

de marchés (AG CAN, Conseil fédéral-provincial de développement des marchés et, à partir de janvier 1995, Groupe de consultation sectorielle sur le commerce extérieur);

- tisser des liens plus étroits entre les associations et le gouvernement, grâce au détachement d'agents commerciaux par l'intermédiaire d'Interchange Canada et à d'autres dispositions pour les associations ayant besoin d'aide (MAECI, AG CAN);
- encourager les PME à créer des réseaux et des consortiums de commercialisation afin de garantir des capacités adéquates d'approvisionnement et l'accès aux marchés (CIC);
- aider l'industrie et ses associations à préparer des outils publicitaires tel un répertoire national des exportateurs de denrées alimentaires, pour permettre une meilleure publicité sur les marchés étrangers comportant un minimum de risques; et un programme « Qualité Canada » comprenant des documents publicitaires et des moyens d'application (MAECI, AG CAN);
- résoudre les difficultés intérieures considérées par l'industrie comme ayant des effets défavorables sur la compétitivité internationale, notamment les barrières au commerce intérieur et l'insuffisance de fonds de développement commercial par rapport aux programmes d'aide à la production intérieure, par le biais du Comité des ministres sur le commerce intérieur (CMCI, juillet 1995);
- encourager les PME à recourir à des programmes comme les Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF) et les Nouveaux exportateurs au Mexique (NEWMEX) et à utiliser les services de commercialisation des multinationales et des maisons de commerce pour augmenter le volume et la valeur des exportations (CIC);

- faire appel au Forum pour la formation en commerce international pour préparer les entreprises canadiennes à commercialiser leurs exportations. Des organismes de formation spécialisée comme l'Institut international du Canada pour le grain, les Écoles internationales de gestion du bétail et l'initiative internationale de formation sur les viandes rouges faciliteront le développement de nouveaux marchés et la protection des marchés actuels (MAECI, AG CAN);
- stimuler au Canada les investissements étrangers et les regroupements stratégiques avec des entreprises étrangères pour élargir l'accès aux marchés internationaux et améliorer les sources d'approvisionnement (MAECI, Industrie Canada);
- favoriser l'entrée au pays de techniques de pointe, par le biais du Programme d'aide à la recherche industrielle du CNRC, des conseillers techniques du secteur agro-alimentaire, des conseillers techniques et le personnel des missions canadiennes (CNRC, MAECI);
- analyser la nécessité de créer un système de crédits d'impôt pour les ventes sur les marchés étrangers afin de maintenir la compétitivité internationale des exportateurs canadiens (MAECI, AG CAN, décembre 1994).

Rationalisation et coordination

Le gouvernement appuiera les plans du secteur agro-alimentaire visant les initiatives reliées au développement des marchés :

- en assurant l'intégration dans le processus de planification des stratégies des associations de ce secteur, élaborées dans le cadre des Stratégies de commercialisation des produits agro-alimentaires; en encourageant d'autres associations, en particulier celles touchant les produits à valeur ajoutée, à participer au processus (MAECI, AG CAN);