

- En novembre 1997, le ministre Marchi conduisait la première **mission commerciale de femmes** canadiennes à Washington. La délégation était composée de 120 dirigeantes de petites et moyennes entreprises. Selon les premiers résultats, le volume d'affaires qui en découlera au cours des 18 prochains mois dépassera 10 millions \$.
- Le programme **Nouveaux exportateurs aux États frontaliers** (NEEF) a fourni à 775 entreprises canadiennes des renseignements pratiques et leur a ainsi permis de faire connaissance avec un marché frontalier aux États-Unis au cours de l'année passée.
- Le **Service d'exportation agro-alimentaire** (SEA) constitue la branche agroalimentaire d'Équipe Canada inc. SEA en direct, qui fait partie du site Internet d'ExportSource, permet d'accéder aux renseignements concernant le commerce agroalimentaire. Le site est consulté environ 1 300 fois par jour (ce qui représente une augmentation de 400 p. 100 des consultations pour 1997) et dessert plus de 1 200 clients par mois.

Services aux exportateurs

- La **Société pour l'expansion des exportations** (SEE) fournit une gamme de services de gestion des risques et de gestion financière aux entreprises ayant des activités dans les marchés mondiaux. En 1997, la SEE a servi plus de 3 700 clients et a atteint un volume d'affaires global de 28,6 milliards \$. Plus de 85 p. 100 des clients de la SEE sont des PME.
- La **Corporation commerciale canadienne** (CCC) aide les exportateurs canadiens à faire des affaires dans les marchés étrangers en facilitant les négociations de contrats et en participant à des ventes à l'exportation, en tant qu'entrepreneur principal. En 1996-1997, la CCC a travaillé avec plus de 1 300 entreprises, dont 80 p. 100 de PME, sur des contrats représentant une valeur de plus de 859 millions \$.
- Dans les postes diplomatiques répartis dans le monde entier, le **Service des délégués commerciaux** canadiens a introduit les meilleures pratiques innovatrices suivantes :
 - 23 missions ont lancé leurs propres sites Web, qui permettent aux utilisateurs d'obtenir des renseignements ciblés et opportuns, et aux agents de consacrer plus de temps à d'autres activités, dont la collecte d'information sur les marchés.
 - Un certain nombre de missions commerciales ont établi des Infocentres (des unités à correspondance dédiée) pour accélérer les réponses aux demandes de service. Les demandes de renseignements commerciaux sont maintenant mieux traitées, et plus rapidement, dans les postes participants.