

Je planifie d'entreprendre une mission semblable vers l'Australie et la Nouvelle-Zélande au début ou à la mi-novembre.

Il y a environ trois ans, mon Ministère a entrepris de publier des plans de développement des marchés d'exportation pour divers pays. Notre but est de faire le point sur les efforts de commercialisation du Gouvernement canadien, d'identifier les secteurs les plus prometteurs, de mettre en lumière les mécanismes de promotion du commerce et des investissements, de fournir un plan de développement à moyen terme pour le marché à l'étude, et de fournir des renseignements sur l'expérience récente de firmes canadiennes. Environ 17 de ces plans sont achevés ou sur le point de l'être. Le plan pour le Japon a été publié en décembre 1982. Une version révisée du plan pour l'Australie paraîtra sous peu, pour refléter les conditions et les possibilités actuelles de ce marché. Les plans pour chacun des cinq pays de l'ASEAN et celui pour Hong Kong paraîtront au cours de l'an prochain. En somme, huit des douze importants marchés à l'étude au cours de cette Conférence feront l'objet de plans de développement détaillés, analytiques et parfaitement au point.

Un autre programme très utile pour appuyer les efforts des sociétés canadiennes est le Programme des projets de promotion. Plus de deux millions \$ ont été consacrés durant l'année financière en cours pour des foires et des missions commerciales dans les pays de l'Asie et du Pacifique. Environ de 80 à 100 de ces activités de promotion commanditées ont rapporté aux sociétés canadiennes plus de 100 millions \$ de ventes additionnelles chaque année. Une des activités récentes qui n'a coûté aux contribuables que 5,000 \$, a rapporté aux sociétés canadiennes des ventes de plus de 4 million \$ pour une période de six mois et des ventes projetées à plus long terme de l'ordre de 6 millions \$.

De la même façon, le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) a aidé des centaines de sociétés canadiennes à réaliser des ventes directes, à former des consortiums d'exportation, à planifier des ventes sur une période prolongée et à entreprendre d'autres activités de marketing.