

l'industrie pour éviter le dédoublement des services et pour assurer à l'exportateur qu'il reçoive le plus d'appui possible avec les ressources disponibles.

## PLAN DE TRAVAIL

### Affaires étrangères et Commerce international (AECI)

AECI est une ressource importante pour les exportateurs. Le ministère peut fournir dans cinq domaines un appui valable aux compagnies et associations: d'abord la collecte et la dissémination de renseignements et des perspectives de marchés étrangers; deuxièmement, l'aide fournie aux entreprises canadiennes pour établir des contacts et des relations avec des acheteurs et d'autres participants de l'industrie sur les marchés étrangers; troisièmement, l'aide aux compagnies canadiennes afin de se positionner pour profiter des perspectives de marché; quatrièmement, le travail à améliorer l'accès aux marchés étrangers; et finalement, la sensibilisation des compagnies aux nombreuses activités de promotion commerciale organisées chaque année par le ministère, seul ou conjointement avec d'autres ministères, par la préparation du «Plan de promotion du commerce international» (PPCD).

Les compagnies exportatrices ont identifié la collecte et la dissémination de l'information (renseignements du marché) comme le service prioritaire à être dispensé par le service des délégués commerciaux. Ce service reconnaît donc la nécessité de poursuivre et d'accroître ses efforts dans les domaines suivants :

- couverture mondiale par le service des délégués commerciaux et l'industrie. Le Japon et l'Europe occidentale sont des marchés fort prometteurs pour les produits alimentaires à valeur ajoutée, tandis que vont continuer à prendre de l'expansion des marchés secondaires qui offrent des niches, par exemple l'Australie et le Mexique;
- études de marché détaillées couvrant des renseignements quantitatifs et qualitatifs sur: le potentiel de marché, les taux de croissance, les profils de clients, les attentes, besoins et attitudes des acheteurs, les pratiques d'achat des chaînes des indépendants et du commerce des HRI, et les pratiques commerciales particulières à des marchés spécifiques;
- systématiser la collecte, l'analyse et la dissémination du renseignement du marché. Étudier les avantages d'une utilisation croissante de banques de données commerciales, d'agences de presse d'affaires, de tableaux d'affichage électroniques, de services de bulletins de nouvelles, de disquettes électroniques et de répertoires CD ROM;
- confectionner un inventaire des manufacturiers canadiens de produits et services alimentaires à valeur ajoutée (recherche, caractéristiques de produits, quelle valeur ajoutée et quels produits alimentaires d'exportation existent, et la compagnie est-elle