

Purpose of Program

The federal government recognizes that there is a need for federal assistance in the exploitation of foreign markets by Canadian firms. The Promotional Projects Program is the funding vehicle through which the government underwrites some of the cost to industry of participating in promotional events that are organized by the Department of External Affairs. These events are designed to increase the knowledge of foreign buyers about Canadian products and capability and to undertake export market intelligence-gathering operations.

The program encompasses a wide variety of trade promotional techniques within three general categories: trade fairs abroad, trade missions and trade visitors. These projects are initiated by the government and reflect those events developed in consultation with the Industry Sector Branches, the Regional Offices, the Offices of Trade Development and the Trade Commissioner Service abroad to achieve the government's market development objectives. The choice of projects also ensures recognition of commitments implicit in ministerial missions, policy statements and the signing of international trade agreements.

Each year a program is implemented which gives tangible evidence of federal leadership in developing world markets, while making best use of resources required to achieve these objectives. The program is designed to benefit as wide a cross-section of Canadian industry as possible by providing the opportunity to promote Canadian manufacturing capabilities, services and products in the marketplaces of the world. It also assists on-site sales, the appointment of agents, and the assessment of competition. Most important, it gives the Canadian manufacturer an appreciation of foreign business methods, problems and customer preferences.

Responsibilities for the Program

(See Figure 1, page 15)

The Promotional Projects Program is now administered by the Assistant Deputy Minister, Trade Development, in External Affairs (DEA) through an Interdepartmental Program Committee.

As shown on Figure 1, central program administration within DEA is provided by the Fairs and Missions Policy and Evaluation Division of the Office of International Marketing Policy, Planning and Evaluation, and program operation is delegated to five geographic Offices of Trade Development.

But du programme

Le gouvernement fédéral reconnaît la nécessité d'offrir de l'aide aux sociétés canadiennes pour l'exploitation des marchés étrangers. C'est par le Programme des projets de promotion que le ministère des Affaires extérieures souscrit à une partie de ce qu'il en coûte aux entreprises pour participer aux activités de promotion qu'il organise. Cette promotion vise à familiariser davantage les acheteurs étrangers avec les produits et le savoir-faire canadiens et à recueillir des renseignements sur les marchés d'exportation.

Le Programme des projets de promotion comprend une vaste gamme de techniques de promotion commerciales, divisées en trois catégories générales: les foires commerciales à l'étranger, les missions commerciales et les visites commerciales. Le gouvernement lance ces projets qui résultent de consultations avec les directions sectorielles, les bureaux régionaux, les bureaux de l'Expansion du commerce et le Service des délégués commerciaux à l'étranger en vue d'atteindre les objectifs d'expansion des marchés. En même temps, ces activités assurent la reconnaissance des engagements qu'impliquent les missions ministérielles, les exposés de principe et la signature d'accords commerciaux internationaux.

Chaque année, un programme est implanté qui met en lumière les efforts que déploie le gouvernement fédéral pour développer les exportations dans le monde, tout en utilisant le mieux possible les ressources nécessaires pour atteindre ces objectifs. Le programme est orienté de façon à favoriser une tranche aussi étendue que possible de l'industrie canadienne en fournissant l'occasion aux fabricants canadiens d'offrir leurs produits et leurs services sur les marchés mondiaux. Il influe également sur les ventes sur place, la nomination d'agents et l'évaluation de la concurrence. Et, ce qui importe le plus, il donne aux fabricants canadiens une idée des méthodes commerciales, des problèmes et des préférences des clients dans les pays étrangers.

Responsabilités

(Voir le tableau 1, page 15)

C'est le sous-ministre adjoint de l'Expansion du commerce du ministère des Affaires extérieures (MAE) qui, par l'intermédiaire du Comité interministériel du programme, assure désormais l'administration du Programme des projets de promotion.

Comme l'indique le tableau 1, l'administration centrale du Programme au sein du MAE est assurée par la Division de la politique et de l'évaluation des foires et des missions du Bureau de la planification et de l'évaluation des politiques de marketing international, et l'exécution des programmes est déléguée à cinq bureaux territoriaux de l'Expansion du commerce. Voici un bref résumé des nouvelles