



ÉQUIPE CANADA INC • RAPPORT ANNUEL 2003



Équipe Canada inc • Team Canada Inc

Canada

# ÉQUIPE CANADA INC

## Des services d'exportation à votre portée

### NOTRE VISION

Aider les entreprises canadiennes à réussir sur les marchés mondiaux en leur offrant de l'information et des services à l'exportation complets, parfaitement intégrés et de qualité.

### NOTRE RÔLE

Équipe Canada inc (ECI) est un réseau constitué de 21 ministères et d'organismes fédéraux, qui travaillent en collaboration avec les provinces, les territoires et d'autres partenaires pour aider les entreprises canadiennes à conquérir les marchés internationaux.

### NOTRE APPUI AUX ENTREPRISES CANADIENNES

ECI met à la disposition des entreprises un guichet unique leur donnant accès à des services d'information et de consultation, à des renseignements commerciaux, à une aide financière et à un appui sur le terrain offerts par le gouvernement fédéral, les provinces et les territoires, ainsi que le secteur privé. Par cette démarche inédite, les pouvoirs publics et leurs partenaires conjuguent leurs efforts pour assurer aux entreprises susceptibles d'en tirer le meilleur parti des services efficaces et rapides répondant à leurs besoins.

[exportsource.ca](http://exportsource.ca)  
1 888 811-1119

pour assurer  
sur les services,  
concernant la mise  
opieur, courrier,

anification et les  
ssons; bio-industries;  
services d'énergie  
aux de construction;  
mmerciales mettent  
ons commerciales, de  
occasions d'affaires.

services à l'exportation  
mique.

les efforts de  
ppement  
es d'une localité  
e international  
Destination :  
on, notamment

canadiennes

#### Aide sur le terrain

Aperçu du  
potentiel de marché

Recherche de  
contacts clés

Renseignements  
sur les visites

Rencontre  
personnelle

Information sur  
les entreprises  
locales

Dépannage

## NOS MEMBRES

ECI compte 21 ministères et organismes fédéraux qui aident les entreprises canadiennes à se tailler une place sur les marchés mondiaux :

Affaires indiennes et du Nord canadien; Agence canadienne de développement international; Agence des douanes et du revenu du Canada; Agence de promotion économique du Canada Atlantique; Agriculture et Agroalimentaire Canada; Banque de développement du Canada; Conseil national de recherches du Canada; Corporation commerciale canadienne; Développement économique Canada pour les régions du Québec; Diversification de l'économie de l'Ouest Canada; Environnement Canada; Exportation et développement Canada; Industrie Canada; ministère des Affaires étrangères et du Commerce international; ministère du Patrimoine canadien; Pêches et Océans Canada; Ressources naturelles Canada; Société canadienne d'hypothèques et de logement; Statistique Canada; Transports Canada; Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.

## SERVICES OFFERTS PAR LES MEMBRES D'ECI

Les membres d'ECI offrent des services aux entreprises canadiennes par l'entremise de bureaux situés d'un bout à l'autre du pays et dans le reste du monde, à savoir :

### **12 CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL (CCI)**

Les Centres de commerce international sont une direction d'Industrie Canada, localisé au Canada, desservant chaque province et territoire. Les CCI possèdent les ressources pour travailler efficacement avec les petites et moyennes entreprises prêtes à exporter où faire leur entrée sur de nouveaux marchés étrangers. Les CCI vous appuierons au moyen d'aide à l'exportation personnalisée, d'information sur les marchés et les industries, d'occasions ciblées de réseautage et d'aide au financement.

### **LE CENTRE DES OCCASIONS D'AFFAIRES INTERNATIONALES (COAI)**

Le COAI fait le lien entre les débouchés d'affaires à l'étranger et les entreprises canadiennes capables de répondre aux demandes, en particulier les petites entreprises. Il traite au cas par cas des occasions d'affaires couvrant tous les marchés et tous les secteurs. Pour repérer des fournisseurs de produits et services canadiens éventuels, le Centre gère des bases de données électroniques et fait appel toute une gamme de contacts au sein des secteurs public et privé.

### **LE SERVICE DES DELEGUES COMMERCIAUX DU CANADA (SDC)**

Le Service des délégués commerciaux du Canada est un réseau de 500 professionnels du commerce en poste dans plus de 140 villes aux quatre coins du monde. Leur rôle principal consiste à aider les entreprises canadiennes à pénétrer les marchés étrangers. Tous leurs bureaux dans les ambassades, haut-commissariats et consulats du Canada à l'étranger offrent aux entreprises canadiennes, quelles que soient leur taille ou leur expérience, six services de base personnalisés.

## NOTRE RÉSEAU ÉLARGI

Les partenaires d'ECI offrent des services commerciaux aux entreprises canadiennes aux quatre coins du pays grâce à un important réseau en plein essor qui comprend :

### **12 RESEAUX COMMERCIAUX REGIONAUX (RCR)**

Le gouvernement fédéral, les provinces et les territoires, les administrations régionales et les associations sectorielles collaborent au sein des RCR pour aider les petites entreprises canadiennes qui sont en mesure de tirer parti des services à l'exportation offerts par ECI.

### 13 CENTRES DE SERVICES AUX ENTREPRISES DU CANADA (CSEC)

Dans chaque province et territoire, les CSEC travaillent en collaboration avec plus de 300 partenaires régionaux pour assurer l'accès à la ligne sans frais du Service d'information sur l'exportation et fournir tout un éventail de renseignements sur les services, les programmes et la réglementation en matière d'exportation. Le personnel des Centres répond aux questions concernant la mise sur pied d'une entreprise ou la croissance d'une société existante. Ces services sont accessibles par téléphone, télécopieur, courrier, courrier électronique ou Internet. La plupart des bureaux assurent également un service au guichet.

### 13 ÉQUIPES SECTORIELLES COMMERCIALES CANADA (ESCC)

Au sein des ESCC, les secteurs public et privé unissent leurs efforts pour coordonner à l'échelle nationale la planification et les activités de promotion du commerce dans 13 secteurs clés : aérospatiale et défense; agriculture, aliments et boissons; bio-industries; industries environnementales; industrie automobile; industries de la santé; industries de services; matériel et services d'énergie électrique; matériel et services d'exploitation du pétrole et du gaz; plastiques; produits du bois et autres matériaux de construction; produits et services culturels; technologies de l'information et des communications. Les équipes sectorielles commerciales mettent en valeur les capacités des entreprises canadiennes et leur ouvrent des portes à l'étranger à l'occasion de missions commerciales, de foires et d'activités de jumelage. Elles leur fournissent aussi de l'information sur leurs marchés cibles et sur les occasions d'affaires.

### ADMINISTRATIONS PROVINCIALES, TERRITORIALES ET MUNICIPALES

Chaque palier de l'administration publique offre une aide précieuse aux entreprises sous forme de programmes et de services à l'exportation qui sont mis à leur disposition par les bureaux locaux des ministères et des organismes et les offices d'expansion économique.

### ASSOCIATIONS, ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT ET SECTEUR PRIVÉ

Les associations, les établissements d'enseignement et les entreprises jouent également un rôle primordial dans les efforts de développement des exportations du Canada. Des organisations communautaires rurales, des groupes de développement économique et des associations commerciales et industrielles offrent des conseils à l'exportation aux entreprises d'une localité ou d'un secteur donné. Les organismes à vocation éducative tels que le Forum pour la formation en commerce international (FITT) proposent régulièrement des activités de formation en commerce international, notamment les ateliers *Destination : marchés internationaux*. Au sein du secteur privé, une multitude d'entreprises offrent des services à l'exportation, notamment services bancaires, expédition, études de marché ou assistance juridique.

