

- envisager la création de coentreprises ou d'alliances stratégiques avec des acheteurs étrangers comme moyen d'entrer sur leurs marchés;
- améliorer la diffusion des renseignements et des rapports au sein du gouvernement et de l'industrie en recourant à des moyens électroniques;
- comparer la rentabilité des visites d'acheteurs étrangers à celle des délégations canadiennes à l'étranger et promouvoir l'image de qualité des produits canadiens à l'étranger;
- aider les associations sectorielles à renforcer leurs capacités en matière d'expansion du commerce, notamment par un recours accru à la loi récemment adoptée concernant le prélèvement obligatoire à la production;
- inciter les producteurs et les entreprises (notamment les PME) à créer des réseaux et à se spécialiser ou à adapter leur production pour répondre aux besoins des marchés étrangers;
- resserrer les liens avec l'industrie (p. ex., Échanges Canada) en faisant appel aux associations sectorielles pour la diffusion de l'information commerciale et des programmes de formation;
- intégrer les Stratégies de commercialisation des produits agro-alimentaires aux priorités des missions à l'étranger et au Plan de promotion du commerce extérieur d'AECEC;
- encourager une plus grande collaboration entre les secteurs synergiques;
- renforcer le savoir-faire sectoriel au sein du Service des délégués commerciaux;
- favoriser la collaboration interministérielle en vue de mettre à la disposition des exportateurs un guichet unique et des centres d'excellence;
- dans la mesure du possible, pratiquer le partage égal des coûts avec l'industrie et les provinces;
- veiller à ce que les missions commerciales à l'étranger s'efforcent d'améliorer l'influx de technologies et d'investissements étrangers au Canada;
- défendre vigoureusement le maintien de nos droits actuels en matière d'accès aux marchés;
- favoriser les ententes de fournisseurs avec les multinationales.