qui s'est tenue au Nouveau-Mexique. Une douzaine d'entrepreneurs autochtones provenant de toutes les régions du pays se sont rendus à Washington pour faire des exposés à l'occasion d'une série de séminaires sur le développement durable présentés à la Banque mondiale et à la Banque interaméricaine de développement. Les représentants d'une coopérative autochtone canadienne se sont rendus dans huit collectivités autochtones des Philippines. Des acheteurs de Washington D.C. et de Chicago ont rencontré des artistes autochtones au festival Plant Indigen US à Toronto. À l'occasion de l'ouverture du nouveau National Museum of the American Indian à Washington, le Canada a fait don d'une sculpture autochtone pour la rotonde du musée et l'ambassade du Canada a organisé un programme culturel mettant en vedette le talent et la créativité autochtones, notamment une exposition d'art autochtone de la Banque d'œuvres d'art du Conseil des arts du Canada. En Allemagne, sept artistes des Premières nations ont participé à une campagne de promotion de Noël de quatre semaines organisée par l'un des grands magasins chics de Munich où l'on vend des articles de cadeaux, de mode et de musique. Les artistes ont fait des démonstrations et vendu leurs œuvres directement aux clients intéressés à leur culture et à leurs moyens d'expression artistique. Les activités tenues au Canada ont été axées sur l'établissement de relations avec le milieu des affaires et les fournisseurs de services autochtones; ECI a organisé des présentations et des séminaires sur les exportations et participé à la conférence annuelle du Conseil pour l'avancement des agents de développement autochtones. Un numéro spécial de <i>Canada – Regard sur le monde</i> portant sur les Autochtones a été distribué à 20 000 abonnés. Les articles portaient sur les contributions actuelles des Autochtones canadiens dans les secteurs de la culture, du commerce et de l'investissement, de la diplomatie, de l'environnement et de la jeunesse. Des revues du marché traitant de la vente d'art et d'artisanat autochtone canadien en Italie, en Allemagne et aux États-Unis ont été mises à jour et publiées en ligne. Une aide financière a été accordée pour la création par Tourisme autochtone Canada de la base de données des exploitants d'entreprise touristique qui sont prêts à exporter.</p> <p>Quinze nouvelles entreprises autochtones se sont jointes au volet arts et culture de la Foire commerciale virtuelle autochtone, l'outil d'exportation mis au point par le Comité de développement du commerce autochtone international en 2002 et qui relève de Patrimoine canadien. Cela porte à 102 le nombre d'entreprises participantes.</p>
	<p>Commerce international Canada a poursuivi ses activités de promotion, de sensibilisation et de soutien à l'intention des femmes entrepreneures, qui sont toujours sous-représentées dans le milieu de l'exportation. Mentionnons notamment la mission commerciale des femmes d'affaires intéressées par les marchés mondiaux et le forum connexe, le Gala du Réseau des femmes d'affaires du Québec à Montréal, les Canadian Women Entrepreneur of the Year Awards, le Forum économique sur les femmes entrepreneures d'Industrie Canada, la conférence annuelle de la Women President's Organization et la conférence annuelle de la Newfoundland and Labrador Organization of Women Entrepreneurs. Le Comité de développement du commerce féminin international s'est réuni pour la troisième fois afin d'examiner des questions relatives au financement et à la croissance des entreprises et de sensibiliser les membres aux programmes et activités de leurs collègues. Un nouveau volet axé sur les besoins des femmes entrepreneures a été ajouté à l'Initiative de formation globale du Service des délégués commerciaux. Dix exportatrices novices dans le secteur des nouveaux médias ont participé à une mission de formation à Chicago et elles se sont dites très satisfaites.</p>

Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

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

Activités prévues de 2005-2006 à 2008-2009

Les membres et partenaires d'ECI continueront de mener des activités de sensibilisation auprès des Autochtones et des femmes entrepreneures pour leur faire connaître les possibilités d'exportation ainsi que les programmes et les services mis à leur disposition.

En 2005-2006, le Comité de développement du commerce autochtone international prévoit notamment analyser les possibilités relatives aux Jeux olympiques qui se tiendront à Vancouver en 2010, participer au congrès 2006 de la Native American Business Alliance, concevoir un site Web consacré au commerce autochtone, mettre à jour le *Répertoire des exportateurs autochtones* et fournir une aide financière en vue d'une exposition qui se tiendra à Zurich (Suisse) et qui mettra en vedette des artistes contemporains des Premières nations.

Commerce international Canada poursuivra également ses activités visant à sensibiliser les femmes entrepreneures aux possibilités d'exportation ainsi qu'aux programmes et services mis à leur disposition. La publication d'un supplément de *CanadExport* intitulé *Femmes entrepreneures à la conquête des marchés internationaux* est prévue pour septembre 2005 et l'on s'emploie présentement à mettre à jour la section du site d'Infoexport intitulée « Les femmes d'affaires et le commerce ».

Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

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

Priorité stratégique	Réalisations en 2004-2005
(suite) Aider les entreprises canadiennes dirigées par des Autochtones, des femmes ou des jeunes à réaliser leur potentiel sur les marchés d'exportation.	<p>Plus de 1 400 exemplaires d'un document à l'intention des femmes d'affaires ont été distribués par le truchement du Centre de services aux entreprises Canada-Ontario, qui a aussi mis sur pied une ligne sans frais pour les femmes entrepreneures.</p> <p>L'APECA a aidé 109 diplômés en commerce à acquérir une expérience pratique en participant à l'élaboration de plans de recherche et d'exportation pour des entreprises exportatrices novices et expérimentées. Diversification de l'économie de l'Ouest Canada, en accordant une aide financière à frais partagés à 66 diplômés en commerce international, leur a permis d'acquérir une expérience pratique en aidant de petites et moyennes entreprises à améliorer leurs résultats sur les marchés d'exportation.</p>

