

Développement des marchés internationaux (suite)

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

Priorité stratégique	Réalizations en 2002-2003
Aider les exportateurs canadiens à faire valoir leurs produits et services sur les marchés d'exportation à l'occasion de missions prestigieuses à l'étranger	En 2002-2003, plusieurs missions commerciales prestigieuses et des dizaines de missions de moindre importance ont été organisées. La mission de juin 2002 à Mexico et Monterrey a attiré 63 représentants d'entreprises et s'est traduite par cinq contrats de vente d'une valeur globale de près de 5 millions de dollars. Pendant la mission, EDC a accordé une facilité de prêt de 23 millions de dollars à une importante entreprise du secteur automobile de Monterrey. En novembre 2002, 104 délégués d'entreprises ont participé à une mission en Afrique, au cours de laquelle ils ont conclu 24 accords commerciaux d'une valeur de plus de 150 millions de dollars. L'établissement d'un Fonds africain d'investissement de 100 millions de dollars destiné à stimuler l'investissement canadien en Afrique a été annoncé à cette occasion. Misan sur le succès de cinq missions commerciales précédentes, l'APECA a organisé deux missions d'Équipe Canada Atlantique, donnant à 90 entreprises de la région la possibilité de participer à plus de 550 réunions avec des firmes américaines du marché de la région des trois États (New York, New Jersey et Connecticut). Ces missions ont généré des ventes à hauteur de 27 millions de dollars et 103 débouchés commerciaux. L'APECA a également organisé pour huit entreprises de la région une mission commerciale panatlantique à la foire internationale des produits de la mer de Boston, qui a permis à cinq d'entre elles de réaliser des ventes à court terme de plus de 500 000 \$. Dans le cadre du programme Exportation É.-U., environ 2 500 PME canadiennes ont participé à 22 missions aux États-Unis et assisté à 70 séances d'information au Canada, tandis que le programme Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers (NEXOS) a permis à huit entreprises canadiennes de participer à SMAU 2002, la plus grande foire commerciale d'Italie. Le Conseil national de recherches du Canada (CNRC) a dirigé 31 missions à l'étranger afin de promouvoir les alliances dans le domaine de la technologie, tandis que le Programme d'aide à la recherche industrielle du Conseil a participé à 11 missions à l'étranger organisées pour des PME canadiennes. Par ailleurs, la venue de 50 missions de haut niveau au Canada souligne l'intérêt croissant que suscite le secteur canadien des sciences et de la technologie partout dans le monde. La mission d'Équipe du Nord de l'Ontario de FedNor à Atlanta a accueilli 25 participants et s'est traduite par de nouveaux marchés se chiffrant à quelque 60 millions de dollars.
Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et manifestations commerciales dans le monde entier	Après le lancement de l'image de marque du Canada d'ECI à l'occasion de foires internationales de l'exercice 2001-2002, les partenaires d'ECI ont utilisé les fonds du programme pour appuyer les activités de marketing de près de 70 exposants canadiens à plus de 20 grandes foires internationales. Avec des outils de haute technologie et du matériel graphique et publicitaire de pointe, ces initiatives visaient à donner aux exportateurs canadiens un avantage concurrentiel dans un marché de plus en plus exigeant. Les secteurs public et privé ont uni leurs efforts pour présenter le Canada aux acheteurs du monde entier en tant que fournisseur de biens et de services novateurs de qualité. De nombreux exposants ont attribué leurs ventes initiales et les marchés conclus à une intensification des efforts de marketing menés en collaboration avec les partenaires d'ECI. Par le truchement des Équipes sectorielles commerciales Canada (ESCC), ECI a aidé les entreprises à participer à des foires et missions à l'étranger et à accueillir des missions d'acheteurs au Canada. Selon un sondage, ces missions ont aidé plus de 80 p. 100 des entreprises participantes à s'imposer sur de nouveaux marchés ou à maintenir ou accroître leur présence sur les marchés étrangers où elles étaient déjà implantées. Environ 10 p. 100 ont fait état de ventes de plus de 500 000 \$ réalisées sur place, tandis que 21 p. 100 en ont retiré une liste de 10 débouchés solides ou plus. La grande majorité (94 p. 100) escomptait des retombées commerciales positives à la suite de ces activités. L'ECC de l'aérospatiale et de la défense a aidé plus de 137 sociétés canadiennes à assister aux grands salons de l'aéronautique et de la défense, notamment le Farnborough Air Show 2002 (Royaume-Uni), Eurosatory 2002 (France) et une série de séminaires consacrés à la sécurité (Ottawa).

