

Objectif :
Mobiliser le
secteur privé

Une association
nationale privée
pour les affaires
en Afrique
renforcerait les
liens commerci-
aux. Elle pourrait
également trou-
ver des façons
de combler
l'écart de
financement qui
désavantage les
entreprises
canadiennes par
rapport à leurs
concurrents oeuvrant dans les
pays en
développement.

- ❑ S'assurer que le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) tient compte des réalités du marché et des frais de prospection plus élevés en Afrique subsaharienne.

◆ En collaborant avec le Bureau de promotion du commerce Canada pour aider les missions diplomatiques africaines, les organismes de promotion de l'investissement et les exportateurs à mieux se faire connaître en Amérique du Nord;

◆ En coordonnant les efforts, favorisant les débouchés en Afrique et échangeant les connaissances avec d'autres ministères et organismes fédéraux, provinciaux et territoriaux chargés de la promotion du commerce et de l'investissement;

◆ En encourageant activement une stratégie régionale pour les affaires en Afrique qui mise sur les avantages comparatifs naturels du Canada, y compris le bilinguisme et le multiculturalisme :

- ❑ Promouvoir les missions d'entreprises et de délégations commerciales canadiennes dans plusieurs pays africains;

- ❑ Évaluer la possibilité de collaborer avec les États-Unis pour organiser des missions commerciales africaines dans l'Ouest, le Centre et la région de l'Atlantique en Amérique du Nord, de concert avec les organismes gouvernementaux américains ou le US Corporate Council on Africa, et le personnel du Service des délégués commerciaux à l'étranger;

- ❑ Renforcer les bureaux commerciaux dans les principales plaques tournantes commerciales africaines (Abidjan, Johannesburg et Nairobi) et leur capacité d'appuyer et de coordonner les services commerciaux dans chaque région.

À ces grands objectifs de la stratégie commerciale reliés aux exportations et aux coentreprises s'ajoutent les aperçus régionaux et sectoriels qui suivent, dans les chapitres 3 et 4, afin d'optimiser les capacités canadiennes dans quelques secteurs économiques prioritaires de l'Afrique subsaharienne.

3) Mobiliser le secteur privé

L'Afrique a besoin d'une forte représentation du secteur privé national au Canada, semblable à celle qui existe déjà pour d'autres régions (p. ex. le Conseil commercial Canada-Chine). Une telle tribune permettra aux entreprises d'apprendre de d'autres entreprises qui réussissent comment faire des affaires en Afrique, quels services et programmes sont offerts, etc. Le gouvernement y trouvera un point de contact principal pour les questions relatives au commerce et au secteur privé en Afrique. Suivant l'exemple de nombreuses entreprises québécoises actives en Afrique, il est possible de poursuivre cet objectif :

◆ En encourageant l'idée d'une organisation nationale privée qui deviendrait le pivot de la promotion du commerce avec l'Afrique, de la sensibilisation, de la coopération et de l'assistance aux divers groupes régionaux pour que leurs activités soient coordonnées au niveau