



son expérience en matière de politique commerciale pour établir un réseau plus solide de partenaires commerciaux. Nous accordons la priorité à l'octroi d'une aide technique en matière de politique commerciale aux pays en développement pour les aider à honorer les obligations qu'ils ont contractées aux termes de l'Uruguay Round. Les exportateurs canadiens pourront ainsi bénéficier de l'amélioration de l'accès à ces marchés.

Éliminer les causes de friction et les barrières commerciales

Il sera essentiel d'élargir les relations avec les États-Unis au chapitre du commerce et des investissements et de veiller à l'application intégrale de l'ALENA. Parmi les défis à relever, mentionnons la gestion des différends dans les industries des céréales et des produits laitiers, les secteurs de la culture et des forêts ainsi que la multitude imprévisible de recours commerciaux mettant en cause des intérêts canadiens. Le Canada fera appel aux procédures de règlement des différends de l'OMC et de l'ALENA pour défendre ses intérêts contre les mesures protectionnistes et les mesures commerciales unilatérales prises par les États-Unis et ses autres partenaires commerciaux. Nous continuerons de défendre les programmes canadiens contre ces mesures. Le gouvernement canadien devra faire preuve de vigilance au cas où les États-Unis continueraient d'adopter des lois de portée extra-territoriale et devra recourir à des sanctions commerciales pour atteindre les objectifs de sa politique étrangère.

3.2.2 Mesure du rendement

La stratégie de mesure du rendement concernant l'accroissement de l'accès aux marchés est présentée à l'annexe 1.

3.3 Capacité d'exportation et préparation à cet égard

3.3.1 Initiatives

Les produits et services qu'offre le gouvernement pour préparer et informer les exportateurs tissent :

- à faire prendre davantage conscience des débouchés sur le marché mondial et à promouvoir les exportations en tant que moyen de croissance;
- à offrir une formation en matière de préparation à l'exportation pour répondre aux besoins des exportateurs éventuels;
- à faire correspondre les services d'Équipe Canada inc aux besoins des entreprises individuelles;
- à offrir des outils pratiques qui permettent d'adapter à ses propres besoins les services et les sources d'information dans Internet, y compris *ExportSource* et *Strategis*.

Au niveau régional, les Centres de commerce international jouent, sous la direction des délégués commerciaux principaux, un rôle de coordination pour les réseaux commerciaux régionaux.

Ces réseaux permettent d'améliorer les services offerts aux entrepreneurs en établissant un lien entre les importants fournisseurs fédéraux et provinciaux de services en matière de PCI et le secteur privé. Chaque année, depuis 1996, les partenaires de chacun des réseaux collaborent à l'élaboration et à la mise en œuvre de leur plan commercial régional.

Les exportateurs éventuels ou actuels peuvent recourir à de nombreuses sources gouvernementales de conseils en matière d'exportation. En raison de leur nombreuse clientèle formée de PME, les organismes fédéraux de développement régional — Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA), Développement économique Canada pour les régions du Québec (DEC) et Diversification de l'économie de l'Ouest (DEO) — et l'Initiative fédérale du développement économique du Nord de l'Ontario (FedNor), la Banque de développement du Canada ainsi que les gouvernements provinciaux occupent une position idéale pour contribuer dans une large mesure à la prestation de services relatifs à la capacité d'exportation et à la préparation à cet égard.

Le réseau de ministères et d'organismes gouvernementaux d'Équipe Canada inc poursuit actuellement les objectifs suivants :

Accroître la sensibilisation aux débouchés sur le marché mondial

Un élément clé de la stratégie en matière de capacité d'exportation et de préparation à cet égard consiste à inciter les entreprises canadiennes à viser à conquérir le marché mondial. Les provinces et les organismes fédéraux de développement régional offrent des séances pratiques de sensibilisation au commerce, des séminaires sur la préparation à l'exportation, des déjeuners favorisant le réseautage, des diagnostics d'entraide, etc. La publication de profils de sociétés et du nom des lauréats des prix à l'exportation contribue à faire mieux connaître les exportateurs qui ont remporté du succès à l'étranger.

La Commission canadienne du tourisme continuera de fournir aux décideurs de l'industrie du tourisme des renseignements commerciaux fondés sur des recherches, des renseignements sur le développement des produits et des renseignements économiques crédibles et les encouragera à les utiliser pour prendre des décisions judicieuses.

Inciter les partenaires stratégiques à se préparer à l'exportation, en particulier les PME

Le gouvernement coordonne les ressources des services offerts aux exportateurs par le biais de réseaux commerciaux régionaux. La priorité continuera d'être d'amener plus de ministères fédéraux, de provinces et d'associations de gens d'affaires à offrir des services de première ligne aux exportateurs. Les agents de première ligne de tous les partenaires doivent disposer des outils, des connaissances sur le commerce et des capacités en matière de prestation de services commerciaux dont ils ont besoin pour aider les clients. Certains partenariats novateurs font intervenir le milieu universitaire dans le cadre d'initiatives comme :