



De nombreuses sources gouvernementales offrent des conseils aux exportateurs actifs et à ceux qui songent à exporter. Vu le grand nombre de PME faisant partie de leur clientèle, les organismes de développement régional (Agence de promotion économique du Canada atlantique, Développement économique Canada pour les régions du Québec et Diversification de l'économie de l'Ouest Canada), l'Initiative fédérale du développement économique du Nord de l'Ontario (FedNor) et d'autres partenaires d'ECI sont très bien placés pour aider à mettre sur pied et à assurer des services visant la préparation à l'exportation et le renforcement de la capacité des exportateurs.

3.3.1 INITIATIVES

Les initiatives du réseau de ministères et d'organismes gouvernementaux d'Équipe Canada inc visent :

❑ à sensibiliser davantage les exportateurs aux débouchés sur les marchés mondiaux

Un volet essentiel de la stratégie visant à renforcer la capacité des exportateurs et à préparer ces derniers à l'exportation consiste à sensibiliser les entreprises canadiennes aux marchés mondiaux. À cette fin, les provinces et les organismes fédéraux de développement régional proposent des services tels que des séances de sensibilisation au commerce, des colloques sur la préparation à l'exportation, des déjeuners favorisant le réseautage, des diagnostics individuels, etc. La publication de profils d'entreprises et du nom des lauréats des Prix d'excellence à l'exportation canadienne contribue à mieux faire connaître les exportateurs qui ont connu du succès.

La Commission canadienne du tourisme continuera de fournir aux décideurs de cette industrie des renseignements commerciaux et économiques crédibles fondés sur des études et des données relatives à la mise au point et à la commercialisation de produits, et elle les encouragera à utiliser ces renseignements pour prendre des décisions judicieuses.

❑ à inciter les partenaires stratégiques, en particulier les PME, à se préparer à l'exportation

Les Réseaux commerciaux régionaux coordonnent les ressources des services à l'exportation, et la priorité continuera d'être le recrutement d'autres partenaires stratégiques pour offrir des services de préparation à l'exportation aux entreprises (aux PME en particulier). Certains partenariats novateurs font appel aux milieux universitaires, par exemple dans les cas de jumelage d'entreprises songeant à exporter avec des étudiants ayant une maîtrise en administration des affaires pour faire des études de marchés ciblés. Parmi les autres programmes, notons les stages internationaux d'étudiants inscrits à un programme coopératif, la création de partenariats internationaux d'étudiants et le Programme d'emploi en commerce international de Diversification de l'économie de l'Ouest Canada.

❑ à cibler les services d'Équipe Canada inc de façon à mieux répondre aux besoins des exportateurs

Renseignements généraux : L'une des grandes priorités d'ECI consiste à sensibiliser davantage les entreprises clientes aux services disponibles. Un service téléphonique national sans frais (1-888-811-1119) met les personnes qui appellent en rapport avec le Service d'information sur l'exportation d'ECI qui donne directement accès aux programmes et aux services des membres (tels que les Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC), les Centres de commerce international d'Industrie Canada et le Service d'exportation agroalimentaire d'Agriculture et Agroalimentaire Canada); le service 1-888 renvoie aussi les appels à d'autres organismes membres ou partenaires d'Équipe Canada inc. Par ailleurs, les CSEC de toutes les régions du Canada accueillent les personnes qui viennent les consulter directement dans leurs locaux.

Le site *ExportSource* (<http://exportsource.gc.ca>) d'Équipe Canada inc permet aux clients d'obtenir des renseignements sur les affaires commerciales internationales 24 heures sur 24. La popularité du site a augmenté au cours de l'an dernier, et plus de 13 000 consultations ont été enregistrées en moyenne tous les mois. En 1997, une « enquête éclair » sur le rendement du site a révélé que 64 p. 100 des utilisateurs en étaient satisfaits, et ce taux est passé à 68 p. 100 l'année suivante, en raison des modifications apportées à la suite des commentaires des clients. Afin de répondre aux besoins changeants des clients et de suivre l'évolution des technologies de l'information, on réaménage le site pour le doter d'une structure améliorée, d'un moteur de recherche plus perfectionné et d'une nouvelle image pour l'an 2000.