## NOS SERVICES

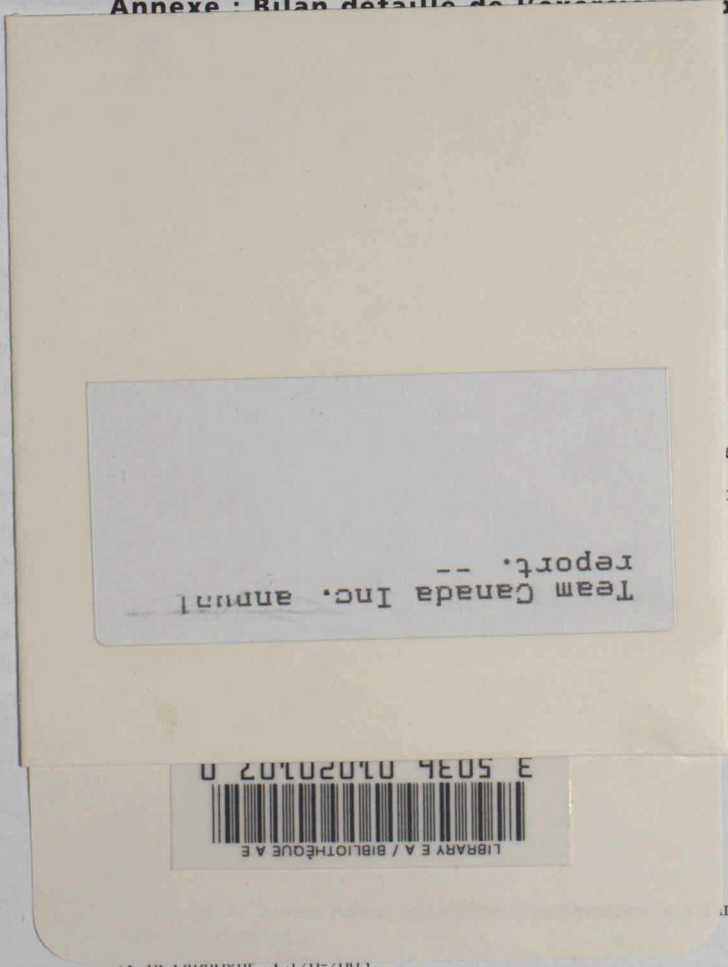
Les membres d'ECI et ses partenaires fournissent tout un éventail de services conçus pour aider les entreprises canadiennes à se préparer à exporter et à optimiser leurs résultats à l'étranger.

### LE CONTINUUM DES SERVICES À L'EXPORTATION

Renseignements généraux	Perfectionnement des compétences	Consultation en matière d'exportation	Soutien à l'entrée sur les marchés	Financement des exportations	Aide sur le terrain
Service d'information sur l'exportation 1 888 811-1119	Guides de préparation à l'exportation	Évaluation de l'état de préparation à l'exportation	Information et renseignements sur les marchés et les secteurs	Évaluation des besoins et consultation	Aperçu du potentiel de marché
Info en direct sur l'exportation ExportSource.ca	Formation sur les compétences nécessaires à l'exportation	Élaboration d'un plan d'exportation	Missions, foires et autres événements liés au commerce	Fonds de roulement	Recherche de contacts clés
	Préparation concernant les États-Unis	Mise en œuvre d'un plan d'exportation	Conseils et orientation sur les marchés et les secteurs	Réduction des risques à l'étranger	Renseignements sur les visites
	Préparation à d'autres marchés		Financement du développement des marchés	Financement à moyen et à long terme de l'acheteur étranger	Rencontre personnelle
					Information sur les entreprises locales
					Dépannage

# TABLE DES MATIÈRES

<b>Message du ministre du Commerce international .....</b>	<b>2</b>
<b>Message du Comité de gestion d'ECI .....</b>	<b>3</b>
<b>Quelques réalisations de 2002-2003 .....</b>	<b>5</b>
<b>Priorités pour 2003-2004 et au-delà .....</b>	<b>6</b>
<b>Annexe : Bilan détaillé de l'opération et plans d'avenir .....</b>	<b>10</b>



avant le 31 mars 2003 est publié  
à l'exception des indications contraires, toutes les données

Canada 2003

de Catalogue : C120-2003  
Imprimé au Canada



Papier Eco-Logo? EcoLogo? Paper

## MESSAGE DU MINISTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL

Le commerce international constitue pour le Canada un atout considérable. De fait, conscients de l'importance cruciale des échanges pour la prospérité du Canada, plus de 84 p. 100 des Canadiens appuient les initiatives du gouvernement pour stimuler le commerce et l'investissement. À leurs yeux, son objectif prioritaire devrait être d'offrir aux entreprises canadiennes, en particulier les petites et moyennes entreprises (PME), des services et des conseils pour les aider à exporter<sup>1</sup>.

Les Canadiens savent aussi que nous vivons dans une économie planétaire, où l'économie évolue continuellement et où chaque jour apporte son lot de défis environnementaux et démographiques considérables et recèle autant de possibilités pour les nantis que de risques pour les exclus. Il est clair que nous devons trouver de nouveaux moyens pour tirer parti des possibilités et faire face aux impératifs de la mondialisation.

Alors que le gouvernement canadien s'emploie à promouvoir les intérêts économiques et commerciaux du pays auprès d'instances multilatérales telles que l'Organisation mondiale du commerce (OMC), l'amélioration des relations entre le Canada et les États-Unis arrivera en tête des priorités. Avec des échanges de biens et de services de près de 2 milliards de dollars par jour, nos pays sont le principal fournisseur et le principal acheteur l'un de l'autre. Nous assurons conjointement la sauvegarde de notre environnement et nous sommes partenaires dans la défense et la sécurité de l'Amérique du Nord et du reste du monde.

L'Initiative de représentation accrue récemment annoncée renforcera considérablement la capacité du Canada à défendre ses intérêts dans des enjeux d'importance capitale sur le plan économique et politique et en matière de sécurité. Dans la foulée de cette initiative, le Canada ouvrira sept nouveaux consulats et transformera deux consulats en consulats généraux. La nomination de 20 consuls honoraires dans des villes clés nous permettra de mettre sur pied des partenariats stratégiques novateurs dans de nouveaux centres du pouvoir



économique des États-Unis. En disposant de ressources plus importantes sur le terrain, le Canada pourra établir des réseaux de renseignements efficaces sur les marchés et nouer des relations avec des acteurs importants d'un bout à l'autre des États-Unis.

Équipe Canada inc (ECI) a un rôle de premier plan à jouer pour engager l'économie canadienne sur la voie du XXI<sup>e</sup> siècle. Forte d'une collaboration fructueuse entre 20 ministères et organismes fédéraux et des centaines de partenaires du secteur privé, ECI apporte une expérience et une expertise essentielles pour améliorer la compétitivité du Canada et rehausser sa place dans le monde.

Au nom de mes collègues des ministères participant à ECI, j'ai le plaisir de féliciter Équipe Canada inc qui cette année encore a accompli un travail exceptionnel pour aider les exportateurs à s'imposer sur les marchés mondiaux. J'encourage le réseau et ses partenaires partout au Canada à poursuivre et à intensifier leur travail collectif à l'appui du milieu des affaires canadien.

**Le ministre du Commerce international,**

**James Scott Peterson**

<sup>1</sup> Voir *Attitudes des Canadiens touchant le commerce international*, les Associés de recherche Ekos, sondage publié le 13 mai 2003.

## MESSAGE DU COMITÉ DE GESTION D'ECI

Le comité de gestion se fait un plaisir de présenter le rapport annuel d'Équipe Canada inc pour l'exercice 2002-2003.

Au cours de sa sixième année d'activité, ECI a continué à jouer un rôle de premier plan pour aider les entreprises canadiennes à se tailler une place sur les marchés mondiaux en offrant des services commerciaux à des dizaines de milliers d'entre elles appartenant à tous les secteurs de l'économie. La gamme de services était considérable, allant des activités destinées à sensibiliser les petites entreprises aux avantages liés à la conquête des marchés étrangers et à les doter des compétences et des outils dont elles ont besoin pour ce faire, jusqu'à la prestation d'information sur les possibilités d'affaires internationales et la publication d'études fort intéressantes sur les marchés s'adressant aux entreprises prêtes à exporter.

En 2002-2003, ECI a appuyé le programme intégré du gouvernement du Canada à l'appui du commerce, de l'investissement, des sciences et de la technologie et de l'innovation. Dans un contexte où 87 p. 100 des exportations canadiennes sont destinées aux États-Unis, l'Équipe s'est efforcée avant tout de seconder les efforts systématiques du gouvernement canadien en vue d'accroître l'efficacité et la sécurité à la frontière canado-américaine.



Tout au long de l'exercice écoulé, ECI a continué d'élargir son réseau d'intervenants ayant pour mission d'aider les entreprises canadiennes à remporter des marchés à l'échelle internationale. Grâce à une nouvelle initiative de partenariat, par exemple, ECI a réussi à renforcer ses relations avec les centres de services aux entreprises dans les collectivités, les offices d'expansion économique, les bureaux des organismes de développement des collectivités et les centres de services aux entreprises autochtones d'un océan à l'autre.

Répondant à l'exigence des Canadiens qui demandent une meilleure reddition des comptes de la part de toutes les organisations gouvernementales, ECI s'est employée à renforcer ses mécanismes de gestion et de suivi des services à la clientèle et à mesurer

### Les Prix d'excellence à l'exportation canadienne

Chaque automne, les Prix d'excellence à l'exportation rendent hommage aux entreprises canadiennes qui ont exporté leurs produits et services sur les marchés du monde entier. Les finalistes et les lauréats sont récompensés comme il se doit pour la croissance des ventes à l'exportation, l'introduction de nouveaux produits ou services à l'étranger ou encore le développement de nouveaux marchés. Ces exportateurs contribuent grandement à la croissance économique du pays. Un panel de personnalités du monde des affaires des quatre coins du Canada sélectionne les lauréats parmi les centaines de candidatures envoyées chaque année. Tout au long du Rapport annuel, nous vous présentons les gagnants des Prix d'excellence à l'exportation canadienne 2003. ECI les félicite pour leurs efforts et leur réussite.



l'incidence de ses initiatives. Au cours de l'exercice à venir, l'amélioration de ces mécanismes de gestion du rendement en vue de la documentation et de l'établissement de rapports sur le rendement constituera une priorité.