Développement des marchés internationaux

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

Priorité stratégique	Réalisations en 2004-2005
Aider les entreprises canadiennes à repérer et à exploiter les occasions d'affaires sur les marchés étrangers.	<p>Chaque année, les membres d'ECI fournissent à des milliers d'exportateurs canadiens de l'information sur les marchés étrangers et les débouchés pour l'exportation, des occasions de réseautage ainsi que des services de dépannage et des conseils sur les approches novatrices en matière de développement des marchés d'exportation. Par ailleurs, des membres d'ECI s'emploient à repérer à l'intention des entreprises canadiennes des débouchés qui se traduisent souvent par la réalisation de ventes, la conclusion de nouveaux partenariats ou le choix de nouveaux fournisseurs, et même le développement de nouveaux produits.</p> <p>Dans les 140 missions du Canada à l'étranger, le Service des délégués commerciaux a traité 35 574 transactions avec des clients, auxquels il a notamment fourni les services suivants : 10 188 aperçus du potentiel de marché, 6 171 rapports sur les entreprises locales, 9 235 recherches de contacts clés, 8 570 rencontres personnelles et 1 510 interventions de dépannage. Au total, 6 528 entreprises canadiennes ont reçu des rapports de renseignements sur les marchés, tandis que 8 135 ont bénéficié d'un appui lors de visites à l'étranger. À la suite d'une réduction budgétaire de 2,4 millions de dollars, le Fonds pour services aux clients, doté d'un budget de 6,3 millions de dollars, a aidé 125 missions à l'étranger. Mis sur pied expressément pour aider les missions canadiennes à l'étranger à renforcer leur capacité de fournir aux entreprises canadiennes des services axés sur la clientèle et sur les résultats, le Fonds appuie plus de 1 700 projets centrés sur les clients, qui sont liés à l'expansion des exportations, à l'investissement étranger direct au Canada, à l'investissement canadien direct à l'étranger et aux partenariats en science et technologie. Environ 76 % des clients canadiens ayant eu recours à ces services ont déclaré avoir élargi leurs réseaux de contacts clés dans les marchés étrangers, 72 % se sont dits mieux renseignés sur les nouveaux débouchés et 54 % ont commencé à exploiter des occasions d'affaires et d'investissement ainsi que de nouveaux débouchés en science et technologie. En outre, 52 % ont accru ou diversifié leur gamme de produits et services offerts dans le marché cible. Parmi les contacts étrangers ciblés, 73 % ont dit être mieux renseignés sur le contexte commercial et les possibilités d'affaires au Canada.</p> <p>Depuis sa création en 1995, le Centre des occasions d'affaires internationales (COIA) offre des services commerciaux complets de jumelage d'entreprises afin d'appuyer le travail de collecte proactive de renseignements sur les marchés qu'accomplissent les délégués commerciaux du Canada à l'étranger. Il communique rapidement et efficacement les occasions d'affaires prometteuses aux entreprises canadiennes. Il entre directement en contact avec des entreprises canadiennes pour discuter de leurs intérêts et de leur capacité de répondre à certaines des milliers d'occasions d'affaires touchant à tous les secteurs de l'économie canadienne qui sont décelées par le réseau des délégués commerciaux à l'étranger. Certaines occasions font l'objet d'un suivi complet dans les trois mois qui suivent la prise de contact, afin de déterminer les résultats obtenus et d'établir un rapport connexe. Parmi les ventes réalisées en 2004-2005, mentionnons la vente de champignons en conserve d'une valeur de 1,9 million de dollars au Mexique, la vente de viande de bison d'une valeur de 200 000 \$ en Italie et la vente d'un programme de formation sur la protection contre les menaces nucléaires, biologiques et chimiques d'une valeur de 100 000 \$ en Grèce.</p>



Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

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

Activités prévues de 2005-2006 à 2008-2009

Le Centre de services aux entreprises Canada-Ontario continuera de travailler avec des femmes entrepreneures afin de faire mieux connaître l'exportation ainsi que les programmes et services connexes mis à leur disposition et de les informer des occasions de formation et de réseautage qui sont destinées aux femmes d'affaires. Parmi les améliorations prévues, mentionnons la création d'un portail Web contenant des renseignements précisément destinés aux femmes entrepreneures ainsi que la prestation d'un service permanent d'information personnalisée sur tous les aspects du commerce et des affaires au moyen d'une ligne sans frais spécialisée.

L'APECA continuera de s'employer à accroître le bassin de spécialistes du commerce dans l'ensemble du Canada atlantique en favorisant l'emploi de diplômés en commerce qualifiés ayant été formés dans les universités ou les collèges de la région et en aménageant des possibilités de stages intéressants pour les nouveaux diplômés des programmes de commerce.

Développement des marchés internationaux

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

Activités prévues de 2005-2006 à 2008-2009

Le budget du Fonds pour services aux clients pour l'exercice 2005-2006 sera réduit de 5 %, pour passer à six millions de dollars. On s'efforcera donc de diriger les fonds disponibles vers les projets de promotion du commerce les plus susceptibles de donner lieu à de nouveaux débouchés.

Le Centre des occasions d'affaires internationales continuera de collaborer avec les missions et les bureaux à l'étranger pour porter des occasions d'affaires à l'attention des entreprises canadiennes, en privilégiant celles qui sont dirigées par des femmes et des Autochtones. Le COAI travaillera aussi en collaboration étroite avec les bureaux régionaux de Commerce international Canada, à qui il fournira des renseignements à propos des entreprises de leur région qui ont montré de l'intérêt à exploiter des occasions d'affaires; ainsi, les bureaux pourront assurer un suivi auprès de ces entreprises et suivre de près leurs résultats et les défis qu'elles relèvent. Outre une réorganisation sectorielle visant à harmoniser les services avec les besoins des différents secteurs, le COAI projette d'adopter le système de gestion des contacts que le Service des délégués commerciaux est en train de mettre sur pied ainsi que d'entreprendre une formation plus proactive en collaboration avec les bureaux à l'étranger pour s'assurer qu'ils comprennent bien les fonctions de l'organisme et pour améliorer la qualité des services offerts aux clients canadiens.

