

*Développement du marché international (suite)*

Objectif stratégique : accroître la compétitivité du Canada dans des secteurs et des marchés spécifiques partout dans le monde.

Objectifs	Réalizations
<p>(suite)</p> <p>Favoriser la participation des entreprises canadiennes à des missions, foires et autres activités commerciales</p> 	<p><i>Produits en matières plastiques</i> — Les membres d'ECI ont prêté assistance à plus de 90 producteurs canadiens de matière plastique qui ont participé à des foires et expositions commerciales et internationales, comme Argenplus (Argentine), Les journées européennes de composites 2000 et 2001 (France), la National Plastics Exhibition (États-Unis), Plast Imagen (Mexique), Composites (États-Unis), Brasilplast (Brésil) et le Catalogue Show (Pérou).</p> <p><i>Industries des services</i> — Les membres d'ECI ont fourni une assistance à des entreprises et institutions canadiennes du domaine de l'éducation et de la formation lors du Marché mondial de l'éducation tenu à Vancouver. La foire a attiré quelque 1 084 entreprises provenant de 64 pays, donnant ainsi aux 400 exposants canadiens une excellente occasion de faire valoir leur expertise. À la foire commerciale Faisons provision de solutions jumelée à la 14e Conférence des ministres de l'éducation du Commonwealth, un stand de solutions en matière de savoir canadien présentait la Foire commerciale virtuelle. Des dizaines d'entreprises canadiennes disposaient ainsi d'une vitrine peu coûteuse pour présenter leurs services. On comptait également plus de 50 stands canadiens sur les lieux.</p> <p><i>Produits du bois et autres matériaux de construction</i> — Les délégations canadiennes ont été importantes dans des foires commerciales internationales comme Interbuild (Royaume-Uni), le Carrefour du bois (France), BAU 2001 (Allemagne) et le Salon canadien des matériaux de construction (Chine). Plus de 350 entreprises canadiennes ont participé aux diverses expositions. En outre, plus de 500 fabricants canadiens de matériaux de construction ont profité des 35 séminaires, 22 expositions commerciales, cinq missions à l'étranger et autres manifestations visant à commercialiser les produits et services canadiens au Japon.</p>
<p>Fournir du financement pour le développement des marchés</p> 	<p>L'aide du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) a favorisé des ventes à l'exportation d'environ 137 millions de dollars en 2000-2001. On a approuvé quelque 518 demandes d'aide faites par des entreprises canadiennes dans le cadre du PDME, dont la valeur s'établissait à 12,01 millions de dollars. De plus, 23 demandes d'aide totalisant 2,12 millions de dollars ont été approuvées aux termes du volet des associations sectorielles du PDME. Parmi les entreprises autorisées à recevoir l'aide du PDME, 368 étaient de petites entreprises ayant un chiffre d'affaires annuel de moins de 2 millions de dollars; 89 avaient un chiffre d'affaires de 2 à 5 millions de dollars; et 44 avaient un chiffre d'affaires supérieur à 5 millions de dollars.</p> <p>Les membres d'ECI ont consenti quelque 40 millions de dollars de financement pour aider 110 entreprises du secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire à réaliser leurs objectifs de commercialisation à l'étranger.</p>