De façon à prévoir et à satisfaire les besoins de ses clients en constante évolution, ECI a l'obligation d'adapter continuellement ses produits et services pour combler les lacunes qui demeurent encore. Ce faisant, elle administre un programme dynamique de promotion de ses services auprès des entreprises canadiennes, tant les petites et moyennes entreprises qui n'ont pas les ressources voulues pour tirer parti des possibilités du marché mondial que les grandes entreprises qui ont besoin d'une aide spécialisée pour atteindre leurs objectifs. Par l'intermédiaire du **Fonds pour services aux clients**, nos missions à l'étranger exploreront des façons novatrices de répondre

aux besoins des exportateurs en quête de débouchés et de renseignements ciblés sur les marchés étrangers. ECI consacrera également une dose importante d'énergie aux efforts collectifs déployés par le gouvernement pour améliorer les relations avec les États-Unis.

Point de ralliement d'un réseau de collaboration des ministères et organismes gouvernemental et des centaines d'intervenants dans toutes les régions du pays, ECI témoigne de l'intérêt d'un puissant partenariat et des avantages qui peuvent découler d'une gestion horizontale bien articulée. ECI et ses organisations membres demeurent profondément attachées à la démarche d'« Équipe Canada ». En leur nom, le Comité milite pour que l'on s'emploie à rechercher des moyens novateurs et efficaces afin de prodiguer à un plus grand nombre d'entreprises canadiennes le soutien et les avis pragmatiques qui leur permettront de soutenir le rythme et d'améliorer leur performance sur les marchés internationaux.

**La présidente du Comité de gestion d'ECI,**

**Marie-Lucie Morin**

LAURÉATS DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 2003

**Lotek Wireless Inc**

Lotek Wireless est un chef de file en conception et fabrication de systèmes de surveillance de la faune aquatique et terrestre. Reconnue à l'échelle internationale, Lotek exporte ses systèmes à d'éminents chercheurs, biologistes et scientifiques dans 38 pays. L'entreprise, qui embauche 125 personnes, a des bureaux à St. John's (Terre-Neuve) et Newmarket (Ontario). [www.lotek.com](http://www.lotek.com)



## QUELQUES RÉALISATIONS DE 2002-2003

Les membres et les partenaires d'ECI comptent à leur actif nombre de réalisations :

- ▶ Enregistrement de plus de 325 000 visites au site **ExportSource.ca** et traitement de plus de 15 000 demandes de renseignements adressées au numéro sans frais (1-888) du **Service d'information sur l'exportation**.
- ▶ Présentation de plus de 800 ateliers et colloques sur le commerce dans toutes les régions du Canada.
- ▶ Publication de 252 études et aperçus de marché et de profils sectoriels de pays étrangers à l'intention de plus de 16 000 abonnés au service en ligne. Enregistrement de 234 000 téléchargements de documents par l'intermédiaire des sites d'**InfoExport** et du **Délégué commercial virtuel**.
- ▶ Traitement de près de 40 000 demandes dans les 140 missions du Canada à l'étranger, ayant donné lieu à plus de 15 000 rapports sur les perspectives du marché et les entreprises, à près de 8 000 recherches de contacts clés, à plus de 6 200 rencontres personnelles et à plus de 1 300 interventions de dépannage.
- ▶ Organisation de quelque 340 missions commerciales au Canada par des acheteurs étrangers et dans les principaux marchés étrangers par près de 3 000 sociétés canadiennes. Ces missions se sont traduites par des débouchés et la signature de nouveaux marchés à hauteur de centaines de millions de dollars.
- ▶ Appui à plus de 2 500 entreprises canadiennes ayant participé à plus d'une centaine de foires commerciales et à d'autres événements connexes partout au Canada et ailleurs dans le monde.
- ▶ Sous la bannière de l'initiative triennale **Image de marque du Canada**, dotée d'un budget de 9 millions de dollars, plus de 670 entreprises canadiennes ont exposé leurs produits ou services dans le nouveau pavillon canadien à l'occasion de 21 foires commerciales et expositions dans différentes régions du monde. Les pavillons canadiens véhiculent l'image de marque d'un pays à la pointe de la technologie, qui constitue un partenaire commercial enviable.
- ▶ Par l'intermédiaire de **SourceCAN**, repérage de 98 000 occasions d'affaires qui ont été jumelées à plus de 30 000 entreprises canadiennes abonnées au service.
- ▶ Prestation de services de financement des exportations et de gestion du risque se chiffrant à plus de 51 milliards de dollars à plus de 7 000 entreprises canadiennes ayant réalisé des ventes ou des investissements à l'étranger en 2002.
- ▶ Début de la mise en œuvre du nouveau **Cadre stratégique pour l'agriculture**. Plus de 1 000 entreprises canadiennes du secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire ont participé à des foires commerciales et à des missions au pays et à l'étranger et ont fait état de près de 8 000 débouchés par la suite. Sous l'égide du programme Commerce agroalimentaire, 15,7 millions de dollars ont été octroyés à 68 associations du secteur de l'agroalimentaire pour le développement de marchés internationaux visant la vente de produits agroalimentaires, de boissons et de produits de la mer.

*Pour en savoir plus sur les réalisations d'ECI au cours de l'exercice 2002-2003, voir « Bilan détaillé de l'exercice et plans d'avenir ».*

## PRIORITES POUR 2003-2004 ET AU-DELA

Pour bâtir une économie du XXI<sup>e</sup> siècle, le Canada doit être doté d'une économie intérieure productive, novatrice et adaptée, capable d'exporter des produits comme nul autre pays dans le monde. Collectivement, nous devons également consacrer le maximum d'énergie à faire valoir les produits canadiens et à faire mieux comprendre les avantages d'un pays comme le Canada à l'échelle internationale.

En décembre 2003, le gouvernement canadien a annoncé la création d'un nouveau ministère du Commerce international et d'un nouveau poste ministériel (ministre d'État, Marchés nouveaux et émergents), et a fait part de son intention de redoubler d'efforts pour aider les petites entreprises à développer les marchés. Il a en outre annoncé la création de nouveaux comités du Cabinet chargés des affaires internationales et des relations canado-américaines, et un projet d'élaboration d'un cadre de politique nationale intégré en matière de diplomatie, de défense, de développement et de commerce. Pour être efficaces, il est clair que ces changements doivent s'appuyer sur les efforts coordonnés de TOUS les intervenants canadiens dans le domaine du commerce.

Comme ce fut le cas au cours des six dernières années, ECI continuera à faire d'importantes contributions à cet égard. Équipe Canada inc continuera d'élargir son réseau et sa gamme de services. Elle intensifiera ses efforts pour intégrer son



travail de promotion du commerce aux autres initiatives du gouvernement du Canada, afin d'attirer l'investissement étranger au pays et de stimuler l'innovation canadienne. Sa nouvelle priorité consistera à fournir des avis sur une démarche intégrée à l'égard du commerce, de l'investissement, de l'innovation, des sciences et de la technologie, qui sera amorcée aux États-Unis dans la foulée de l'**Initiative de représentation accrue Canada-États-Unis**. En ce qui a trait à son administration, ECI continuera à renforcer ses systèmes internes de mesure du rendement et de gestion de l'information.

### *Orientations stratégiques*

ECI continuera d'aider des milliers d'entreprises canadiennes à réaliser leur objectif de compétitivité sur les marchés internationaux en leur facilitant la tâche, c'est-à-dire :

LAURÉATS DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 2003

#### **Mega Bloks Inc.**

Mega Bloks Inc. est le deuxième plus important fabricant de jeux de construction éducatifs au monde. Située à Montréal, l'entreprise fabrique et exporte une gamme de jeux de construction faits de blocs de plastique qui s'emboîtent les uns dans les autres. Bien que ses revenus proviennent pour près de 70 p. 100 de l'Amérique du Nord, Mega Bloks connaît un succès grandissant dans les marchés internationaux où elle vend ses jeux dans plus de 100 pays. [www.megabloks.com](http://www.megabloks.com)

- ▶ en offrant un accès pratique et direct à des services à l'exportation parfaitement intégrés;
- ▶ en cernant de façon systématique les lacunes dans l'offre de services à l'exportation et en les comblant;
- ▶ en élargissant le réseau de partenaires fournisseurs de services et en renforçant les communications et les interactions entre les partenaires actuels;
- ▶ en faisant la promotion d'un programme commercial intégré au sein du gouvernement du Canada.