Développement des marchés internationaux (suite)

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

Priorité stratégique	Réalizations en 2004-2005
<p>(suite) Aider les entreprises canadiennes à repérer et à exploiter les occasions d'affaires sur les marchés étrangers.</p>	<p>SourceCAN repère les occasions d'affaires au pays et à l'étranger et les signale à des fournisseurs canadiens au moyen d'un système en ligne d'aiguillage automatisé. Cette année, plus de 60 000 utilisateurs inscrits ont reçu des avis personnalisés sur 553 000 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 784 millions de dollars (comparativement à 400 millions de dollars l'an dernier et à 201 millions de dollars il y a deux ans).</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, l'Irlande, la Chine, la Corée du Sud, la France et le Mexique. La SCHL a contribué au cours de l'exercice à des exportations canadiennes d'une valeur de 68 millions de dollars correspondant à plus de 180 transactions internationales individuelles, une augmentation de 50 % par rapport à l'an dernier.</p>
<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, plusieurs missions commerciales de premier plan et des dizaines de missions de moindre importance ont été organisées.</p> <p>Des missions commerciales dirigées par le ministre du Commerce international ont été organisées au Brésil et en Chine. La mission en Chine comptait plus de 370 participants, ce qui en fait la plus importante mission canadienne jamais organisée. Les dates de ces deux missions avaient été choisies de manière à coïncider avec la visite officielle du Premier ministre dans ces pays.</p> <p>Les commissaires au commerce culturel du programme <i>Routes commerciales</i> ont appuyé 93 missions commerciales, soit près du triple de l'an dernier. Parmi les activités de soutien mises en œuvre, mentionnons la coordination des acheteurs assistant à d'importantes manifestations culturelles comme le St. John's International Women's Film and Video Festival, le Festival Juste pour rire de Montréal et l'Atlantic Craft Trade Show.</p> <p>Misant sur la réussite des huit missions commerciales précédentes à Atlanta, Boston, New York et Washington, D.C., l'APECA a organisé une mission à Washington au cours de laquelle 27 entreprises des provinces de l'Atlantique ont participé à plus de 163 rencontres avec des entreprises américaines. Cette mission a produit des ventes à court terme de 414 000 \$ et des ventes prévues de 32,8 millions de dollars, de même que permis l'établissement de 71 nouvelles relations avec des agents d'affaires, des distributeurs et des partenaires. L'APECA a aussi organisé au Royaume-Uni, en France et à Trinité-et-Tobago ainsi qu'à Boston et à Los Angeles des missions commerciales de l'Atlantique qui ont attiré 84 entreprises de l'Atlantique provenant de divers secteurs. DEC a aidé plus de 70 entreprises qui ont participé à des missions commerciales, y compris celles à destination de foires commerciales internationales et d'autres manifestations internationales comme Serdex International (à Atlanta), Corpex Bas-Saint-Laurent (dans les États du nord-est des États-Unis), Corpex Côte-Nord (à Atlanta) et Corporation de développement économique Bois-Francs (en France). Au nom d'entreprises du nord de l'Ontario, FedNor a apporté son concours financier à une mission commerciale dans le nord de l'Italie qui a donné lieu à la signature de contrats d'une valeur de trois millions de dollars ainsi qu'à une mission au Mexique rattachée à Expo Forestal (la plus grande foire commerciale forestière tenue dans ce pays) qui a donné lieu à la signature d'au moins un contrat de 1,8 million de dollars. Plus de 150 représentants sectoriels du Canada, du Brésil, du Chili, de l'Argentine, du Mexique et de l'Afrique du Sud se sont rencontrés pour discuter d'occasions d'affaires dans le cadre de Naturalla, un forum international interentreprises qui s'est tenu à Timmins, en Ontario. DEO a appuyé la participation d'entreprises canadiennes à des conférences, des foires commerciales et des missions internationales telles le Fort Lauderdale International Boat Show (aux États-Unis) en 2004 et 2005, BIO 2004 (à San Francisco), Med Edge 2004 (à Minneapolis) et des manifestations tenues à Vancouver comme la troisième rencontre annuelle BioPartnering North America 2005, la conférence Gateway 2005 de l'Association des Nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE), la foire commerciale CanAsia, le 2005 Canadian-Asian Exporters Showcase et la conférence Europe 2004 du BC Functional Foods & Nutraceuticals Network.</p>



Développement des marchés internationaux (suite)

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

Activités prévues de 2005-2006 à 2008-2009

SourceCAN continuera de faire mieux connaître ses services et d'inciter les utilisateurs actuels (pour s'assurer qu'ils utilisent le système de façon optimale), les associations, les contacts régionaux et les participants aux foires commerciales à y avoir recours, de même que de chercher d'autres partenaires dans les secteurs public et privé. Parmi les nouvelles initiatives prévues, mentionnons des ajouts au Centre de commerce 2010 et la création d'un Carrefour Export (portail) par le gouvernement du Canada en vue des Jeux olympiques de 2010 à Vancouver, la création d'une plateforme d'inscription et de partenariat conjointe pour l'Expo 2010 à Shanghai, la création d'un nouveau service de jumelage d'entreprises et la coordination des projets d'aide aux victimes du tsunami en Asie du Sud et en Asie du Sud-Est en collaboration avec des organismes des Nations Unies.

Au cours des trois prochains exercices, la Société canadienne d'hypothèques et de logement 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 en leur fournissant des renseignements sur les marchés, en organisant des activités de jumelage des entreprises, en élaborant des stratégies d'accès aux marchés et en organisant des missions commerciales personnalisées.

Les membres d'ECI continueront de diriger et d'appuyer diverses missions commerciales représentant des régions, des secteurs et des groupes de clients particuliers ainsi que d'y participer; mentionnons, par exemple, la mission commerciale en Inde qui est prévue en avril 2005.

L'APECA continuera de diriger des missions commerciales composées d'entreprises de l'Atlantique, notamment celles à destination du Farnborough International Airshow 2006 (au Royaume-Uni), du Boston Seafood Show (aux États-Unis) et d'AquaNor 2005 (en Norvège), ainsi que des missions d'Équipe Canada Atlantique à Chicago et à Miami et une mission de femmes exportatrices aux États-Unis. En 2005-2006, FedNor soutiendra des missions commerciales en Allemagne, au Portugal, en Finlande et en Suède. Pour sa part, DEC prévoit 55 missions commerciales auxquelles participeront 144 petites et moyennes entreprises. Dans le cadre de l'Initiative de représentation accrue, DEO travaillera en étroite collaboration avec Commerce international Canada et les bureaux commerciaux du Canada aux États-Unis en vue d'élaborer et de mettre en œuvre des projets de commerce et d'investissement à l'appui des priorités de l'Ouest canadien, notamment les sciences de la vie, les matériaux de synthèse, l'énergie propre, l'industrie de la sécurité, la recherche technologique ainsi que les débouchés découlant des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010 à Vancouver.

