

Développement du marché international (suite)

Objectif stratégique : accroître la compétitivité du Canada dans des secteurs et des marchés spécifiques partout dans le monde.

Objectifs	Réalizations
<p>(suite)</p> <p>Favoriser la participation des entreprises canadiennes à des missions, foires et autres activités commerciales</p>	<p>Aérospatiale et défense — ECI a appuyé quelque 77 entreprises canadiennes qui ont participé à de grandes foires internationales dans les domaines de l'aviation et de la défense, notamment le Salon aérien de Farnborough (Royaume-Uni), Eurosatory (France) et ExpoNaval (Chili).</p> <p>Agriculture et agroalimentaire — Un certain nombre de foires commerciales en agroalimentaire tenues un peu partout dans le monde ont attiré plus de 200 exposants canadiens, débouché sur 22,4 millions de dollars de ventes sur place et engendré plus de 800 autres pistes commerciales. Ainsi, lors du congrès du Conseil international des céréales tenu en 2000, des fournisseurs canadiens ont pu rencontrer 500 délégués venus de 59 pays. L'événement s'est traduit par la vente sur place de 13 millions de dollars de blé à l'Indonésie et à l'Égypte. Au SIAL (France), quelque 65 exposants canadiens ont bénéficié en moyenne de 21 nouvelles pistes chacun, réalisé des ventes sur place de 2,5 millions de dollars et obtenu des pistes totalisant 14,5 millions de dollars de plus. Au Foodex 2000 (Japon), 35 exposants canadiens ont obtenu 600 nouvelles pistes et réalisé des ventes sur place de 2,5 millions de dollars. Des foires alimentaires organisées dans quatre villes japonaises ont attiré 330 acheteurs de ce pays; les 40 exposants canadiens ont réalisé des ventes de 2,4 millions de dollars. Au Taiwan International Food Show 2000, 30 exposants canadiens ont bénéficié d'un total de 225 nouvelles pistes et réalisé des ventes sur place de 2 millions de dollars.</p> <p>Produits automobiles — Avec l'aide d'ECI, quelque 30 entreprises canadiennes ont participé à des foires commerciales, comme SAE (États-Unis) et la Automotive Industry Week (États-Unis), où l'on a exposé avec succès l'industrie automobile canadienne et présenté à des participants de nouvelles possibilités à l'échelle mondiale. De plus, des missions envoyées aux États-Unis, en Allemagne et au Mexique ont aidé 33 entreprises canadiennes à trouver des débouchés dans ces marchés à forte croissance.</p> <p>Biotechnologie — Mis sur pied pour BIO 2000, le Pavillon canadien affichait complet pour BIO 2001 avec quelque 85 sociétés biotechnologiques canadiennes et plus de 500 Canadiens participant à un événement international servant de vitrine à l'expertise canadienne en biotechnologie. Un séminaire sur les capacités canadiennes, tenu à la foire Biotechnologie 2000 (Allemagne), a réuni une quarantaine d'entreprises canadiennes et allemandes du secteur de la biotechnologie qui ont échangé sur l'expertise canadienne et sur les possibilités d'affaires pour les deux pays. Un séminaire semblable tenu à Princeton, au New Jersey, a attiré 35 participants américains. Dans le cadre d'une mission étrangère à Québec, les représentants de 10 entreprises britanniques ont rencontré une cinquantaine de fournisseurs canadiens. Un résultat tangible a été l'annonce d'une collaboration entre KS Biomedix Holding (Royaume-Uni) et Aurelium BioPharma (Canada) en matière de recherche-développement.</p>