### *Mise en œuvre des initiatives d'ECI*

Faire valoir le Canada en tant que source de produits et de services novateurs et de qualité de même qu'en tant que destination de choix pour l'investissement et les échanges techniques demeure l'un des objectifs prioritaires du gouvernement du Canada. Dans les années à venir, ECI contribuera à la réalisation de ces objectifs et à cette fin :

- ▶ Elle instaurera une collaboration de travail encore plus étroite avec des partenaires comme Partenaires pour l'investissement au Canada et les Réseaux commerciaux régionaux, afin de mieux intégrer les actions à l'appui du commerce, de l'investissement et de l'innovation.
- ▶ Elle appuiera activement l'**Initiative de représentation accrue** qui sert de tremplin au gouvernement du Canada

LAURÉATS DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 2003

#### **Palliser Furniture Ltd.**

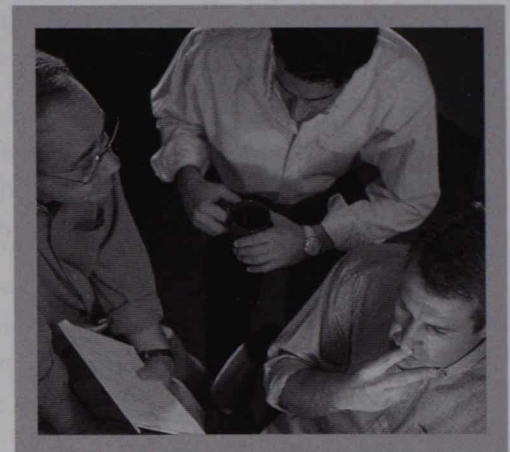
Palliser Furniture est le plus important fabricant de meubles assemblés au Canada, avec des installations aux États-Unis, au Mexique et en Indonésie. L'entreprise fabrique des meubles de style européen pour le marché nord-américain. Palliser emploie plus de 5 000 personnes qui viennent de 70 pays. Les principales installations de production et de distribution de l'entreprise sont situées à Winnipeg (Manitoba). [www.palliser.com](http://www.palliser.com)

LAURÉATS DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 2003

#### **ZENON Environmental Inc.**

ZENON se spécialise en technologies membranaires utilisées pour le traitement de l'eau potable et des eaux résiduelles. Au cours des quatre dernières années, l'entreprise a percé des marchés en Europe de l'Est, en Australie et en Asie. Ses revenus ont considérablement augmenté pour passer à 145,9 millions de dollars. ZENON est basée à Oakville (Ontario) et emploie 1 000 personnes, dont d'éminents ingénieurs et scientifiques. [www.zenonenv.com](http://www.zenonenv.com)

pour renforcer sa capacité de défendre et de promouvoir les intérêts politiques et économiques du pays et de tirer parti des débouchés et des innovations dans les marchés clés des différentes régions des États-Unis. À cet égard, sept nouveaux bureaux ouvriront leurs portes au cours des trois prochaines années, à Denver, Houston, San Diego, Raleigh-Durham, Philadelphie, Phoenix et Anchorage. Les consulats de Miami et de San Francisco deviendront des consulats généraux et l'on mettra sur pied un réseau de consuls honoraires.



### *Service à la clientèle*

Les membres d'ECI ont établi de puissants liens de partenariat et se sont bâti une clientèle nombreuse. Équipe Canada inc poursuivra les activités entreprises au cours de l'exercice écoulé pour améliorer la qualité des services et leur rayonnement. Dans les trois prochaines années, ECI s'est fixé les priorités suivantes :

► **Établir de nouveaux partenariats.**

Pour élargir son rayon d'action afin d'épauler les petites entreprises canadiennes, ECI continuera de renforcer ses liens avec les offices d'expansion économique, des chambres de commerce et des associations commerciales d'un océan à l'autre.

► **Élargir les partenariats existants.**

ECI continuera d'assurer un soutien direct aux Réseaux commerciaux régionaux (RCR). Après avoir accueilli avec brio la première réunion nationale des coprésidents des RCR, ECI et les RCR collaboreront à des initiatives pour renforcer les Réseaux et leur capacité d'aide aux petites entreprises canadiennes.

La collaboration d'ECI avec le Centre du commerce international de Genève, en Suisse, continue de présenter bien des avantages pour les entreprises canadiennes. En 2003-2004, ECI aura accès à un nouvel outil, la *TradeMap interactive*, qui fournit des données sur le commerce à l'échelle mondiale.

LAURÉATS DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 2003

**VSM MedTech Ltd.**

Située à Vancouver (Colombie-Britannique), VSM MedTech développe, fabrique et met en marché des matériels médicaux pour diagnostiquer et traiter les troubles neurologiques et les maladies cardiovasculaires. L'entreprise a connu une croissance rapide depuis ses débuts comme jeune entreprise sans revenus. Ciblant d'importants débouchés mondiaux, VSM vend ses produits partout en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. [www.vsmmedtech.com](http://www.vsmmedtech.com)

► **Élargir la gamme d'outils d'ECI.**

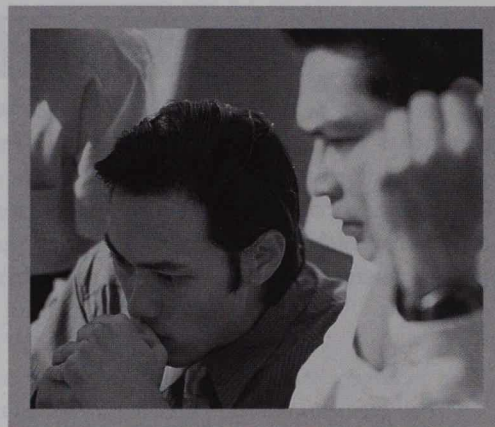
ECI s'emploiera à améliorer son offre de services – outils de préparation à l'exportation, information sur les marchés et renseignements commerciaux, activités de développement commercial. En 2003-2004, cette gamme comprendra d'une mise à jour d'un outil interactif basé sur le Web s'adressant aux PME et intitulé Évaluation de la capacité d'exportation d'ECI.

► **Trouver des moyens novateurs pour atteindre un plus grand nombre d'entreprises canadiennes.**

Pour continuer d'épauler les petites entreprises des secteurs prioritaires, ECI mettra l'accent sur la prestation de services en ligne. Elle poursuivra sa collaboration avec le Comité consultatif sur les PME qui fait office de porte-parole des intérêts des petites entreprises.

► **Continuer à promouvoir les services d'ECI dans tout le pays.**

Le portail Web d'ECI, **ExportSource.ca** et le numéro sans frais du **Service d'information sur l'exportation** continueront d'offrir un guichet unique aux entreprises canadiennes en leur donnant accès à tout l'éventail de services à l'exportation, y compris ceux assurés par d'autres paliers de l'administration publique et par le secteur privé.



► **Poursuivre l'amélioration des pratiques de gestion et d'administration d'ECI.**

Pour répondre à la demande croissante de services plus complexes, ECI mettra en œuvre dans les trois prochaines années un système intégré de **gestion électronique des relations avec les clients (GRC)**. Conformément au Cadre de mesure du rendement d'ECI, elle continuera d'élaborer une approche cohérente et détaillée de mesure du rendement et de reddition de comptes relativement à ses engagements à l'égard de résultats clés au chapitre de la capacité d'exportation, de la préparation à l'exportation et du développement du marché international (aide sur le terrain et aide à l'entrée sur les marchés). ECI fera une utilisation accrue d'InfoPort basé sur l'extranet qui constitue son principal outil en matière de gestion de l'information.