Développement des marchés internationaux (suite)

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

Priorité stratégique	Réalizations en 2004-2005
<p>Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et à des manifestations commerciales dans le monde entier.</p>	<p>Image de marque Canada, une initiative d'ECI lancée en 2001-2002, fait valoir le Canada en tant que source de produits et de services novateurs et de qualité auprès des visiteurs étrangers qui participent à d'importantes foires commerciales. Cette année, le programme a appuyé les activités de marketing de plus de 400 entreprises canadiennes dans le cadre de 26 grandes foires internationales.</p> <p>Le programme des Prix d'excellence à l'exportation canadienne a été remanié pour mieux rendre hommage aux entreprises canadiennes qui contribuent à assurer la place du Canada dans l'économie du 21^e siècle. On y a ajouté, entre autres, une campagne de publicité dans des publications régionales et nationales.</p> <p>Sur le thème <i>Taking Responsibility for Tough Choices</i>, quelque 2 000 sommités politiques, établissements universitaires et organismes non gouvernementaux parmi les plus prestigieux au monde se sont réunis au Forum économique mondial tenu à Davos, en Suisse, en janvier 2005. Les ministres du Commerce international et de la Santé du Canada, les délégations provinciales du Québec et de l'Ontario et une cinquantaine d'entreprises canadiennes y représentaient le Canada.</p> <p>Les partenaires d'ECI ont appuyé les Équipes sectorielles commerciales Canada, les organismes d'expansion régionale et un grand nombre d'autres programmes qui 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. Voici un aperçu des activités entreprises.</p> <p>L'Équipe commerciale Canada (ECC) Aérospatiale et défense a aidé des dizaines d'entreprises canadiennes à participer aux grandes foires internationales du secteur de l'aéronautique et de la défense, notamment au Farnborough International Airshow (au Royaume-Uni), à MRO 2005 et à Eurosatory (en France), l'une des plus importantes expositions de défense au monde. À Farnborough, par exemple, l'équipe a mis sur pied un pavillon du Canada, un chalet canadien, un programme ministériel, un programme d'investissement, un programme d'information sur les marchés ainsi que des activités médiatiques et de réseautage.</p> <p>L'ECC Agriculture, aliments et boissons a appuyé la participation d'entreprises canadiennes à des foires internationales importantes comme BIOFACH 2005 (en Allemagne), FOODEX 2005 (au Japon), Summer Fancy Food Show 2004 (aux États-Unis), Private Labels Manufacturers Association 2004 (aux États-Unis) et SIAL-Paris 2004 (en France). En tout, plus de 130 entreprises canadiennes ont participé à ces foires. Elles ont réalisé des ventes sur place dépassant 10 millions de dollars et des ventes prévues de 32 millions de dollars et établi un contact avec plus de 2 400 clients éventuels.</p> <p>Industries du textile et du vêtement : Industrie Canada a appuyé la participation de plus de 180 entreprises canadiennes à des événements internationaux comme CINTÉ Techtextil 2004 (en Chine), ATMEI (en Écosse), le Med-Trade Show (en Floride), l'exposition Stylemax 2004 (à Chicago), le Magic Apparels Show (à Las Vegas), l'exposition et la mission de l'International Fabrics Association International (IFAI) (à Québec) et la Foire ISPO-Hiver 2005 (en Allemagne). Parmi les nouvelles activités en 2004-2005, mentionnons CANTex, une initiative d'une durée de trois ans et d'un budget de 26,7 millions de dollars qui a pour but d'aider les fabricants de textiles à mettre à profit les nouvelles possibilités d'exportation. CANTex s'appuie sur le succès du Programme des industries canadiennes du textile et du vêtement, qui a contribué à la réalisation de 394 projets visant à aider les entreprises du textile et du vêtement à améliorer leur productivité, à réduire leurs coûts, à accroître leur efficacité et à trouver des nouveaux marchés pour leurs produits.</p> <p>L'ECC Automobile a apporté son aide à plus de 900 entreprises canadiennes qui ont participé à des foires internationales telles le AAPEX Show à Las Vegas (fournisseurs de pièces de rechange), le Congrès mondial de SAE à Detroit, la conférence annuelle et l'exposition de l'Association des fabricants de pièces d'automobile du Canada (APMA) à Hamilton, la mission du secteur de l'automobile en Europe centrale et le Forum international BAIKA tenu en Allemagne pour favoriser la création de partenariats entre équipementiers. Par exemple, à l'exposition de l'APMA, un stand d'information a été mis sur pied pour renseigner plus de 800 délégués de toutes les régions du Canada et d'autres pays sur les programmes et les activités du gouvernement fédéral.</p>
	

Développement des marchés internationaux (suite)

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

Activités prévues de 2005-2006 à 2008-2009

Le Canada devrait maintenir 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 améliorent l'image du Canada et renforcent sa présence dans le cadre du Forum, en particulier dans les dossiers du commerce et de l'investissement.

L'**ECC Aérospatiale et défense** continuera de participer à des activités sectorielles de premier plan comme le Salon de l'aéronautique de Paris 2005 (en France), le Farnborough International Airshow 2006 (au Royaume-Uni), MRO 2005 (aux États-Unis), Eurosatory 2006 (en France) et DSEi, la deuxième exposition de matériel de défense en importance au monde. Ainsi, au Salon de l'aéronautique de Paris, l'équipe mettra sur pied un pavillon du Canada, un chalet canadien, un programme ministériel, un programme d'investissement, un programme d'information et de renseignements commerciaux ainsi que des événements médiatiques et des activités de réseautage. Parmi les activités prévues à MRO 2005, mentionnons l'aménagement d'un kiosque, la production d'un guide et une foule d'activités de réseautage. À Farnborough 2006, on prévoit l'installation d'un pavillon du Canada, des activités de réseautage, des séances d'information sectorielles, des activités de promotion du commerce et de l'investissement ainsi que des programmes d'information et de renseignements commerciaux.

