

participation à une foire commerciale. Toutes les autres entreprises acquitteront le coût de leur participation. À cet égard, nous nous proposons également d'accorder davantage d'importance à la participation à de grands salons stratégiques internationaux, que viendront compléter, dans une moindre mesure, de plus petites expositions régionales qui présentent un degré de priorité élevé.

- Cinqüièmement, tous les participants à des missions commerciales vers l'étranger parrainées par le gouvernement prendront en charge leurs coûts.
- Enfin, nous regrouperons nos divers programmes d'expansion du commerce international en un seul programme. Le regroupement nous aidera à mettre au point une approche stratégique intégrée et à nous assurer que nous affectons nos ressources limitées aux marchés qui offrent les meilleurs débouchés. L'année prochaine, nous entreprendrons le regroupement d'autres programmes de promotion du commerce, y compris l'aide au titre du volet « initiatives mises en marche par le secteur privé » du PDME.

Nous continuons d'étudier attentivement d'autres recommandations du rapport « Wilson », notamment un meilleur soutien au financement des exportations des petites entreprises, la promotion d'une coopération plus étroite entre le Ministère et le Programme de coopération industrielle de l'ACDI [Agence canadienne de développement international] et le renforcement du Service des délégués commerciaux.

Nous travaillons à l'élaboration d'une stratégie intégrale concernant les exportations pour le Canada. La semaine dernière, j'ai rendu publique notre stratégie à cet égard : le *Plan de promotion du commerce extérieur*. Ce document, et le processus qui l'a précédé, nous aident à mieux cibler non seulement l'élaboration de la stratégie du Canada visant les exportations, mais encore l'exécution de nos activités dans le domaine du commerce extérieur. Il traduit un consensus sur les initiatives de développement du commerce qui s'est dégagé parmi 19 ministères fédéraux, les provinces, le Comité consultatif sur le commerce extérieur [CCCE] et les Groupes de consultations sectorielles sur le commerce extérieur [GCSCE], de nombreuses associations verticales et horizontales de l'industrie, comme la vôtre, ainsi que des entreprises à titre individuel. L'an prochain, nous nous proposons de le renforcer en y intégrant les activités des provinces à un degré encore plus poussé et en accentuant la participation du secteur privé. En bout de ligne, le *Plan de promotion du commerce extérieur* devrait refléter les priorités des exportateurs canadiens. Toutefois, sa qualité sera strictement fonction des renseignements obtenus des exportateurs. Aussi, je vous invite instamment à nous faire part de vos suggestions pour l'améliorer encore davantage.