

bureaux à l'étranger vers des fournisseurs de services canadiens.

- Le **Programme de promotion du Service des délégués commerciaux**, une initiative de sensibilisation des exportateurs canadiens, envoie les délégués commerciaux des ambassades du Canada visiter de petites localités canadienne dans le but d'informer les entreprises et les médias locaux sur les débouchés à l'exportation. En 1998, 130 délégués commerciaux ont ainsi rencontré quelque 950 entreprises dans 110 localités canadiennes.
- Le **Programme de développement des marchés d'exportation (PDME)** offre, aux associations commerciales ou industrielles, une aide financière basée sur un système de réciprocité, afin de promouvoir des activités d'exportation additionnelles. En 1998, 48 associations ont utilisé ce programme pour financer des activités telles que la participation à des foires commerciales, la création de sites Web ou la réalisation de cassettes vidéos promotionnelles.

Élargir la base des exportateurs

- L'**Unité des petites et moyennes entreprises (PME)** nouvellement mise sur pied continue d'adapter les services de promotion commerciale aux besoins des PME et à ceux de segments spécifiques du marché des PME, dont les femmes, les Autochtones et les jeunes entrepreneurs. En 1998, l'Unité des PME a :
 - établi un groupe de travail chargé de conseiller le ministre du Commerce international en ce qui a trait aux dossiers du développement commercial des PME;
 - coordonné l'étude de la Coalition des femmes d'affaires pour la recherche commerciale, étude intitulée *Par-delà les*

frontières : les femmes d'affaires canadiennes et le commerce international;

- mené à bien l'élaboration d'une stratégie de développement du commerce international pour les entreprises autochtones qui entrera en vigueur en avril 1999;
- piloté des missions commerciales de Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF) axées sur les jeunes.
- Le **Programme Entreprises Autochtones Canada** a fourni 6,6 millions \$ pour financer 296 projets d'entreprises. Les séminaires sur le commerce de l'art ont remporté un franc succès et des missions commerciales ont été envoyées aux principales foires internationales d'artisanat et d'articles cadeaux. Les clients autochtones font de plus en plus appel aux programmes gouvernementaux de DCI et les créneaux du marché interautochtones sont à l'étude.
- Le programme **Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF)** a fourni à 1 000 PME canadiennes une expérience directe dans le domaine de l'exportation par l'intermédiaire de missions NEEF ou NEEF/Plus auprès d'un des consulats canadiens aux États-Unis. Par ailleurs, 500 PME canadiennes supplémentaires ont participé au programme Reverse NEEF qui invite des experts commerciaux au Canada pour qu'ils initient les entreprises novices aux rudiments de l'exportation.
- En 1998, on a mis sur pied le programme **Nouveaux exportateurs en Amérique du Sud (NEXSA)** pour présenter, dans le cadre de missions de cinq jours, les marchés sud américains aux entreprises prêtes à exporter. Le NEXSA, qui cible les PME, aborde les missions commerciales sous un angle nouveau en offrant aux participants une formation et une préparation au Canada, puis un programme individualisé de rendez-vous