LAURÉATS DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 2003

**Extreme CCTV Inc.**

Extreme CCTV est un chef de file en conception, développement et fabrication de produits technologiques pour systèmes de sécurité. Avec des activités en Europe et en Amérique du Nord, et des ventes dans le monde entier, l'entreprise est considérée comme l'une des plus dynamiques de son secteur. Depuis 1997, l'entreprise a plus que doublé son effectif. [www.extremecctv.com](http://www.extremecctv.com)

# BILAN DÉTAILLÉ DE L'EXERCICE ET PLANS D'AVENIR

## Capacité d'exportation et état de préparation

Objectif stratégique : accroître le nombre d'exportateurs actifs au Canada

Priorité stratégique	Réalizations en 2002-2003
<p>Faciliter l'accès des entreprises à une gamme parfaitement intégrée de services commerciaux offerts par le gouvernement du Canada</p>	<p>Les efforts déployés par ECI en 2002-2003 pour élargir son réseau et promouvoir ses produits et services lui ont permis d'atteindre des milliers de nouveaux clients d'un bout à l'autre du Canada. Son site Web, <b>ExportSource.ca</b>, a reçu en moyenne 27 000 visites par mois, soit une hausse de plus de 25 p. 100 pour la troisième année consécutive. Depuis cette année, les clients d'ECI peuvent s'adresser directement à un spécialiste de l'exportation pour obtenir des conseils et de l'information, grâce au nouveau service vocal en ligne – <b>Consultez-nous!</b> Avec 15 353 appels, le numéro sans frais 1 888 du <b>Service d'information sur l'exportation</b> enregistre un léger recul pour la troisième année consécutive, imputable en partie à une préférence de plus en plus marquée pour les services en ligne.</p> <p>ECI regroupe aujourd'hui 667 organismes. L'ajout de 117 nouveaux partenaires fournisseurs de services a élargi le réseau qui comptait déjà 350 partenaires rattachés aux Centres de services aux entreprises du Canada, 140 ambassades et missions à l'étranger, 12 Centres de commerce international (CCI), 12 Réseaux commerciaux régionaux, 13 Équipes sectorielles commerciales Canada ainsi qu'une quarantaine d'organismes animant les ateliers <i>Destination : Marchés internationaux</i>. La nouvelle initiative d'ECI relative aux partenariats est à l'origine de cet essor.</p>
<p>Produire à l'intention des entreprises canadiennes une information pertinente et utile sur l'exportation</p>	<p>ECI diffuse en ligne tous ses produits et outils d'information dans le site <b>ExportSource.ca</b>. Un de ses produits les plus populaires, <i>Une approche mondiale</i>, outil de préparation à l'exportation, a fait l'objet de 26 000 demandes en ligne. Le <i>Guide pas-à-pas à l'exportation</i> et le <i>Carnet de route pour l'exportation</i> et des dizaines de rapports sur les pays étrangers ont également été très demandés.</p> <p>La revue trimestrielle d'Exportation et développement Canada, <i>Exportateurs avertis</i>, est envoyée à 27 000 abonnés et plus de 10 000 exemplaires ont été distribués à l'occasion de missions et de foires commerciales. <i>CanadExport</i>, la publication du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), a fait paraître 21 numéros ordinaires et 13 numéros spéciaux renfermant un supplément. Les articles ont été affichés sur Internet et envoyés électroniquement à 8 500 abonnés. En outre, le Ministère a distribué un million d'exemplaires imprimés (soit environ 52 000 par numéro).</p> <p>Statistique Canada a publié les dernières données du <b>Registre des exportateurs</b> canadiens (1993-2001), mettant ainsi à jour les renseignements sur les exportateurs canadiens.</p> <p>Les membres d'ECI donnent chaque année, individuellement et collectivement, des centaines de séminaires, d'ateliers et d'activités de formation aux entreprises canadiennes qui se préparent ou songent à exporter.</p> <p>Par exemple, les CCI ont assuré des services à près de 31 800 clients aux quatre coins du pays, donné quelque 863 séminaires/ateliers et appuyé plus de 340 missions commerciales. D'après les enquêtes effectuées auprès des clients, 62 p. 100 des participants ont continué d'étudier le marché ou le sujet abordé lors ces activités et 51 p. 100 ont adapté leur stratégie d'exportation en fonction des renseignements qu'ils en ont retirés.</p> <p>Plus de 1 400 chefs d'entreprise ont assisté aux ateliers de formation <i>Destination : Marchés internationaux</i>, donnés par les partenaires d'ECI en collaboration avec le Forum pour la formation en commerce international. Plus de 90 p. 100 des participants estimaient que l'information présentée s'appliquait bien ou très bien à leurs travaux.</p>



### Activités prévues de 2003-2004 à 2006-2007

En décembre 2003, le gouvernement canadien a annoncé la création d'un nouveau ministère du Commerce international et d'un nouveau poste ministériel (ministre d'État, Marchés nouveaux et émergents), et a fait part de son intention de redoubler d'efforts pour aider les petites entreprises à développer les marchés. Il a en outre annoncé la création de nouveaux comités du Cabinet chargés des affaires internationales et des relations canado-américaines, et un projet d'élaboration d'un cadre de politique nationale intégré en matière de diplomatie, de défense, de développement et de commerce. Pour être efficaces, il est clair que ces changements doivent s'appuyer sur les efforts coordonnés de TOUS les intervenants canadiens dans le domaine du commerce. Comme ce fut le cas au cours des six dernières années, ECI continuera à faire d'importantes contributions à cet égard.

ECI continuera de promouvoir activement et d'enrichir sa gamme de produits et de services en ligne, dans le but de faire progresser de 25 à 30 p. 100 annuellement le nombre de visites au site **ExportSource.ca** au cours des trois prochaines années. Compte tenu de l'utilisation croissante des services en ligne, ECI prévoit une hausse plus modérée de l'utilisation du **Service d'information sur l'exportation**.

ECI continuera de recruter de nouveaux partenaires, afin d'élargir son rayon d'action et d'atteindre les petites entreprises qui sont d'un accès plus difficile – à savoir celles qui sont dirigées par des jeunes, des Autochtones ou des femmes, celles qui sont situées en milieu rural dans les différentes régions du pays et les entreprises implantées dans des collectivités de minorités linguistiques.

ECI continuera de suivre de près ses différents outils et d'analyser les demandes de renseignements, afin de cerner les nouveaux produits et ouvrages qu'elle pourrait ajouter à sa gamme actuelle. Au cours des trois prochaines années, ECI poursuivra ses activités de promotion pour faire progresser d'au moins 10 p. 100 par an l'utilisation de ses produits. En 2003-2004, elle envisage de mettre à jour et d'éditer le *Carnet de route pour l'exportation* et le *Guide pas-à-pas à l'exportation* pour en faire des outils interactifs diffusés en ligne. À l'automne 2003, elle prévoit aussi la publication sur Internet d'un nouveau *Aspects financiers de l'exportation* et de mettre à jour le diagnostic de la capacité d'exportation. D'autres produits sont au programme, notamment un guide sur le transport à l'intention des exportateurs et un autre sur l'exportation aux États-Unis, ainsi que l'actualisation des ateliers *Destination : Marchés internationaux*.

Les exportateurs se disent toujours satisfaits du rapport sur le **Registre des exportateurs**. Statistique Canada compte enrichir encore sa base de données en y ajoutant de nouvelles variables au cours des prochaines années.

Pour améliorer la prestation de services, ECI offrira aux agents des CCI dans l'ensemble du pays un perfectionnement professionnel axé sur les services aux nouveaux exportateurs et sur le renforcement des partenariats, en particulier avec et par l'entremise des Réseaux commerciaux régionaux.

ECI et le FITT prévoient de lancer une version en ligne des ateliers *Destination : Marchés internationaux* au début l'exercice 2003-2004 et d'offrir les cours de préparation à l'exportation à un nombre encore plus grand d'entreprises canadiennes d'un bout à l'autre du pays. ECI mènera des activités de promotion et effectuera un suivi auprès des clients pour connaître les nouveaux sujets d'intérêt, l'objectif étant de faire augmenter la demande d'ateliers dans une proportion allant jusqu'à 40 p. 100 au cours des quatre prochaines années.

#### LAURÉATS DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 2003

##### Forensic Technology Inc.

Forensic Technology Inc. de Montréal développe des solutions de pointe pour aider les policiers à élucider des crimes violents. Plus de 30 pays et territoires possèdent et utilisent des produits et systèmes de FTI et la plupart des ventes de la société se font à l'extérieur du pays. FTI est passée de 54 à 260 employés, et a plus que triplé ses ventes depuis 1999. [www.fti-ibis.com](http://www.fti-ibis.com)

## Capacité d'exportation et état de préparation (suite)

Objectif stratégique : accroître le nombre d'exportateurs actifs au Canada

Priorité stratégique	Réalisations en 2002-2003
(suite) Produire à l'intention des entreprises canadiennes une information pertinente et utile sur l'exportation	<p>Dans le cadre du programme <b>Routes commerciales</b> de Patrimoine canadien, quatre commissaires au commerce culturel ont commencé à fournir des services aux organismes du secteur des arts et de la culture dans les Centres de commerce international (CCI) de Vancouver, Toronto, Halifax et St. John's<sup>1</sup>. Au cours de l'exercice, ces commissaires se sont rendus dans plus de 500 entreprises et organismes, ils ont aidé plus de 120 exportateurs à diversifier leurs marchés et formé des alliances fructueuses avec d'importants partenaires du réseau dans le secteur culturel. Par exemple, pendant la manifestation Prairie Music Week, un promoteur de musique américain a été engagé pour parler aux participants des pratiques commerciales en vigueur à Los Angeles. À St. John's, l'International Women's Film Festival a obtenu un financement pour faire venir des acheteurs américains. À Winnipeg, l'Audio Recording Industry Association (MARIA) a mis sur pied des ateliers de préparation à l'exportation à l'intention des entreprises de l'industrie du disque du Manitoba, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique.</p> <p>Le logiciel de la <b>Déclaration d'exportation canadienne automatisée (DECA)</b> a été publié. Il permet aux exportateurs de modifier facilement leurs rapports. Pendant l'exercice, le nombre d'utilisateurs de la DECA est passé d'environ 2 500 à 10 000, et le nombre total de transactions a été multiplié par quatre.</p>

