

Développement des marchés internationaux

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans des secteurs et des marchés donnés à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2001-2002
<p>Aider les entreprises canadiennes à repérer et à exploiter les occasions d'affaires sur les marchés étrangers</p>	<p>Chaque année, les membres d'ECI offrent à des milliers d'exportateurs canadiens de l'information sur les marchés étrangers et les débouchés d'exportation, des occasions de réseautage, des services de dépannage ou des conseils sur les approches novatrices en matière de développement des marchés d'exportation. Des membres d'ECI s'attachent par ailleurs à repérer des débouchés d'affaires à l'intention des entreprises canadiennes, qui se traduisent souvent par des ventes, des transactions potentielles, de nouveaux partenariats, le choix de nouveaux fournisseurs et même le développement de nouveaux produits.</p> <p>Les 140 missions du Canada à l'étranger ont traité près de 45 000 demandes de clients, pour lesquelles elles ont fourni les services suivants : 20 802 aperçus du potentiel de marché et rapports sur les entreprises locales, 9 213 recherches de contacts clés, 8 457 rencontres personnelles et 1 916 interventions de dépannage.</p> <p>Quelque 105 nouvelles études de marché et 74 aperçus de marché ont été préparés à l'intention des 15 000 clients inscrits au Centre des études de marché du MAECI. En outre, 166 profils sectoriels de pays étrangers ont été diffusés en ligne.</p> <p>Les Équipes sectorielles commerciales Canada (ECC) ont fourni à leurs entreprises clientes de l'information sectorielle sur les marchés et les occasions d'affaires à l'étranger. Par exemple, plus de 1 100 producteurs de matières plastiques, 350 fournisseurs de matériel et de services du secteur de l'électricité, 500 entreprises de l'industrie environnementale et près de 150 entreprises du secteur de la santé ont reçu des centaines de rapports actualisés tout au long de l'exercice. De plus, de nouveaux rapports sur les marchés des produits et services culturels de la France, du Royaume-Uni, de l'Allemagne, de l'Italie et de l'Inde ont été établis dans le cadre du programme Routes commerciales de Patrimoine canadien.</p> <p>Les membres d'ECI ont continué de renforcer leur expertise sectorielle dans des marchés clés en affectant dans des missions importantes à l'étranger des agents de commerce responsables de secteurs en particulier. Ainsi, en 2002, EDC a ouvert un bureau en Pologne et renforcé sa présence au Mexique. Un poste d'agent de promotion des technologies en matière de changement climatique, financé par Ressources naturelles Canada, a été créé à Mexico dans le cadre d'un programme-pilote, qui doit prendre fin en mars 2006; cet agent doit aider les entreprises canadiennes à commercialiser leurs technologies et leur savoir-faire dans le domaine.</p> <p>Une nouvelle base de données en ligne sur les capacités des entreprises canadiennes a été lancée sous le nom de SourceCAN. Pendant les 11 premiers mois qui ont suivi son lancement, ce service de jumelage automatisé a permis de conclure des ventes à l'exportation totalisant plus de 100 millions de dollars.</p>

