

informés régulièrement et invités à exprimer leurs commentaires sur la formule retenue. En outre, nous leur avons envoyé les différentes versions de la synthèse stratégique pour examen et commentaire.

Nous avons aussi distribué aux membres des Groupes de consultation sectorielle sur le commerce extérieur (GCSCE) les versions préliminaires des stratégies concernant leur secteur. Ces textes ont ensuite été examinés et discutés aux réunions des Groupes.

Mais la participation du secteur privé ne s'arrête pas le jour où le document est publié. J'envisage plutôt une coopération permanente entre le secteur privé, moi-même et les fonctionnaires, pour que nous puissions sans cesse améliorer le Plan, avec les politiques et les programmes qu'il traite.

Pour les versions ultérieures du *Plan de promotion du commerce extérieur*, nous avons l'intention de collaborer avec le secteur privé pour définir les buts et les jalons de chaque stratégie sectorielle. Ainsi, dans deux ou trois ans, nous disposerons de repères pour mesurer le succès de nos stratégies.

Nous ne pouvons pas nous permettre des dépenses qui ne soient pas conformes aux objectifs canadiens de compétitivité. Nous ne pouvons pas non plus nous permettre de tolérer le double emploi et les recoupements entre les programmes de développement du commerce des différents ministères fédéraux et entre ceux-ci et les programmes des autres niveaux de gouvernement. Nous devons faire un meilleur emploi des maigres ressources financières dont nous disposons.

Ce qui m'amène au deuxième objectif. C'est là, je crois, que le *Plan de promotion du commerce extérieur* est le plus utile. Les vastes consultations interministérielles qui en constituent la base contribuent à l'efficacité de nos programmes et réduisent le double emploi.

Par exemple, en unifiant la liste des activités prévues pour chaque secteur, nous avons pu en ramener le nombre de 1200 à 900, simplement en éliminant le double emploi et les manifestations superflues.

En conséquence, tous les ministères fédéraux coopèrent maintenant à l'atteinte d'objectifs communs en matière de commerce extérieur.

Mais le Plan sera également utile pour la définition des priorités relatives à l'ensemble des initiatives de développement commercial, c'est-à-dire qu'il nous aidera à décider, ce qui n'est pas facile, à quoi nous allons employer les fonds fédéraux en matière de développement du commerce, et comment.