

Au cours de ce mois, des comités provinciaux de toutes les régions du pays organisent des activités pour aider les exportateurs, tant ceux qui en sont à leurs débuts que ceux qui ont acquis une longue expérience. Les universités, les écoles et les médias transmettent le message aux étudiants et au public.

Nous nous efforçons de sensibiliser davantage le public dans l'ensemble du pays au rôle primordial joué par l'exportation dans notre économie nationale. Quelque 3 millions d'emplois canadiens dépendent du commerce à l'exportation. Notre message est qu'il existe un lien économique direct entre le commerce à l'exportation et la vitalité de notre économie. Nous voulons que ce lien soit compris par tous les Canadiens.

Nous adressons également un message aux milieux d'affaires - en particulier aux petites et moyennes entreprises qui fournissent la plus grande partie des emplois au Canada, afin de les informer des possibilités qui existent sur le marché international.

Pour aider les entreprises à exploiter ces possibilités, le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux offrent une vaste gamme de programmes et de mécanismes pratiques d'aide à l'exportation, conçus de façon à répondre aux besoins des exportateurs canadiens. Bon nombre d'entre vous se souviennent du programme Carrefour Export. Les vedettes de ce programme étaient nos délégués commerciaux qui sont revenus de leurs missions à l'étranger pour rencontrer individuellement les gens d'affaires. En mars dernier, plus de 140 délégués commerciaux se sont rendus dans 35 villes du Canada et ont rencontré plus de 2 000 chefs d'entreprise. Nos missions à l'étranger et les entreprises elles-mêmes assurent le suivi des débouchés signalés. Les résultats au bout de six mois seulement indiquent que plus de 25 % des entreprises ont déjà réalisé ou s'attendent à enregistrer des ventes à l'exportation grâce aux activités tenues dans le cadre de cette initiative commerciale.

Le marché mondial est vaste, diversifié et en pleine croissance. Là se trouvent les débouchés. Mais pour profiter de ces débouchés, il nous faut être agressif. Nous devons être vigilants et surtout compétitifs - en prix, en qualité et dans la gamme des produits et services que nous offrons.