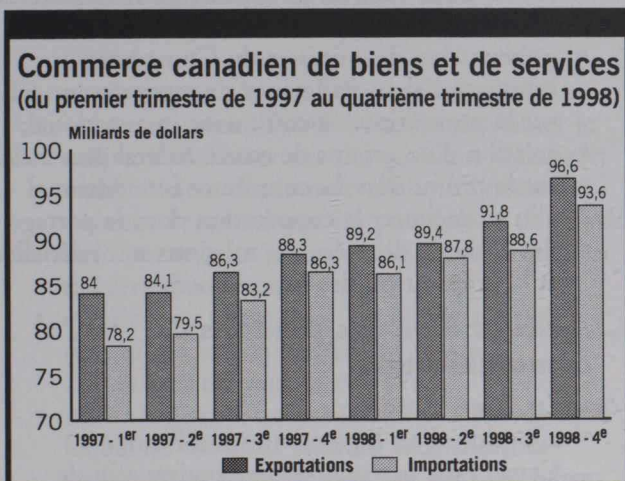


- *analyses des secteurs prioritaires* : des comparaisons internationales, d'une année à l'autre et d'un secteur à l'autre (disponible en direct à <http://exportsource.gc.ca> par le biais du lien Information sectorielle, Équipes sectorielles commerciales Canada);
- *Rapport sur les réalisations d'Équipe Canada inc* : un rapport annuel que le ministre du Commerce international remet au Parlement (disponible en direct à <http://exportsource.gc.ca> par le biais du lien d'Équipe Canada inc).



Source : Statistique Canada

1.4 DÉFINITION DES OBJECTIFS

La définition des objectifs aide le gouvernement et le secteur privé à mieux travailler ensemble, car les objectifs font état d'efforts communs et quantifiables. L'an dernier, le Plan d'activités relatives à la promotion du commerce international comportait trois objectifs qui visaient à orienter cette activité, à encourager les intervenants à s'engager en conséquence et à mesurer les réalisations :

- doubler le nombre d'exportateurs actifs pour le faire passer à 10 000 d'ici l'an 2000;
- réussir à reprendre 4 p. 100 du marché mondial des exportations agroalimentaires d'ici 2005 et inverser le ratio actuel de 60/40 dans les exportations de produits agroalimentaires primaires et transformés;
- déployer un plus grand nombre de délégués commerciaux à l'étranger de manière à atteindre un ratio de 70/30 entre le terrain et l'administration centrale d'ici 2006.

Équipe Canada inc est en train de définir des indicateurs de rendement, des critères de mesure et des objectifs supplémentaires relatifs au rendement du gouvernement au chapitre de la promotion du commerce international et la performance du Canada en matière de commerce et d'investissement. Quatre types sont envisagés :

- mondial ou macro
- sectoriel
- marché
- programme

Quatre critères guident la définition des objectifs de rendement :

- les variables doivent être étroitement liées au bien-être économique des Canadiens;
- les progrès enregistrés doivent être vérifiables au moyen de données précises;
- les objectifs doivent reposer sur des attentes réalistes quant aux perspectives futures de l'économie canadienne et des principaux partenaires commerciaux du Canada;
- les objectifs doivent être compatibles les uns avec les autres.

Au cours de la prochaine année, des consultations se tiendront avec le secteur privé au sujet des macro-prévisions relatives à la performance du Canada en matière de commerce et d'investissement.

L'annexe 1 de ce plan présente plusieurs nouveaux indicateurs et critères de mesure pour évaluer le rendement du programme de promotion du commerce international.

1.5 NOTION D'ÉQUIPE CANADA

Écoute de nos clients

Les commentaires des clients nous ont amenés à réévaluer entièrement l'orientation et la structure des efforts du gouvernement en matière de promotion du commerce et d'investissement. Ce dernier, qui a de plus en plus conscience du fait que les programmes qui appuient la promotion du commerce international sont étroitement liés à la création d'emplois et de richesses, a recentré ses efforts afin d'aider les entreprises canadiennes qui cherchent à s'internationaliser. Ainsi, ces efforts sans précédents ont donné lieu à une intégration des fonctions de promotion du commerce et de l'investissement dont sont investis plus de 20 ministères et organismes fédéraux, en partenariat avec les provinces, afin de mieux servir le monde des affaires canadien.

Philosophie d'Équipe Canada

La Stratégie pour le commerce international (PCI) s'inspire beaucoup des consultations avec le secteur privé, traduisant la priorité du gouvernement de bâtir une économie plus novatrice grâce à des partenariats. Cette approche vise à tirer parti des atouts collectifs de tous les participants pour maximiser l'utilisation des ressources, réduire les chevauchements, fixer les priorités, améliorer les systèmes d'information commerciale et les fichiers analytiques des fournisseurs, ainsi que pour simplifier la prestation des programmes et des services.

La démarche d'Équipe Canada concernant la promotion du commerce international est menée à deux échelons :

- à l'échelle internationale, le premier ministre prend la tête de missions commerciales d'Équipe