

CANADEXPORT

FEB 2 1996

RETURNED TO THE LIBRARY OF THE DEPARTMENT OF EXTERNAL AFFAIRS
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Vol.14 N° 3

19 février 1996

Version 1996-1997 bientôt disponible

La stratégie pour le commerce international

La Stratégie canadienne pour le commerce international (SCCI) est un élément essentiel de l'engagement que le gouvernement fédéral a pris de créer un partenariat de style « Équipe Canada » avec le secteur privé et les provinces — un partenariat qui se fonde sur l'élaboration de stratégies gagnantes donnant lieu à de nouveaux débouchés pour les gens d'affaires canadiens. Arborant une nouvelle présentation, la version de cette année porte également un nouveau nom, soit le Plan de promotion du commerce extérieur.

En encourageant la consultation active entre le gouvernement et le secteur privé, la SCCI donne à l'industrie canadienne la possibilité d'influencer les priorités gouvernementales en matière de commerce international. Il en découle une série de stratégies commerciales qui couvrent 22 secteurs clés de l'industrie. Chaque stratégie sectorielle précise les principaux objectifs que le gouvernement et l'industrie poursuivront pour aider les entreprises canadiennes à saisir les nouvelles occasions qui se présentent à l'échelle mondiale en matière de commerce, de technologie et d'investissement.

Grâce à l'entière participation de l'industrie à l'établissement des prio-

rités gouvernementales la SCCI garantit que les stratégies et activités gouvernementales tiendront compte des besoins réels de l'industrie canadienne. En même temps, la SCCI contribue à réduire les chevauchements entre les gouvernements et à canaliser les ressources gouvernementales de sorte qu'elles puissent vraiment « faire une différence ».

La SCCI comprend...

• **Aperçu** : Cette partie se compose d'un Aperçu stratégique, qui résume la politique du Canada en matière de commerce international et les objectifs concernant l'expansion de ce commerce, et d'un Aperçu par région géographique, qui précise les principaux enjeux, les grandes priorités et les

débouchés importants pour chacune des grandes régions géographiques du monde. L'Aperçu comprend également une liste d'Activités multisectorielles qui seront entreprises pour favoriser l'expansion du commerce

SUPPLÉMENT SUR L'AMÉRIQUE LATINE

(BRÉSIL, ARGENTINE,
COLOMBIE, PÉROU)

Pages I-VIII

international, ainsi qu'une liste complète des Centres de services aux entreprises du Canada.

• **Stratégies sectorielles** : La principale partie de la SCCI est constituée de 22 stratégies sectorielles, qui expliquent en détail comment le gouvernement et l'industrie uniront leurs efforts pour tirer parti des nouvelles occasions qui se présentent à l'échelle mondiale. Chaque stratégie

Voir page 7 — Une stratégie

L'Amérique latine et les Caraïbes : ça promet pour le Canada

La présente livraison de CanadExport contient le premier d'une série de quatre suppléments sur les pays d'Amérique latine et des Caraïbes. Celui-ci porte sur le Brésil, l'Argentine, la Colombie et le Pérou, le deuxième (4 mars) parlera des pays de la région des Caraïbes, le troisième (18 mars) aura trait au Chili et, le dernier, en avril, aura pour objet le Mexique.

Les relations du Canada avec l'Amérique latine et les Caraïbes ont évolué de façon spectaculaire ces dernières années. Ce changement s'est manifesté le plus clairement en 1989, année où le gouvernement fédéral a mis fin à un cycle de relations intermittentes avec la région en devenant membre de plein droit de l'Organisation des États américains. Peu après, le Canada a entrepris des négociations sur ce qui allait devenir l'Accord de libre-

échange nord-américain (ALENA) avec le Mexique et les États-Unis.

Même si les relations économiques du Canada avec la région en sont encore à leurs débuts, les spécialistes s'entendent pour dire qu'il existe un énorme potentiel d'expansion des échanges entre les deux parties. Par exemple, c'est la seule région du monde dont les importa-

Voir page 6 — L'Amérique latine

DANS CE NUMÉRO

LES TRUCS DU MÉTIER.....	2-3
LE SALON ANUGA, COLOGNE.....	4
LE SALON ABRAS, RIO.....	5
LE PRIX D'EXCELLENCE.....	8
OCCASIONS D'AFFAIRES.....	9
FOIRES COMMERCIALES.....	10
CALENDRIER/PUBLICATIONS.....	12