



Développement des marchés internationaux (continu)

RÉSULTATS (Ce que nous voulons réaliser) : <i>Accroître l'investissement</i>			
Initiatives : Résultats attendus (les résultats que nous voulons obtenir)	Indicateurs de rendement (Quels sont les signes des progrès réalisés en fonction des principaux résultats attendus?)	Mesure de rendement (Comment mesure-t-on les progrès?)	Objectifs de rendement (Que visons-nous?)
<p>Accroître la part de marché sur les principaux marchés prioritaires et en développement</p> <ul style="list-style-type: none">• Une approche stratégique de la planification et du suivi des missions d'Équipe Canada est adoptée• Des équipes volantes sont formées pour les possibilités à court terme sur les marchés prioritaires et en développement• Dix postes commerciaux de l'AC sont transférés sur le terrain tous les ans pour que l'objectif visé de 70 % : 30 % soit atteint d'ici 2006• Les marchés prioritaires et les marchés en développement sont identifiés, et les ressources sur le plan des programmes et du personnel sont affectées en conséquence• Les plans d'action échelonnés sur trois ans pour les exportations agroalimentaires sont mis en oeuvre sur les marchés prioritaires et en développement <p>Élargir la gamme de produits exportés</p> <ul style="list-style-type: none">• Les secteurs en croissance reposant sur le savoir sont ciblés : services éducationnels (nouveaux Centres d'éducation canadiens à l'étranger); produits culturels; services• Le savoir-faire canadien dans le domaine de la fonction publique est énergiquement commercialisé• Le Canada est présenté comme une destination touristique de choix• Les produits de grande valeur comptent pour une part plus importante des exportations canadiennes			<ul style="list-style-type: none">• Objectifs de programme :<ol style="list-style-type: none">a) nombre minimal de consultations d'ExportSource ou d'appels au numéro 1-888;b) nombre d'occasions d'affaires possibles signalées par le COAI (10 000) et les affaires réalisées en conséquence;c) niveau de base pour les affaires réalisées dans le cadre des missions d'Équipe Canada et pour la satisfaction des clients concernant le SDC• Rapport de 70 % de délégués commerciaux à l'étranger contre 30 % à l'Administration centrale, d'ici l'an 2006