## Développement des marchés internationaux

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalisations en 2002-2003
Aider les entreprises canadiennes à repérer et à exploiter les occasions d'affaires sur les marchés étrangers	<p>Chaque année, des membres d'ECI offrent à des milliers d'exportateurs canadiens de l'information sur les marchés étrangers et les débouchés d'exportation, des occasions de réseautage ainsi que des services de dépannage et des conseils sur les approches novatrices en matière de développement des marchés d'exportation. Des membres d'ECI s'attachent par ailleurs à repérer des débouchés d'affaires à l'intention des entreprises canadiennes, qui se traduisent souvent par des ventes, de nouveaux partenariats ou le choix de nouveaux fournisseurs, ou encore le développement de nouveaux produits.</p> <p>Dans les 140 missions du Canada à l'étranger, le <b>Service des délégués commerciaux (SDC)</b> du MAECI a traité près de 39 949 transactions avec des clients pour lesquelles il a fourni les services suivants : 15 781 aperçus du potentiel de marché et rapports sur les entreprises locales, 7 945 recherches de contacts clés, 6 230 rencontres personnelles et 1 368 interventions de dépannage. Près de 5 300 clients ont obtenu des rapports de renseignements commerciaux, tandis que 3 300 ont bénéficié d'un appui lors de visites dans un pays étranger. Environ 350 entreprises ont participé à des activités de réseautage avec des acheteurs étrangers et d'autres contacts importants.</p> <p>Le <b>Centre des occasions d'affaires internationales (COAI)</b> a reçu 6 400 débouchés d'affaires provenant de plus de 100 bureaux à l'étranger, ce qui représente une augmentation annuelle de 23 p. 100 du nombre d'occasions d'affaires transmises à plus de 18 000 PME canadiennes. Ce service a notamment permis une vente de pois verts et jaunes aux Philippines (97 000 \$), une vente de matériel de piscine au Chili (88 000 \$) et une vente de freins automobiles au Mexique (32 000 \$).</p> <p><b>SourceCAN</b>, le marché électronique du Canada, est un service axé sur le Web qui facilite le commerce, repère les occasions d'affaires au pays et à l'étranger et les transmet à des fournisseurs de produits et de services canadiens. SourceCAN et le COAI sont des services complémentaires. En 2002-2003, près de 40 000 utilisateurs ont fait appel à SourceCAN et ont été informés des quelque 1,6 million d'occasions d'affaires qui sont jumelés chaque année. Les marchés obtenus pendant l'exercice grâce à ce service se chiffrent à 80 millions de dollars.</p>

<sup>1</sup>L'an dernier, des agents responsables du secteur culturel avaient été affectés aux CCI de Winnipeg et de Montréal.



**Activités prévues de 2003-2004 à 2006-2007**

Les commissaires au commerce culturel continueront d'offrir aux PME du secteur des arts et de la culture toute la gamme des produits et services d'ECI, et de leur proposer les programmes du Délégué commercial virtuel (DCV) et de Routes commerciales. De nouveaux commissaires seront nommés selon les besoins. Par le truchement de Routes commerciales, les prix East Coast Music Awards et les tout nouveaux West Coast Music Awards devraient attirer au Canada des acheteurs et des professionnels de l'industrie du monde entier pour participer à des groupes de discussion sur le développement des marchés, à des ateliers et à des réunions interentreprises, en vue de faire valoir la musique du Canada sur la scène internationale.

Le nombre d'entreprises participant au programme de la DECA devrait dépasser 15 000 au cours de la période visée. En 2003-2004, les données de la DECA seront transmises en temps réel à l'Agence des douanes et du revenu du Canada (ADRC). Lorsque des fonds seront disponibles, le programme sera offert sur Internet, ce qui le rendra encore plus accessible aux exportateurs.

**Activités prévues de 2003-2004 à 2006-2007**

Au cours des trois prochaines années, un nouveau système de **gestion électronique des relations avec les clients** (GRC) sera mis en œuvre afin d'aider les bureaux à l'étranger et les membres d'ECI à répondre à la demande croissante de services plus complexes. En simplifiant les processus en place et en optimisant l'utilisation des dernières technologies de l'information et des communications, le système GRC permettra aux exportateurs canadiens de bénéficier des services dont ils ont besoin au moment opportun.

Le **COAI** poursuivra sa collaboration avec les missions et les bureaux à l'étranger pour informer les entreprises canadiennes, en particulier les PME, des débouchés qui s'offrent à elles. À cette fin, il s'efforcera de mieux faire connaître ses services et d'intégrer son service e-Leads et celui du Délégué commercial virtuel afin d'assurer une prestation de service uniforme.

Pour proposer aux entreprises canadiennes un plus grand nombre d'occasions d'affaires, **SourceCAN** envisage de se doter de nouveaux domaines d'alimentation, d'élargir ses capacités linguistiques, d'instaurer un système perfectionné d'inscription des clients, de mener une campagne de marketing et de former de nouveaux partenariats. SourceCAN s'emploie à devenir un marché électronique pilote au service d'une communauté d'intérêts dans le cadre de l'initiative Portail des affaires.

LAURÉATS DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 2003

**BW Technologies Ltd.**

BW Technologies est un chef de file mondial en ce qui a trait à la conception, à la fabrication et à la commercialisation de matériel de détection des gaz dangereux. L'entreprise, qui a son siège social à Calgary (Alberta), emploie plus de 300 personnes partout dans le monde et possède des bureaux en Australie, aux États-Unis, au Royaume Uni, en Chine et au Moyen-Orient. L'an dernier, l'entreprise affichait des ventes de plus de 50 millions de dollars. [www.gasmonitors.com](http://www.gasmonitors.com)

## Développement des marchés internationaux

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2002-2003
<p>(suite) Aider les entreprises canadiennes à repérer et à exploiter les occasions d'affaires sur les marchés étrangers</p>	<p>Les connaissances sectorielles dans les marchés clés continuent de s'améliorer grâce à une formation ciblée offerte aux agents de commerce et à l'affectation de spécialistes de secteurs donnés à des postes clés à l'étranger. Ainsi, cette année, Ressources naturelles Canada a placé des experts en technologie des changements climatiques à New Delhi, en Inde, et à Varsovie, en Pologne, alors que Patrimoine canadien a envoyé des spécialistes du commerce culturel à Los Angeles, New York, Londres, Paris et Singapour.</p> <p>Le Centre des études de marché (CEM) du MAECI a préparé 252 études de marché, aperçus de marché et profils sectoriels de pays étrangers, qui ont été distribués à plus de 16 000 clients inscrits par l'intermédiaire d'InfoExport, du Délégué commercial virtuel et à l'occasion de foires commerciales ou d'autres événements. En outre, 234 000 documents ont été téléchargés par les sites d'InfoExport et du DCV et les 17 premiers dépliants d'une série de documents sectoriels sur les capacités d'exportation de grands secteurs canadiens ont été distribués dans le monde entier.</p> <p>La Direction du financement international du MAECI a participé à 28 manifestations touchant le commerce international au Canada, et fourni à plus d'un millier d'exportateurs des renseignements sur des débouchés liés aux activités des <b>institutions financières internationales</b> (IFI) dans le monde entier. La Direction a publié sur le Web une série de fiches d'information sur les sources de financement de projets menés dans 32 pays et a vu le nombre d'abonnés à son site progresser de 40 p. 100.</p> <p>Compte tenu de la croissance spectaculaire du volume des échanges avec les pays étrangers, le <b>Fonds pour services aux clients</b> (FSC) a été mis sur pied pour aider le SDC à répondre à une hausse de la demande visant une gamme élargie de services commerciaux plus complexes. Le Fonds a permis de mener à bien plus de 2 000 projets d'amélioration des services dans 115 missions et 13 divisions géographiques. Cinquante-six pour cent des entreprises canadiennes concernées ont élargi leurs connaissances sur le climat des affaires à l'étranger.</p> <p>Les organismes de développement régional du Canada – l'Agence de promotion économique du Canada Atlantique (APECA), Diversification de l'économie de l'Ouest (DEO), Développement économique Canada pour les régions du Québec et FedNor – ont effectué 1 986 prestations de services d'ECI, dont plus de 300 séances d'information individuelles et plus de 50 séminaires sur l'exportation. Dans le cadre du nouveau programme de l'APECA, Stages dans le domaine de l'exportation pour les diplômés en commerce, 18 diplômés en commerce international ont été engagés par des entreprises de la région. Le programme a fourni à ces nouveaux diplômés une formation pratique utile, tout en permettant aux entreprises de tirer parti d'un savoir-faire fort précieux en matière d'exportation. Le Programme d'emploi en commerce international de DEO a fourni plus de 2,8 millions de dollars à l'appui de l'embauche de 82 diplômés en commerce international pour la mise en œuvre de projets de marketing dans 77 entreprises de l'Ouest. Développement économique Canada pour les régions du Québec a soutenu des activités spéciales telles que Saguenay 2000 (Saguenay, Québec), Projet Silicon Valley (Californie), Montérégie International (Buffalo), Ingénierie sans frontières (New York), SERDEX international (Paris) et Réseau Environnement (Montréal). Pour sa part, FedNor a amorcé la mise en œuvre d'une stratégie commerciale de l'Équipe du Nord de l'Ontario, ayant pour objectif de développer la capacité d'exportation des entreprises à l'échelle locale grâce à la création d'un réseau d'organismes commerciaux communautaires, l'ouverture du Centre des affaires internationales de FedNor (pour le commerce et le tourisme), l'organisation de missions commerciales et l'instauration d'un modèle de collaboration avec le Centre de commerce international de Toronto pour la prestation des services à l'exportation de l'administration fédérale.</p> <p>Au cours de l'exercice écoulé, l'Agence des douanes et du revenu du Canada a délivré 1 730 nouveaux numéros de compte importateur/exportateur aux entreprises canadiennes.</p>