L'**ECC Agriculture, aliments et boissons** continuera d'appuyer la participation d'entreprises à d'importantes foires commerciales internationales comme le SIAL 2005 (à Paris), l'Exposition européenne des fruits de mer (en Belgique), BIOFACH (en Allemagne), Alimentaria (au Mexique), le Summer Fancy Food Show (aux États-Unis), FIHAV (à Cuba), ANUGA (en Allemagne), le Private Label Manufacturers Association North American Trade Show (aux États-Unis), Foodex (au Japon) et Gilford (aux Émirats arabes unis). L'Équipe se concentrera aussi sur de nouveaux marchés comme Cuba. Le Programme international du Canada pour l'agriculture et l'alimentation continuera de fournir une aide financière pour les activités de promotion de l'industrie des produits génériques, mais celles visant à promouvoir des entreprises particulières ne seront plus admissibles au financement à partir de 2006-2007.

Industries du textile et du vêtement : En 2005-2006, Industrie Canada appuiera la participation des entreprises canadiennes à des manifestations internationales importantes comme Frankfurt 2005 (en Allemagne), Tectextil South America (au Brésil), le Magic Apparel Show (à Las Vegas), la Foire ISPO-Hiver (en Allemagne), Lyon, mode city (en France) et le Salon international de la lingerie (en France).

L'**ECC Automobile** continuera d'exposer les produits et les technologies du secteur de l'automobile canadien à des manifestations internationales importantes, dont les suivantes : le Congrès mondial de la SAE (à Detroit), une conférence et une exposition de génie de l'automobile de première importance; les Management Briefing Seminars (à Traverse City, aux États-Unis), une conférence technique axée sur l'avenir dont l'activité vedette est le *Automotive Seminar*; le Tokyo Motor Show (au Japon); l'AAPEX Industry Week (à Las Vegas), la plus grande foire du marché des pièces de rechange en Amérique du Nord; le Canada-U.S. Automotive Dinner (à Detroit), qui réunit plus de 400 représentants de l'industrie venant de toutes les régions de l'Amérique du Nord; l'AUTO21 Scientific Conference (à Toronto), qui fait partie du Réseau de centres d'excellence; le salon Bayern Innovativ Ingolstadt (en Allemagne); la mission de l'APMA au BAIKA One-on-One Partnering Forum (en Allemagne). L'Équipe continuera de participer à la conférence et exposition annuelle de l'APMA (à Hamilton), le principal événement national canadien au cours duquel les équipementiers tiennent leur réunion annuelle, présentent des séminaires techniques et exposent les pièces fabriquées au Canada. C'était la première fois que l'Équipe appuyait le Great Lakes Manufacturing Forum (à Detroit), qui a réuni plus de 300 décideurs pour discuter de commerce et d'autres questions. Elle prévoit aussi participer pour la première fois au Shanghai Motor Show (en Chine) et à l'Internationale Automobilausstellung (en Allemagne).

Développement des marchés internationaux (suite)

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

Priorité stratégique	Réalizations en 2004-2005
<p>(suite) Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et à des manifestations commerciales dans le monde entier.</p>	<p>L'ECC Bio-industries a appuyé la participation de plus de 70 exposants canadiens à BIO 2004 et 2005 en aménageant un grand pavillon du Canada comprenant notamment un kiosque du gouvernement du Canada où plus de 19 000 participants ont pu obtenir des renseignements sur les programmes et services fédéraux. L'Équipe a organisé des réceptions et des activités visant à mettre en évidence l'image de marque du Canada. Environ 50 % des participants interrogés ont dit avoir trouvé des débouchés grâce à leur participation à BIO. L'Équipe a aussi communiqué régulièrement avec l'industrie en diffusant un bulletin d'information électronique et en publiant un calendrier des activités sectorielles sur le Web.</p> <p>L'ECC Produits et services culturels a continué de jouer le rôle de conseil consultatif de l'industrie pour le programme Routes commerciales de Patrimoine canadien, un programme d'expansion du commerce international qui fournit des services et de l'aide financière aux entrepreneurs du secteur des arts et de la culture. Les bénéficiaires d'aide financière ont participé à plus de 150 grandes manifestations commerciales à l'étranger, dont les suivantes : l'exposition Book Expo America (à Chicago); le Shanghai Performing Arts Festival (en Chine); la Photokina 2004 (en Allemagne); l'Australian International Documentary Conference (à Perth); le National Chicago Bridal Market; la Scope Miami Art Fair; la conférence Digital Hollywood; le festival de musique South by Southwest (à Austin); le Asia Television Forum (à Singapour); le New York International Gift Show; les Nuits acadmiennes à Paris; Education India 2004 (à New Delhi et Chennai).</p> <p>L'ECC Matériel et services d'énergie électrique a appuyé la participation d'entreprises canadiennes à PowerGen International (à Las Vegas), à HydroVision 2004 (à Montréal) et à la Nuclear Technology Expo (à Washington, D.C.). L'Équipe a aussi organisé une mission pour assister à E-EXITEP (au Mexique) en collaboration avec Alberta Economic Development, Exportation et développement Canada et Commerce international Canada.</p> <p>L'ECC Industries environnementales a appuyé la participation de 30 entreprises environnementales canadiennes à des missions commerciales en Inde et en Chine. Les participants à la mission en Chine se sont rendus à Beijing, Shanghai, Qingdao, Chengdu, Shenzhen et Hong Kong et ceux de la mission en Inde sont allés à Delhi, Mumbai, Hyderabad et Calcutta. Ces missions prévoyaient des séances d'information, des vitrines technologiques, des rencontres en personne, des activités de réseautage et des visites. Elles ont coïncidé avec les ateliers sur le développement durable des collectivités et la coopération en matière d'énergie éolienne se tenant à Beijing et avec une exposition d'entreprises environnementales canadiennes à la foire commerciale <i>Aqua India & Environment 2005</i> (tenue dans le cadre de la 16^e International Engineering & Technology Fair). Des ateliers sur l'Inde et la Chine, des séances d'information et des activités de réseautage ont également été organisés dans le cadre de Globe 2004 à Vancouver.</p> <p>Lancée sous forme de projet pilote en 1999 et reconnue dans le monde entier pour son approche novatrice, l'Initiative des villes durables fournit un cadre pour la recherche de projets de partenariat entre des organismes canadiens et des municipalités étrangères participantes. Plus de 700 entreprises et organisations gouvernementales et non gouvernementales et 1 300 particuliers du Canada prennent maintenant part à des projets variés d'une valeur de quelque 48 milliards de dollars comme les suivants : systèmes à grande échelle de gestion durable des déchets, plans d'aménagement ou d'expansion des réseaux collecteurs d'eaux pluviales ou usées, projets touristiques, télécommunications, gestion énergétique et transports urbains. Cette année, environ 70 missions ont été entreprises pour faire mieux connaître les technologies et les services canadiens et elles ont donné lieu à des possibilités de projets et de partenariats. Depuis son lancement, l'Initiative des villes durables a procuré à des entreprises canadiennes des débouchés évalués à deux milliards de dollars.</p>



