

au secteur privé les services de leurs techniciens. D'autres pays fournissent déjà de tels services de formation professionnelle à leurs exportateurs, et il importe que le Canada offre des avantages comparables aux siens, pour préserver leur compétitivité.

Mécanismes d'entretien des marchés

Description: Il s'agit d'activités entreprises à intervalles réguliers, telles que les consultations Canada-Japon sur le canola. L'objectif consiste à fournir un service d'appui général à l'industrie, au moyen de discussions portant sur l'offre et la demande, sur les prévisions de prix, sur les tendances de l'industrie, etc.

Évaluation: Les consultations annuelles avec les pays qui importent des quantités importantes de produits canadiens sont très utiles pour maintenir les échanges bilatéraux à leur niveau optimum. Elles permettent en effet de souligner l'importance que l'industrie et le gouvernement attachent aux marchés concernés, ce qui profite autant aux exportateurs qu'aux importateurs. En effet, les premiers peuvent en profiter pour s'informer de l'évolution du marché et des nouvelles tendances qui se dessinent, et les seconds peuvent obtenir des précisions sur l'évolution de l'industrie et sur les tendances de la production. Ces consultations peuvent aussi donner l'occasion de discuter des prévisions relatives à l'offre et à la demande et aux prix. Elles permettent aux exportateurs et aux importateurs de se rencontrer à intervalles réguliers avec des représentants du gouvernement, dans un contexte structuré. Cela est particulièrement important pour des pays importateurs comme le Japon qui sont particulièrement attentifs à l'évolution de la conjoncture chez leurs fournisseurs.

Expositions alimentaires en solo

Description: Ces expositions de produits seulement canadiens donnent aux petites et moyennes entreprises la possibilité de présenter leur marchandise à des clients éventuels. Elles sont surtout organisées aux États-Unis, dans les grandes villes où nous avons un consulat. La première fut organisée à Cleveland, en Ohio, il y a une quinzaine d'années. En règle générale, l'exposition est située dans un grand hôtel ou dans les locaux du consulat, et elle est accompagnée de réceptions qui permettent d'appuyer la promotion des produits canadiens. Normalement, vingt à cinquante entreprises y participent.

Évaluation: Les expositions en solo constituent pour les petites et moyennes entreprises un mécanisme très rentable de développement des marchés régionaux américains. Dans l'ensemble, les participants canadiens choisissent des expositions organisées à proximité de leurs propres centres de fabrication, c'est-à-dire que la plupart des participants à l'exposition de Seattle viennent de Colombie-Britannique ou des Prairies, alors que les expositons de Buffalo, de Cleveland et de Minneapolis attirent surtout des participants des provinces centrales ou Atlantiques.

Pour bon nombre d'entreprises les expositions constituent la seule possibilité qui leur soit offerte de présenter leurs produits sur ce genre de marché, et elles