

Les statistiques sur la gestion des programmes et le suivi des activités, recueillies par le Service des délégués commerciaux, fournissent une base d'information pour l'analyse de l'efficacité du Service, de ses activités de promotion du commerce, des programmes de soutien financier et des mécanismes de financement des exportations. Cette base statistique, qui contraste fortement avec d'autres programmes et activités du Ministère, nous permet de repérer les secteurs à problème et de proposer des améliorations possibles.

L'analyse indique que les programmes gouvernementaux actuels de promotion du commerce ne répondent pas aux critères établis plus tôt. Ces programmes, bien qu'ils soient dans une large mesure comparables à ceux qu'offrent les principaux concurrents du Canada, ne sont ni sélectifs ni ciblés. Il s'ensuit que l'aide gouvernementale n'est pas fournie en fonction du besoin ou des défaillances du marché, qu'elle a créé un petit groupe d'entreprises qui dépendent de l'aide continue du gouvernement, qu'elle a encouragé de façon excessive la participation aux foires et missions commerciales de compagnies qui ne sont pas prêtes à exporter et qu'elle est trop souvent affectée à des marchés dont le taux de rendement est comparativement peu élevé.

À l'avenir, les programmes de promotion du commerce devront être beaucoup plus sélectifs. Ils devront comprendre une exigence relative à une formation ou à de l'expérience dans le domaine de l'exportation afin d'aider les entreprises à maximiser les avantages à long terme de l'appui du gouvernement. Il faudra modifier l'accent mis actuellement sur l'évaluation des programmes en fonction des événements et des activités et s'attacher plutôt à suivre l'expansion internationale des entreprises qui ont bénéficié des programmes du gouvernement. Il faut améliorer le recouvrement des frais, particulièrement à l'égard des utilisateurs habituels de ces programmes dans les marchés des pays membres de l'OCDE. Les délégués commerciaux devront de plus en plus tenir compte des liens entre le commerce et la compétitivité, particulièrement en ce qui concerne l'investissement, la technologie et les facteurs institutionnels à plus long terme. Les liens entre l'aide et le commerce doivent être améliorés et être portés à un niveau comparable à ce qui se fait chez nos principaux concurrents. Les mécanismes d'exécution doivent être délégués au secteur privé lorsque c'est possible, pour permettre aux délégués commerciaux de consacrer plus de temps à l'analyse des marchés, à leur rôle de courtier en informations et à d'autres activités à valeur ajoutée. On pourrait voir une plus grande coopération entre le gouvernement fédéral et les provinces, particulièrement pour ce qui est de la formation dans le domaine de l'exportation et du répertoire de nouvelles entreprises. À mesure que disparaît la distinction entre politique commerciale et promotion commerciale, particulièrement dans les marchés des pays membres de l'OCDE, les délégués commerciaux devront acquérir une connaissance plus approfondie des questions de politique, tout comme les spécialistes de la politique commerciale devront accorder plus d'attention aux questions de promotion commerciale.