

Stratégie de promotion du Commerce international : 1998-2001

Développement des marchés internationaux

| RÉSULTATS (Ce que nous voulons réaliser) : Accroître l'investissement | | | |
|---|---|--|--|
| Initiatives : Résultats attendus (les résultats que nous voulons obtenir) | Indicateurs de rendement (Quels sont les signes des progrès réalisés en fonction des principaux résultats attendus?) | Mesure de rendement (Comment mesure-t-on les progrès?) | Objectifs de rendement (Que visons-nous?) |
| <p>Étendre le réseau d'Équipe Canada</p> <ul style="list-style-type: none"> Les provinces, les associations de l'industrie et les autres intervenants du secteur privé sont encouragés à former des partenariats dans le cadre d'Équipe Canada inc pour que le Canada puisse réaliser davantage d'affaires à l'étranger <p>Rendre les programmes et les services plus accessibles aux exportateurs</p> <ul style="list-style-type: none"> Accès Internet : le service accessible 24 heures sur 24 via un seul site Web (<i>ExportSource</i>) sera élargi de façon à inclure d'autres fournisseurs de services Numéro national : le numéro sans frais 1-888 donnera accès à un plus grand nombre de fournisseurs de services d'Équipe Canada Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) : le COAI transmet les occasions d'affaires signalées par les missions à l'étranger à 10 000 fournisseurs de WIN Exports de partout au Canada Programme de sensibilisation du SDC : dans le cadre de l'initiative de « sensibilisation à l'exportation », 150 agents vont rencontrer 600 entreprises dans 45 villes de toutes les régions du Canada Études de marché : 250 études sont réalisées afin de repérer les possibilités d'exporter des produits et des services vers les principaux marchés étrangers L'accès au Service d'exportation agroalimentaire est amélioré, et de nouveaux services sont offerts <p>Accroître le nombre d'entreprises qui exportent pour la première fois ou qui sont nouvelles sur le marché</p> <ul style="list-style-type: none"> On encourage les PME, les jeunes, les femmes et les Autochtones à avoir recours aux programmes de PCI Le PDME ciblera les PME, les nouveaux exportateurs et les exportateurs novices La Stratégie canadienne pour le commerce international, principal document de planification fédéral-provincial, sera employée pour fixer les objectifs pour les secteurs prioritaires dans chacun des marchés prioritaires | <ul style="list-style-type: none"> Degré de recours aux services d'Équipe Canada inc Affaires réalisées sur le plan des exportations Aide aux exportateurs | <ul style="list-style-type: none"> Nombre de consultations d'<i>ExportSource</i> Nombre d'appels au numéro 1-888 Affaires découlant du COAI Affaires découlant des missions d'Équipe Canada Sondage auprès des clients — satisfaction concernant le SDC | <ul style="list-style-type: none"> Deux grands objectifs : <ol style="list-style-type: none"> doubler le nombre d'exportateurs actifs pour en compter 10 000 d'ici l'an 2000; récupérer 4 % du marché mondial des exportations agroalimentaires d'ici l'an 2005 (40 milliards de dollars) et renverser le rapport actuel de 60 à 40 pour les exportations de produits agroalimentaires primaires et de produits agroalimentaires transformés |