

Dans son rôle d'agence commerciale, la Corporation commerciale canadienne (CCC) continuera de prodiguer des conseils et de l'aide aux exportateurs sur les marchés difficiles. Parmi sa clientèle en expansion, ce sont surtout les PME qui continueront à tirer parti de son savoir-faire en matière contractuelle, notamment en ce qui a trait aux marchés attribués par les gouvernements étrangers et les organismes multilatéraux. Tout comme la SEE, la CCC cherchera à accroître son volume de transactions et son nombre de clients.

La mise à jour du système de gestion des clients WIN Exports, qui comprend les missions à l'étranger, les ministères et les organismes fédéraux et provinciaux, se poursuit en vue d'en faire l'un des outils internes de gestion des clients d'ECI. Le système facilite la sélection des fournisseurs, l'appariement des fournisseurs et des acheteurs, les communications avec les clients, la mise en réseau et le suivi des transactions. En outre, WIN Exports joue un rôle de plus en plus crucial dans le sondage annuel mené auprès de la clientèle pour déterminer les atouts et les faiblesses du service, et l'améliorer en conséquence.

Le Service d'exportation agroalimentaire (SEA) élargira sa gamme de services (y compris la diffusion de renseignements en ligne) à un éventail d'exportateurs expérimentés, nouveaux ou éventuels de produits alimentaires à valeur ajoutée. On s'attend à ce qu'un nombre croissant de clients visitent son site Internet.

Équipe Canada inc adoptera une approche de gestion plus stratégique à l'égard des missions commerciales et d'investissement à l'étranger. Cette approche comprendra une meilleure coordination entre les ministères fédéraux et les provinces ainsi qu'un consensus plus large sur les meilleures pratiques à adopter pour garantir l'efficacité des missions. En outre, on élaborera une entente type dont se serviront tous les organisateurs de missions et les membres des missions canadiennes à l'étranger, dans laquelle on définira les responsabilités de chaque intervenant ainsi que le calendrier à respecter dans l'organisation des missions. Cette approche devrait contribuer à assurer des services plus uniformes aux entreprises clientes et des missions plus efficaces.

□ Redonner du dynamisme au Service des délégués commerciaux

On procédera à la mise en œuvre et à l'intégration de la nouvelle méthode « gestion par résultats » qui fait partie du programme Vers de nouveaux horizons du Service des délégués commerciaux. Cette nouvelle politique de service vise à offrir aux clients canadiens à l'étranger des services de meilleure qualité. Les programmes de soutien à la formation et à l'apprentissage des employés se poursuivront

pendant toute la période de mise en œuvre, compte tenu des résultats des sondages menés en 1998-1999 (et qui seront répétés au cours de l'année à venir) auprès des employés et des clients. Ce programme est censé améliorer les six services essentiels offerts aux entreprises (Perspectives sur le marché, Recherche de personnes-ressources, Renseignements sur les visites, Renseignements sur les sociétés locales, Contacts directs et Intervention en cas de difficultés) et d'autres services assurés par les agents commerciaux du Canada à l'étranger, y compris les missions commerciales.

□ Élargir le milieu des exportateurs

Les risques financiers inhérents à l'entrée sur de nouveaux marchés, en particulier ceux qui sont éloignés du continent nord-américain, contribuent grandement à décourager les entreprises canadiennes. Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) a été conçu expressément pour aider les entreprises à surmonter cet obstacle. Afin d'atteindre l'objectif de doubler le nombre d'exportateurs actifs au Canada, le gouvernement continue de redistribuer ses ressources limitées en vue d'accroître le nombre d'entreprises qui exportent pour la première fois ou qui sont nouvelles sur un marché, facilitant ainsi leur réussite à l'étranger. Cela s'inscrit dans la nouvelle orientation du PDME qui vise à appuyer environ 700 PME par année.

Le gouvernement continue d'améliorer le programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF), qui existe depuis longtemps et dont le but est de diriger l'intérêt des exportateurs vers d'autres marchés que les marchés régionaux américains. Par exemple, un nouveau programme appelé NEXSAS a été mis sur pied pour aider les exportateurs vers l'Amérique du Sud.

La nouvelle Unité de soutien aux PME doit s'occuper des besoins spéciaux des PME sur les marchés d'exportation et veiller à ce que tous les services de promotion du commerce prennent en compte ces besoins. L'unité doit aussi être consciente des besoins particuliers des femmes, des Autochtones et des jeunes entrepreneurs, et chercher des moyens de faire participer ces groupes à des activités d'exportation. À titre d'exemple, une stratégie commerciale autochtone est en voie d'élaboration de concert avec IC, AINC, AAC; le site Web Les femmes d'affaires et le commerce offre aussi de nouveaux renseignements aux entreprises exportatrices. L'unité poursuit ses efforts pour tirer parti de la nouvelle tendance, qui est de favoriser la participation d'un plus grand nombre de jeunes entrepreneurs et d'autres membres de groupes de gens d'affaires sous-représentés aux missions commerciales et à d'autres activités de promotion du commerce international.