

CHAPITRE TROIS EXPANSION DU COMMERCE D'EXPORTATION

Points saillants

- Les ventes de l'industrie aérospatiale canadienne se chiffrent à 8,2 milliards de dollars.
- Le Ministère aide les entreprises canadiennes qui participent à la reconstruction du Koweït.
- Le Programme d'apports technologiques crée 1 550 emplois.
- En matière de commercialisation, une approche sectorielle est adoptée.
- Le gouvernement apporte son appui à 197 foires commerciales.



Le Canada se fait connaître partout dans le monde, grâce à sa participation à des foires commerciales.

AGRO- ALIMENTAIRE, PÊCHES ET PRODUITS DES RESSOURCES

DIRECTION DE L'AGRO-ALIMENTAIRE

En collaboration avec Agriculture Canada, la Direction de l'agro-alimentaire travaille en étroite relation avec les associations nationales oeuvrant dans ce secteur afin de mettre au point des stratégies de commercialisation appropriées et des programmes détaillés de commercialisation à long terme. Au total, 13 stratégies ont été élaborées et 4 autres sont en cours de développement. Cette démarche encourage les associations et leurs membres à chercher les marchés d'exportation les plus intéressants, à connaître leurs capacités en matière d'offre et les conditions imposées pour y accéder, et à déterminer dans quels domaines l'aide gouvernementale serait la plus efficace. Elle amène également les groupes de producteurs et les industries de transformation à se consulter pour mettre au point des méthodes intégrées de promotion sur les marchés internationaux et les appliquer. Ce que font, par exemple, la Canada Beef Export Federation, l'industrie des cultures spéciales et Canada Pork International (CPI).

PRODUITS DE CONSOMMATION

La Direction des produits de consommation est chargée de développer les exportations d'une vaste

gamme de produits : vêtements, appareils électroniques grand public, industries culturelles, services pédagogiques et de formation, chaussure, ameublement, cadeaux, matériel hospitalier et médical, articles ménagers, outillage et articles de sport.

Pendant l'année, la Direction a :

- encouragé l'Association canadienne des fabricants d'articles ménagers et de quincaillerie à examiner la possibilité de regrouper ses entreprises en consortiums pour commercialiser des produits complémentaires à l'étranger;
- de concert avec l'Institut canadien des manufacturiers du vêtement, préparé un cours destiné à aider les entreprises à définir leurs stratégies internationales de commercialisation.
- mis au point, avec différentes missions installées aux États-Unis et en Europe, des profils de commercialisation dans les secteurs du vêtement et des articles de sport.

Des bases de données à l'intention des industries de la culture et des articles de sport ont été créées, et d'autres sont en cours d'élaboration pour les secteurs du vêtement et des appareils médicaux. Par le biais de sa base de données, la Direction a informé les entreprises fabriquant des articles de sport qu'il existait six foires commerciales consacrées à ces produits, et elle leur a demandé où elles