Développement des marchés internationaux (suite)

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

Activités prévues de 2005-2006 à 2008-2009

L'**ECC Bio-industries** favorisera et appuiera la participation canadienne à la conférence et à la foire commerciale de BIO (Biotechnology Industry Organization) et elle participera au recrutement des participants. En outre, elle dirigera le groupe de travail fédéral-provincial BIO afin de s'assurer d'une forte présence canadienne à l'événement. En plus d'aménager le Pavillon du Canada et d'organiser une réception sur place et une manifestation visant à renforcer l'image de marque du Canada, l'Équipe établira le profil des produits de communication de manière à mettre en vedette cette image de marque. En outre, elle entretiendra une communication régulière avec l'industrie au moyen d'un bulletin d'information électronique et d'un calendrier des manifestations sectorielles publié sur le Web.

Lorsque la période d'essai de l'initiative Routes commerciales sera terminée, l'**ECC Produits et services culturels** procédera à l'examen des activités et fera le point sur son mandat, sa stratégie de communication et les résultats visés.

L'**ECC Matériel et services d'énergie électrique** prévoit participer à PowerGen 2005 (à Las Vegas), où l'on s'attend à retrouver environ huit exposants canadiens et à attirer une cinquantaine d'entreprises canadiennes.

En collaboration avec différents partenaires, notamment avec l'industrie, l'**ECC Industries environnementales** dirigera une mission qui se rendra dans plusieurs villes de l'Inde et de la Chine et offrira un programme incluant 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 (à Vancouver) et à Americana (à Montréal) tous les deux ans, d'appuyer la tenue d'expositions au Pavillon du Canada et d'organiser des ateliers, des séances d'information et des activités de réseautage portant sur des marchés particuliers.

En 2005-2006, l'**Initiative des villes durables (IVD)** continuera de travailler en étroite collaboration avec les villes partenaires en vue de favoriser le développement durable et d'encourager le commerce et l'investissement. Industrie Canada a prolongé d'un an le financement initial, ce qui permet d'assurer le maintien du programme de base ainsi que les engagements à l'endroit des 16 villes partenaires jusqu'au 31 mars 2006. Le ministre de l'Industrie a par ailleurs accordé son appui à une proposition de prorogation de l'Initiative. Cette proposition sera élaborée en consultation avec des partenaires et intervenants, notamment le Comité consultatif des entreprises de l'IVD, le secteur privé en général ainsi que d'autres ministères et ordres de gouvernement. Elle tiendra compte des recommandations découlant de la récente vérification et évaluation du programme.

Développement des marchés internationaux (suite)

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

Priorité stratégique	Réalizations en 2004-2005
<p>(suite) Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et à des manifestations commerciales dans le monde entier.</p> 	<p>L'ECC Industries de la santé a aidé 57 délégués du Canada à participer à Medica 2004 (en Allemagne), la plus grande foire commerciale des industries de la santé au monde. Des délégués de l'Ontario, du Québec, de la Colombie-Britannique, de l'Alberta et de la Nouvelle-Écosse étaient présents dans deux pavillons du Canada, où l'on trouvait aussi deux stands d'information du gouvernement. Deux réceptions organisées sur place ont attiré des délégués de différents pays aux pavillons du Canada. Quatre-vingt-cinq pour cent (85 %) des personnes interrogées dans le cadre d'un sondage auprès des participants canadiens ont affirmé que leur présence à Medica leur avait permis de trouver des débouchés et que tous leurs objectifs (établir des contacts clés, étudier des marchés étrangers, accéder à des nouveaux marchés, etc.) avaient été atteints. En outre, l'Équipe a communiqué régulièrement avec l'industrie au moyen d'un bulletin d'information électronique et d'un calendrier des manifestations sectorielles publié sur le Web.</p> <p>L'ECC Technologies de l'information et des télécommunications a appuyé la participation de 49 entreprises canadiennes à CommunicAsia et Broadcast Asia 2005 (à Singapour) et une douzaine d'entre elles prévoient réaliser des ventes de 19,2 millions de dollars dans les douze mois suivants. Treize autres entreprises ont participé à Supercomm (en Inde) et ont fait état de ventes d'au moins 850 000 \$.</p> <p>L'ECC Matériel et services d'exploitation du pétrole et du gaz a appuyé la participation de plus de 1 400 entreprises, ONG et autres intervenants canadiens à des manifestations comme le Global Petroleum Show (en Alberta), la Offshore Technology Conference (à Houston), la conférence-exposition technique annuelle de la Society of Petroleum Engineers (à Houston) et la Offshore Northern Seas Conference (en Norvège).</p> <p>L'ECC Plastiques a aidé une cinquantaine d'entreprises participant à des manifestations internationales comme Plast-Ex (à Toronto), Chinaplas 2004 (en Chine), Composites 2004 (aux États-Unis) et la K-Show and Mold Expo (en Allemagne). Des ventes éventuelles se chiffrant à 80 millions de dollars et environ 300 possibilités d'affaires sérieuses en ont découlé.</p> <p>L'ECC Industries de services, en plus de continuer à sensibiliser l'industrie aux outils et aux services mis à leur disposition, a amélioré le savoir-faire en matière de financement des exportations et a participé à l'initiative des Manufacturiers et Exportateurs du Canada intitulée <i>Fabrication : pour une vision claire de notre avenir</i> ainsi qu'aux activités des missions à Vienne et Helsinki dans le cadre de l'initiative <i>Un tremplin vers l'Europe de l'Est</i> (2004-2005). L'Équipe a aussi offert à l'intention des nouveaux exportateurs des séminaires de formation mettant l'accent sur le financement. Le Programme de l'industrie de la langue d'Industrie Canada a organisé une première mission au Chili et appuyé la participation d'entreprises canadiennes au British Educational Technology and Training Show 2005 se tenant au Royaume-Uni.</p> <p>Construction et industries navales : Industrie Canada a aménagé un kiosque d'information et organisé une réception pour appuyer les entreprises canadiennes participant au New Orleans International Workboat Show (aux États-Unis). Environ 54 entreprises canadiennes exposantes et plus d'une centaine de représentants de chantiers navals canadiens et de fabricants d'équipement marin y ont assisté. Le Ministère a aussi parrainé dans le cadre de Techno-Oceans 2004 (au Japon) deux activités qui ont donné l'occasion à des entreprises canadiennes de présenter de l'information à 55 entreprises étrangères et de rencontrer des acheteurs et des partenaires éventuels. Il a en outre organisé trois activités de réseautage dans le cadre de Neptune Mission 2004, une initiative internationale visant à installer à des fins de recherche des dispositifs de mesure sur le plancher océanique, le long des limites des plaques lithosphériques. Cinquante-deux entreprises canadiennes ont eu l'occasion de présenter leurs produits à des intervenants intéressés.</p>

