

- a) le MDEC, le MAECI et IC échangeront des renseignements contenus, par exemple, dans les bases de données du Réseau mondial d'information sur les exportations (WIN), du Service des renseignements commerciaux stratégiques (SBIS) et du Système de gestion des occasions d'affaires (OMS), y compris des renseignements non confidentiels concernant des entreprises, leurs capacités actuelles d'exportation ainsi que leurs activités et leurs intérêts au chapitre du commerce, de la technologie et de l'investissement;
- b) le MDEC déterminera, de concert avec le bureau régional d'IC, les besoins du milieu d'affaires ontarien en matière de renseignements sur les marchés étrangers et d'évaluations et d'études de ces marchés, et communiquera ces besoins au MAECI en temps opportun;
- c) le MAECI communiquera à IC et au MDEC, de façon régulière et en temps opportun, des renseignements sur les marchés, des occasions d'affaires et des demandes de noms de fournisseurs provenant de missions à l'étranger. Les missions transmettront ces renseignements ou ces demandes directement aux contacts désignés du MDEC, d'IC et d'autres clients;
- d) le MDEC, le MAECI et IC établiront des pratiques de travail internes afin d'encourager, au sein de leur organisation, la communication et l'échange d'informations sur une plus grande échelle et en temps opportun;
- e) afin de faciliter et d'encourager les communications entre les missions du gouvernement fédéral à l'étranger et le MDEC, un accès direct et transparent sera disponible en 1994, sous réserve de sa faisabilité technique et financière. Si le MDEC demande aux missions du soutien logistique ou de l'aide dépassant le simple échange d'informations, la direction générale géographique appropriée à l'administration centrale du MAECI sera consultée.

PROMOTION DU COMMERCE EXTÉRIEUR

- 8. Le MDEC, le MAECI et IC conviennent qu'il faut encourager les entreprises à accroître et à diversifier leurs activités sur les marchés internationaux et que les gouvernements et le secteur privé doivent élaborer des stratégies efficaces de promotion du commerce extérieur et de pénétration des marchés. Pour ce faire, le MDEC devra accentuer la formation à l'exportation afin d'aider plus d'entreprises à se doter de la «capacité d'exporter» en plus d'encourager les entreprises qui exportent déjà, notamment les PME, à exploiter de nouveaux débouchés, alors que le MAECI et IC devront privilégier les renseignements