**Activités prévues de 2003-2004 à 2006-2007**

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) prévoit de nommer 11 nouveaux spécialistes de l'agroalimentaire au Service des délégués commerciaux pour étayer les capacités de ce service à appuyer les intérêts du Canada dans les secteurs de l'agriculture, de l'alimentation et des produits de la mer et de l'investissement dans des marchés clés à l'étranger.

Le CEM du MAECI s'efforcera de présenter des renseignements plus ciblés sur les marchés et d'en améliorer la présentation, afin de répondre aux besoins cernés chez ses clients. Pour mieux les mettre en évidence, il prévoit à compter du printemps 2003 de mener un sondage ponctuel auprès de sa clientèle et de rendre compte des résultats annuellement. Pour faire en sorte que tous les bureaux à l'étranger disposent d'une information de base, le Centre continuera de coordonner la production d'environ cinq profils sectoriels par pays. En outre, il produira chaque année quelque 25 nouveaux dépliants sectoriels choisis en fonction des priorités commerciales internationales des bureaux à l'étranger, des associations commerciales et industrielles et d'autres organismes concernés.

La Direction du financement international du MAECI mettra au point de nouveaux contenus pour le Web et des outils de marketing pour aider les entreprises canadiennes à exploiter les possibilités d'exportation et d'investissement qu'offrent de nombreuses sources de financement et les projets d'infrastructure dans les économies en développement ou en transition.

Le FSC continuera d'élaborer et de mettre en œuvre des initiatives visant à améliorer la gestion du rendement et le service à la clientèle.

Les organismes de développement régional du Canada s'emploieront à adapter les produits et services d'ECI aux besoins particuliers des nouveaux exportateurs de leurs régions respectives. Ces services comprendront des séances d'initiation au commerce international, des conseils individuels, des conférences et séminaires, des programmes d'assistance ou d'encadrement professionnel et des missions commerciales régionales.

**LAURÉATS DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 2003****Blood Tribe Agricultural Project (1991)**

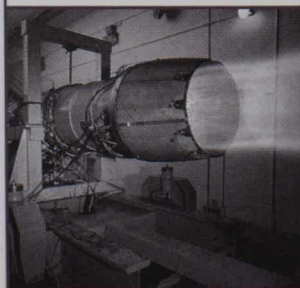
Le projet agricole de la Tribu des Blood (1991) est la plus importante opération d'irrigation de l'ouest canadien, avec l'irrigation de près de 25 000 acres (10 000 hectares) de terres dans la région de la Tribu des Blood en Alberta. Ce projet s'est traduit en retombées économiques importantes aux chapitres de l'emploi et de l'éducation pour les membres de la Tribu des Blood. La fibre de haute qualité qu'elle produit est vendue sur les marchés du Japon, de la Corée, de Taiwan, du Moyen-Orient et des États-Unis.

[www.bloodtribe.com](http://www.bloodtribe.com)

## Développement des marchés internationaux (suite)

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2002-2003
<p>Aider les exportateurs canadiens à faire valoir leurs produits et services sur les marchés d'exportation à l'occasion de missions prestigieuses à l'étranger</p>	<p>En 2002-2003, plusieurs missions commerciales prestigieuses et des dizaines de missions de moindre importance ont été organisées. La mission de juin 2002 à Mexico et Monterrey a attiré 63 représentants d'entreprises et s'est traduite par cinq contrats de vente d'une valeur globale de près de 5 millions de dollars. Pendant la mission, EDC a accordé une facilité de prêt de 23 millions de dollars à une importante entreprise du secteur automobile de Monterrey. En novembre 2002, 104 délégués d'entreprises ont participé à une mission en Afrique, au cours de laquelle ils ont conclu 24 accords commerciaux d'une valeur de plus de 150 millions de dollars. L'établissement d'un Fonds africain d'investissement de 100 millions de dollars destiné à stimuler l'investissement canadien en Afrique a été annoncé à cette occasion. Misan sur le succès de cinq missions commerciales précédentes, l'APECA a organisé deux missions d'Équipe Canada Atlantique, donnant à 90 entreprises de la région la possibilité de participer à plus de 550 réunions avec des firmes américaines du marché de la région des trois États (New York, New Jersey et Connecticut). Ces missions ont généré des ventes à hauteur de 27 millions de dollars et 103 débouchés commerciaux. L'APECA a également organisé pour huit entreprises de la région une mission commerciale panatlantique à la foire internationale des produits de la mer de Boston, qui a permis à cinq d'entre elles de réaliser des ventes à court terme de plus de 500 000 \$. Dans le cadre du programme Exportation É.-U., environ 2 500 PME canadiennes ont participé à 22 missions aux États-Unis et assisté à 70 séances d'information au Canada, tandis que le programme Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers (NEXOS) a permis à huit entreprises canadiennes de participer à SMAU 2002, la plus grande foire commerciale d'Italie. Le Conseil national de recherches du Canada (CNRC) a dirigé 31 missions à l'étranger afin de promouvoir les alliances dans le domaine de la technologie, tandis que le Programme d'aide à la recherche industrielle du Conseil a participé à 11 missions à l'étranger organisées pour des PME canadiennes. Par ailleurs, la venue de 50 missions de haut niveau au Canada souligne l'intérêt croissant que suscite le secteur canadien des sciences et de la technologie partout dans le monde. La mission d'Équipe du Nord de l'Ontario de FedNor à Atlanta a accueilli 25 participants et s'est traduite par de nouveaux marchés se chiffrant à quelque 60 millions de dollars.</p>
<p>Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et manifestations commerciales dans le monde entier</p>	<p>Après le lancement de l'<b>image de marque du Canada</b> d'ECI à l'occasion de foires internationales de l'exercice 2001-2002, les partenaires d'ECI ont utilisé les fonds du programme pour appuyer les activités de marketing de près de 70 exposants canadiens à plus de 20 grandes foires internationales. Avec des outils de haute technologie et du matériel graphique et publicitaire de pointe, ces initiatives visaient à donner aux exportateurs canadiens un avantage concurrentiel dans un marché de plus en plus exigeant. Les secteurs public et privé ont uni leurs efforts pour présenter le Canada aux acheteurs du monde entier en tant que fournisseur de biens et de services novateurs de qualité. De nombreux exposants ont attribué leurs ventes initiales et les marchés conclus à une intensification des efforts de marketing menés en collaboration avec les partenaires d'ECI.</p> <p>Par le truchement des <b>Équipes sectorielles commerciales Canada</b> (ESCC), ECI a aidé les entreprises à participer à des foires et missions à l'étranger et à accueillir des missions d'acheteurs au Canada. Selon un sondage, ces missions ont aidé plus de 80 p. 100 des entreprises participantes à s'imposer sur de nouveaux marchés ou à maintenir ou accroître leur présence sur les marchés étrangers où elles étaient déjà implantées. Environ 10 p. 100 ont fait état de ventes de plus de 500 000 \$ réalisées sur place, tandis que 21 p. 100 en ont retiré une liste de 10 débouchés solides ou plus. La grande majorité (94 p. 100) escomptait des retombées commerciales positives à la suite de ces activités.</p> <p>L'<b>ECC de l'aérospatiale et de la défense</b> a aidé plus de 137 sociétés canadiennes à assister aux grands salons de l'aéronautique et de la défense, notamment le Farnborough Air Show 2002 (Royaume-Uni), Eurosatory 2002 (France) et une série de séminaires consacrés à la sécurité (Ottawa).</p>



**Activités prévues de 2003-2004 à 2006-2007**

Les membres d'ECI continueront d'appuyer les missions d'Équipe Canada dirigées par le Premier ministre, et ils dirigeront d'autres missions commerciales représentant des régions, des secteurs ou des groupes de clients donnés, ou y participeront. Pendant l'exercice 2003-2004, des consultations seront menées auprès d'importants intervenants pour évaluer les missions passées d'Équipe Canada, afin de renforcer encore le programme.