Développement des marchés internationaux (suite)

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

Activités prévues de 2005-2006 à 2008-2009

L'**ECC Industries de la santé** continuera d'appuyer la participation des entreprises canadiennes à MEDICA, la plus grande foire commerciale des industries de la santé au monde, où elle s'emploiera principalement à mieux faire connaître le Canada et à améliorer son image de marque au moyen de bannières suspendues au-dessus des stands des exposants canadiens. En outre, elle mettra un lieu de réunion à la disposition des entreprises canadiennes et distribuera un CD-ROM sur l'industrie des technologies de la santé ainsi que d'autres produits d'information par l'entremise de partenaires. L'Équipe entretiendra une communication régulière avec l'industrie au moyen d'un bulletin d'information électronique bihebdomadaire et d'un calendrier des manifestations sectorielles publié sur le Web.

L'**ECC Technologies de l'information et des télécommunications** continuera d'appuyer la participation d'entreprises canadiennes à des foires commerciales sectorielles comme Communic/Broadcast Asia (à Singapour) et ITU Telecom Asia 2006 (à Hong Kong). Elle continuera aussi 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 l'Offshore Technology Conference (à Houston), le Global Petroleum Show (à Calgary) et la conférence-exposition technique annuelle de la Society of Petroleum Engineers (à Houston). L'Équipe continuera par ailleurs d'organiser régulièrement des réunions régionales pour mettre en valeur ses services et attirer l'attention sur les changements dans les principaux marchés cibles.

L'**ECC Plastiques** continuera d'encourager et d'appuyer la participation canadienne à des manifestations internationales importantes comme Brasilplast (au Brésil), les Journées européennes des composites (en France), Ausplas (en Australie), Composites 2005 (aux États-Unis), Expoplast (à Montréal), EuroMold 2006 (en Allemagne), Plastindia (en Inde), Plast (en Italie) et Plast Imagen (au Mexique).

L'**ECC Industries de services** continuera de se concentrer sur la sensibilisation de l'industrie aux outils et services à leur disposition et de soutenir la participation d'entreprises canadiennes à des foires internationales importantes.

Développement des marchés internationaux (suite)

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

Priorité stratégique	Réalizations en 2004-2005
<p>(suite) Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et à des manifestations commerciales dans le monde entier.</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 : Interbuild 2004 (au Royaume Uni), à laquelle ont pris part 41 entreprises canadiennes qui ont réalisé sur place des ventes de trois millions de dollars et trouvé des occasions d'affaires évaluées à 18 millions de dollars; le Salon Maison Bois (en France), auquel ont participé 24 entreprises du Québec, de l'Ontario et de la Colombie-Britannique qui ont réalisé sur place des ventes de deux millions de dollars et trouvé des occasions d'affaires évaluées à huit millions de dollars; la Plan Expo 2004 (en Irlande), à laquelle ont participé 12 entreprises canadiennes qui ont réalisé sur place des ventes d'un million de dollars et trouvé des occasions d'affaires évaluées à quatre millions de dollars; l'International Builders' Show (aux États-Unis), auquel ont participé 45 entreprises canadiennes qui ont réalisé sur place des ventes de trois millions de dollars et trouvé des occasions d'affaires se chiffrant à 10 millions de dollars.</p>
<p>Financer le développement des marchés.</p>	<p>Le Programme international du Canada pour l'agriculture et l'alimentation a versé 29,5 millions de dollars à 58 entreprises et associations industrielles en vue du développement de marchés internationaux pour l'agriculture, l'agro-alimentaire, les boissons et les produits de la mer. Parmi les réalisations, soulignons la signature de deux protocoles avec la Chine en vue de rouvrir les marchés de semence et d'embryons bovins, une augmentation de 10 % des ventes de canola aux États-Unis, une hausse de 12 % de la valeur des exportations de porc et un accès accru aux marchés européens pour les vins de glace canadiens.</p> <p>Le programme de contributions Routes commerciales a reçu 137 demandes de financement totalisant 4,4 millions de dollars et il a octroyé près de deux millions de dollars à 90 entrepreneurs du secteur des arts et de la culture.</p> <p>Le programme Produits de bois canadien a versé 6,3 millions de dollars pour venir en aide à 14 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 financés cette année, mentionnons l'ouverture de bureaux de promotion à Beijing, Shanghai, Tokyo, Bruxelles et Londres, la tenue d'activités de représentation à Séoul et Taipei, la réalisation de 20 études de marchés pour la Chine, l'Europe, le Japon, le Mexique et l'Australie, l'élaboration de stratégies de développement pour tous les principaux marchés étrangers et le lancement d'un portail Web sous la gouverne de l'industrie pour la diffusion d'information sur les produits du bois canadiens. Le Canada Wood Service Centre a été lancé à Shanghai en vue de promouvoir les intérêts de l'industrie canadienne du bois en Chine. Parmi les services qui y sont offerts, mentionnons des cours sur la construction à ossature en bois, de la documentation, des conseils techniques ainsi que des renseignements sur les produits à l'intention des architectes, des concepteurs et des entreprises de construction. Le Programme a aussi soutenu le processus d'homologation des produits du bois canadiens en Europe, ce qui en a permis la vente aux termes de la nouvelle réglementation de l'UE.</p> <p>Le Programme de développement des marchés d'exportation a octroyé une aide financière de 7,1 millions de dollars à 401 entreprises et 54 associations professionnelles et il a reçu des remboursements d'environ 2,3 millions de dollars.</p>
	

Développement des marchés internationaux (suite)

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

Activités prévues de 2005-2006 à 2008-2009

L'ECC **Produits du bois et autres matériaux de construction** prévoit participer à des foires commerciales telles Interzum 2005 et 2007 (en Allemagne), l'Irish Builders' Show (en Irlande), le Salon Maison Bois 2005 (en France), Domotex (en Allemagne), le Japan Home Show (au Japon) et PCBC 2005 (aux États-Unis).

