

## Développement des marchés internationaux (suite)

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

Priorité stratégique	Réalizations en 2002-2003
<p>Aider les entreprises canadiennes dirigées par des jeunes, des Autochtones ou des femmes à promouvoir leurs produits et services sur les marchés étrangers en facilitant leur participation à des foires et autres manifestations commerciales organisées dans le monde entier</p>	<p>La <b>Foire commerciale virtuelle autochtone du Canada</b> fait valoir les entreprises autochtones ainsi que leurs produits et services. Elle les aide à consolider leur position sur les marchés national et étrangers et à mieux tirer parti des possibilités du cybercommerce. Elle a entrepris ses activités d'inscription à l'occasion du Forum Connecting Aboriginal Canadians (CAC), qui s'est tenu à Ottawa en mars 2003. Le volet arts et culture de la Foire est dirigé par Patrimoine canadien (Routes commerciales) et compte 72 entreprises inscrites.</p> <p>Pour sa part, le MAECI travaille en étroite collaboration avec le Comité de développement du commerce autochtone international pour mettre en œuvre toute une gamme d'activités de sensibilisation dans le but d'amener les chefs d'entreprise autochtones à se tourner vers l'exportation. Au cours de l'exercice écoulé, plus de 2 000 participants ont ainsi assisté à plusieurs événements – le Salon commercial et conférence de gens d'affaires autochtones NEXUS-AFN (Khanawake), la First Nations Agriculture and Foods Conference : Branding our Future (Prince George), le Conseil pour l'avancement des agents de développement autochtones (Edmonton), la Native American Business Alliance Convention (Arizona), l'Aboriginal Business Summit (Toronto), le Fourth Aboriginal Financial Management and Economic Development Forum (Vancouver) et le Western Aboriginal Business Summit (Saskatoon). Le réimpression du <i>Répertoire des exportateurs autochtones</i> est une autre activité de promotion qui répond à une forte demande, de même que la production d'un supplément de CanadExport sur les exportateurs autochtones.</p> <p>Plus de 400 particuliers et entreprises ont participé à plusieurs activités commerciales importantes conçues spécialement à l'intention des femmes chefs d'entreprise, notamment le Salon d'entrepreneuriat Féminin (Saint-Jean-sur-Richelieu), le Gala-Femmes des Affaires du Québec (Montréal), un symposium sur les femmes dans les affaires (Charlottetown) et la Conférence annuelle des femmes entrepreneurs de Terre-Neuve et du Labrador (Gander). Une mission commerciale d'entreprises des médias numériques dirigées par des femmes, regroupant 15 participantes, s'est rendue en France et en Allemagne en février 2003.</p> <p>En mars 2003, quelque 23 représentants de 14 ministères et organismes fédéraux ont assisté à la réunion inaugurale du Comité de promotion des femmes en commerce international, à Ottawa. Le comité a préparé un répertoire des programmes du gouvernement s'adressant aux femmes propriétaires d'entreprises et il a commandé une étude-pilote des politiques commerciales fédérales propres à appuyer les femmes chefs de PME. En outre, <i>CanadExport</i> a publié un supplément consacré aux femmes, intitulé <i>Femmes chefs d'entreprises à la conquête des marchés internationaux</i>, qui a été largement diffusé.</p> <p>Plus de 200 jeunes participants ont assisté à des cours de marketing des exportations financés par ECI et à des activités de sensibilisation à l'Université d'Ottawa. Un projet d'information sur le commerce a par ailleurs attiré 50 jeunes participants à l'Université de Toronto. Dans l'ouest du pays (Edmonton, Calgary, Lethbridge, Red Deer et Slave Lake), des activités similaires ont été suivies par quelque 300 jeunes. <i>CanadExport</i> a également publié un supplément consacré aux jeunes entrepreneurs – <i>Les jeunes chefs d'entreprises du Canada à la conquête des marchés mondiaux</i> – qui a été tiré à de nombreux exemplaires.</p>

