

CANAD EXPORT

13 N° 2

6 février 1995

stratégie d'exportation du Canada

Le plan de promotion du commerce extérieur

Le Plan de promotion du commerce extérieur 1995-1996 (PPCE) expose les activités et les stratégies du Canada destinées à promouvoir le développement du commerce international. Il permet au secteur privé d'influer sur l'établissement de ces stratégies et de participer aux activités proposées. Le Plan est conjointement géré par les deux paliers de gouvernement et par les industriels canadiens.

Le PPCE vise à consolider le rapport entre la demande internationale et les ressources canadiennes. Il crée également un lien entre le développement des échanges, la politique commerciale, la promotion des investissements et le transfert de technologie, chacun de ces facteurs étant essentiel au

succès du Canada sur les marchés internationaux, définissant les débouchés, les défis et les priorités selon les régions; une

Les textes du Plan reflètent le consensus auquel en sont venues les diverses parties prenantes au cours du processus de consultation mené dans le cadre du PPCE. Ces documents se répartissent en trois sections : un aperçu, une série de stratégies sectorielles et une liste d'activités internationales.

• **APERÇU** : L'aperçu du PPCE décrit le contexte général des stratégies sectorielles détaillées dans le Plan. Il comprend quatre parties : un aperçu de la stratégie résumant la politique gouvernementale prédominante en matière d'échanges commerciaux et ses objectifs de développement du commerce extérieur; un aperçu géographique

liste d'activités intersectorielles à mettre en place dans le cadre de la promotion du commerce extérieur et les adresses des Centres de service aux entreprises Canada.

• **STRATÉGIES SECTORIELLES** : La partie principale du PPCE comprend 23 fiches profils sectoriels précisant les mesures prévues par le gouvernement pour permettre aux entreprises de profiter des nouvelles possibilités en matière d'investissement, de technologie et d'échanges internationaux. Chaque stratégie, qui comporte un résumé des priorités liées au développement du commerce extérieur pour le secteur en question, est le fruit d'une étroite collaboration avec le secteur privé.

• **ACTIVITÉS INTERNATIONALES** : Une liste d'activités internationales accompagne chacune des stratégies sectorielles. Ce document, qui est le produit de la collaboration entre les secteurs public et privé, fait état des activités précises que le gouvernement entend parrainer dans le cadre de la promotion de chaque stratégie sectorielle. Pour participer à ces événements, communiquer avec le ministère ou l'organisme indiqué afin d'obtenir de plus amples renseignements.

(Voir page 4 — PPCE)

Le Canada joint les rangs de l'Organisation mondiale du commerce

« L'Organisation mondiale du commerce pose des bases solides sur lesquelles repose l'expansion future du commerce et de l'investissement, créant des emplois et favorisant la croissance au Canada et partout dans le monde. » Roy MacLaren, ministre du Commerce international.

L'Organisation mondiale du commerce (OMC), qui est entrée en vigueur le 1er janvier dernier, est le nouvel organisme international voué à la supervision et à la coordination des accords issus des négociations de l'Uruguay Round; l'OMC remplace le Secrétariat du GATT (Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce).

Le Canada et ses partenaires commerciaux ont accepté d'abolir les droits de douane dans un certain nombre de secteurs clés et de réduire les autres droits de près du tiers, en moyenne, d'ici cinq à dix ans. Au sein de la nouvelle structure de l'OMC, successeur du GATT, le Canada poursuivra ses initiatives visant à

obtenir la plus large libéralisation du commerce, à l'échelle multilatérale, régionale et bilatérale.

Que prévoient les nouveaux accords?

- L'OMC sera responsable de la mise en oeuvre des accords issus des négociations de l'Uruguay Round.
- L'OMC sera conseillée par une conférence ministérielle qui accueillera des représentants de tous les pays membres de l'OMC.
- L'OMC sera dirigée par un Conseil général qui agira à la fois comme organe de règlement des différends et comme organe d'examen des politiques commerciales. Dans le premier

(Voir page 6 — L'Organisation)

DANS CE NUMÉRO

LES TRUCS DU MÉTIER.....	2
OCCASIONS D'AFFAIRES.....	3
SUPPLÉMENT AUSTRALIE.....	I-IV
FOIRE COMMERCIALES.....	5-6
PUBLICATIONS.....	7
AU CALENDRIER.....	8