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

Le Programme d'exportation agroalimentaire continuera d'axer ses efforts sur la promotion de ses services, afin d'en accroître l'utilisation.

Produits de bois canadien prévoit un grand nombre d'activités de promotion, notamment : un bulletin d'information électronique à l'intention du secteur privé; une journée d'information sur l'Asie (Asian Information Day) à Vancouver; des Journées du bois canadien (Canada Wood Days) au Royaume-Uni; des activités de promotion de l'image de marque visant à faire mieux connaître la construction à ossature en bois aux secteurs des maisons unifamiliales, multifamiliales et à paliers multiples du marché des résidences peu élevées; des séances d'information à l'intention des charpentiers au Japon; la participation à d'importants salons professionnels en Chine, au Japon et en Europe. Le système de gestion des demandes et d'information de gestion sur le Web sera mis à niveau pour permettre la présentation d'une seule demande à Produits de bois canadien et au programme correspondant de la Colombie-Britannique.

Le volet d'aide aux associations commerciales du Programme de développement des marchés d'exportation a été renouvelé pour cinq ans et continuera donc de fournir à des associations sectorielles nationales un appui financier selon une entente de partage des coûts. Le volet industriel de ce programme n'existe plus, mais les ententes de contribution approuvées avant le 31 mars 2004 seront respectées.

Développement des marchés internationaux (suite)

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

Priorité stratégique	Réalizations en 2004-2005
<p>(suite) Financer le développement des marchés.</p>	<p>Les organismes canadiens de développement régional – l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), Diversification de l'économie de l'Ouest Canada (DEO), Développement économique Canada pour les régions du Québec (DEC) et FedNor – ont continué de fournir une aide financière pour une vaste gamme d'initiatives de développement des marchés internationaux mises de l'avant par des organismes comme la Manitoba Motion Picture Industry Association, la Greater Vancouver International Film Festival Society et la Motion Picture Production Industry Association de la Colombie-Britannique. DEO a aussi versé un financement de plus d'un million de dollars pour des initiatives comme le Voyage d'étude sur les capacités technologiques de l'Ouest canadien, Gateway to Asia, le Programme nextrade finance à l'intention des petits exportateurs de la Saskatchewan et le Projet Allemagne visant à attirer les investissements. Dans le cadre de son Programme d'emploi en commerce international, DEO a fourni une aide financière de plus de 1,38 million de dollars à 61 petites et moyennes entreprises de l'Ouest, permettant ainsi l'embauche de 66 nouveaux diplômés qui travaillent à des projets de développement des marchés internationaux de deux à trois ans. Quant à DEC, il a versé quelque 17,1 millions de dollars pour la mise en œuvre de projets de développement des marchés.</p> <p>Le Programme de coopération industrielle de l'Agence canadienne de développement international a approuvé le versement de 35 millions de dollars pour aider 166 entreprises canadiennes à chercher des occasions d'affaires dans les pays en développement.</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 mondiale. En 2004, EDC a fourni à 6 962 entreprises canadiennes, pour la plupart des PME, des services de financement des exportations et de gestion des risques se chiffrant à 54,9 milliards de dollars, pour financer ou assurer des projets d'exportation et d'investissement dans 177 pays et territoires (dont 146 dans des marchés en développement). Grâce à sa présence pancanadienne, EDC peut maintenir le contact avec les exportateurs et les investisseurs et leur offrir un appui rapproché. EDC dispose aussi d'un réseau mondial de représentants établis en permanence dans des marchés stratégiques émergents, qui peuvent offrir aux exportateurs et investisseurs l'aide dont ils ont besoin sur place pour conclure des affaires et pour se faire mieux connaître et établir des relations à long terme avec des entreprises étrangères. En 2004, un deuxième représentant a été nommé à Rio de Janeiro, au Brésil, après celui de Sao Paulo, et un premier représentant permanent en entré en fonction à Kuala Lumpur (Malaisie) pour servir l'Asie du Sud-Est; cela porte à sept le nombre de représentants au sein du réseau.</p> <p>La Corporation commerciale canadienne (CCC) aide les exportateurs canadiens à négocier, à obtenir et à gérer des marchés publics internationaux. Qu'il s'agisse de concevoir une offre avantageuse ou d'appuyer des négociations avec tout le poids du gouvernement du Canada et une garantie d'exécution de marché, la CCC travaille activement avec les entreprises canadiennes afin d'obtenir les meilleures conditions possibles pour les opérations d'exportation. En 2004-2005, la Corporation a réalisé des ventes à l'exportation d'une valeur de 1,5 milliard de dollars dans 25 pays. Plus de 3 500 entreprises canadiennes ont eu recours à ses services; dans 80 % des cas, il s'agissait de petites et moyennes entreprises.</p>
	

Développement des marchés internationaux (suite)

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

Activités prévues de 2005-2006 à 2008-2009

Exportation et développement Canada continue de mettre au point des services novateurs de financement du commerce extérieur et de gestion des risques pour les exportateurs canadiens et elle s'est fixé comme objectif de servir 7 500 clients en 2005 et d'atteindre un volume d'activités de 57,8 milliards de dollars. EDC s'emploie à établir des relations clés avec des institutions financières régionales, nationales et internationales en vue de fournir des services financiers aux entreprises canadiennes et à leurs clients.

La Corporation commerciale canadienne s'est par ailleurs fixé comme objectif de servir en 2005-2006 3 600 entreprises canadiennes qui feront appel à elle pour trouver des débouchés qualifiés et sûrs.

Références photographiques

Agriculture et agroalimentaire Canada, page couverture et page 26.

Ressources naturelles Canada, page 16.

Partenaires pour l'investissement au Canada, page 12