Équipe Canada Atlantique pilotera une mission à Washington en novembre 2003, et d'autres missions sectorielles sont prévues en Norvège pour les entreprises d'aquiculture, en Suède et en Norvège pour le secteur de la technologie et à New York pour le secteur agricole et des produits de la mer.

Les préparatifs en vue d'une mission NEXOS en Suède, au Danemark et en Norvège en avril 2003 allaient bon train à la fin de l'exercice. À cette occasion, neuf entreprises canadiennes de premier plan du secteur de la technologie sans fil devaient participer à une série de réunions pré-organisées et à des activités de réseautage avec des entreprises locales – transporteurs, entreprises de télécommunications, vendeurs de technologies sans fil et partenaires éventuels. Le programme NEXOS préparait aussi la tenue d'un séminaire de convergence pour les industries de la biotechnologie et des TI dans le cadre d'une série d'activités sur le Canada prévues à Stockholm en mai 2003. Quelque 16 entreprises et organismes canadiens devraient y participer.

Un Forum canadien sur l'entreprise de la culture prévu en janvier 2004 à Paris devrait attirer entre 150 et 200 participants du Canada et plus de 250-300 participants d'Europe et d'Afrique. Le but est de stimuler les occasions d'affaires, les partenariats et l'accès aux marchés des entreprises canadiennes du secteur et de renforcer les réseaux d'affaires internationaux.

En 2004-2005, ECI continuera d'appliquer le programme de l'**Image de marque du Canada** pour soutenir les efforts de plus d'un millier d'exposants à plus de 35 foires internationales. Elle s'emploiera d'ailleurs à obtenir la prolongation de ce programme en utilisant les critères de mesure du rendement déjà en place pour en démontrer l'efficacité et justifier sa reconduction pour quatre années supplémentaires.

L'**ECC de l'aérospatiale et de la défense** participera à des expositions sectorielles prestigieuses telles que le Salon de l'aéronautique de Paris (France), l'Aerospace Congress and Exhibition (Canada), DSEi Defence Systems and Equipment International (Royaume-Uni), MRO 2004 (États-Unis) et Heli Expo 2003 (États-Unis).


**LAURÉATS DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 2003****Diamond Aircraft Industries Inc.**

L'entreprise Diamond Aircraft Industries de London (Ontario) fabrique des avions de haute technologie pour la formation et pour l'usage personnel. Les avions de Diamond sont parmi les plus sécuritaires et les plus efficaces au monde. Aujourd'hui, plus de 700 avions Diamond fabriqués ici, sont utilisés au Canada, aux États-Unis et en Europe. Quatre-vingt-quinze pour cent de la production canadienne de l'an dernier a été vendue à l'extérieur du pays.

[www.diamondair.com](http://www.diamondair.com)

## Développement des marchés internationaux (suite)

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2002-2003
<p>(suite) Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et manifestations commerciales dans le monde entier</p> 	<p><b>L'ECC – agriculture, aliments et boissons</b> a amorcé la mise en œuvre du nouveau Cadre stratégique pour l'agriculture lancé l'an dernier pour faire valoir le Canada comme un chef de file mondial au chapitre de la salubrité agricole et agroalimentaire, de l'innovation et de la protection de l'environnement. Au cours de l'année, plus d'un millier d'entreprises canadiennes ont participé à des foires et à des missions commerciales au pays et à l'étranger. Dans les foires agroalimentaires, les entreprises canadiennes participantes ont recensé plus de 8 000 débouchés commerciaux.</p> <p><b>L'ECC de l'automobile</b> a fourni un soutien à 90 entreprises canadiennes pour participer à des salons internationaux tels que le Congrès de la SAE Congress (Detroit), la Semaine de l'industrie 2002 (Las Vegas) et le Salon international de l'automobile du Canada (Toronto).</p> <p><b>L'ECC des bio-industries</b> a appuyé la participation de 150 entreprises et particuliers canadiens du secteur à BIO 2002, le plus important congrès de biotechnologie dans le monde. En attirant à Vancouver plus de 550 délégués et orateurs représentant plus de 300 entreprises de 20 pays, la conférence de chefs d'entreprises intitulée Bio Partnering North America a fourni aux entreprises canadiennes une excellente occasion de se faire connaître sur la scène internationale.</p> <p>Fort d'une évaluation favorable du programme Routes commerciales, l'ancien Conseil consultatif sur le commerce des produits culturels a été promu au rang d'Équipe commerciale Canada (<b>ECC – produits et services culturels</b>). La nouvelle ECC a commencé à élaborer des plans d'action détaillés qui aideront les petites entreprises du secteur artistique et culturel à tirer pleinement parti des débouchés internationaux. Pendant l'exercice, plus de 2 500 entreprises canadiennes ont participé à tout un éventail d'activités commerciales au pays et à l'étranger, notamment le Festival des Hot Docs à Toronto et les prix annuels de la East Coast Music Association (ECMA) à Halifax.</p> <p><b>L'ECC du matériel et des services d'énergie électrique</b> a aidé 16 entreprises canadiennes à participer à des manifestations commerciales internationales, dont PowerGen International 2002 (Orlando), la conférence et exposition russe sur l'électricité 2003 (Russie), la conférence-exposition de l'IPPSO (Ontario) et la foire et conférence canadienne sur le renouveau du secteur énergétique (Toronto).</p> <p><b>L'ECC des industries environnementales</b> a épaulé des dizaines d'entreprises canadiennes participant à des foires et des salons internationaux, notamment Americana 2003 (Montréal), qui a attiré plus de 400 exposants et 10 000 participants de 90 pays, Pollutec 2002 (France), Poleko 2002 (Pologne) et Enviro-Pro (Mexique). Elle a également appuyé des missions au Brésil, en Chine et en Uruguay, ainsi qu'une mission au Canada en provenance de la République dominicaine.</p> <p>Environnement Canada a organisé des conférences et des ateliers internationaux auxquels il a participé, par exemple sur la biotechnologie au service de la protection de l'environnement et du développement durable (Inde) et sur la lutte contre la pollution atmosphérique (Inde et Taïwan).</p> <p><b>L'Initiative des villes durables</b>, annoncée par le Premier ministre le 1er septembre 2002, à l'occasion du Sommet de la terre, en Afrique du Sud, est aujourd'hui bien établie. Lancée en 1999 à titre de projet pilote, elle a pour but de fournir des solutions intégrées à des problèmes complexes découlant de l'urbanisation rapide dans les pays émergents et en développement. Au cours des trois dernières années, elle a été élargie pour englober 7 villes, et elle prévoit de mettre sur pied des partenariats se chiffrant au total à 3 milliards de dollars, pour faire connaître les capacités du Canada en matière de technologies du développement durable et stimuler les exportations de produits et services canadiens.</p> <p><b>L'ECC des industries de la santé</b> a appuyé la participation de plus de 91 sociétés canadiennes à d'importants salons internationaux, tels que Medtrade 2002 (Atlanta) et Medica 2002 (Düsseldorf, en Allemagne), pour faire valoir les fournisseurs canadiens auprès d'acheteurs d'une dizaine de pays.</p>

**Activités prévues de 2003-2004 à 2006-2007**

Aider l'industrie canadienne à comprendre les exigences et à exploiter les débouchés des marchés internationaux est également essentiel au développement des marchés. AAC offrira au secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire un appui renforcé à l'étranger en matière de commerce et d'investissement et une capacité de marketing technique améliorée et adaptée aux besoins des entreprises. Cet appui sera assuré par l'entremise de divers services qui aident les entreprises à exploiter les débouchés d'exportation – entre autres des outils de préparation à l'exportation et des services-conseils, de l'information sur les marchés et des renseignements commerciaux, et la promotion des investissements. Des stratégies de marketing intégré ciblant certains marchés géographiques seront également mises en œuvre en collaboration avec l'industrie.

L'ECC de l'**automobile** a déterminé que les marchés géographiques prioritaires pour la période de planification étaient les États-Unis, le Mexique, le Japon, la Chine, l'Allemagne et la Corée, et elle prévoit de participer à des activités telles que le Congrès de la SAE, le Tokyo Motor Show, International BAIKA, une mission française au Canada (équipement d'origine), une mission au Mexique (pièces de rechange) et une autre en Allemagne (équipement d'origine), et l'Industry Week Aftermarket Trade Show.

L'ECC des **bio-industries** se prépare à participer à BIO 2003.

L'ECC – **produits et services culturels** continuera d'appuyer ses membres et d'autres entreprises des arts et de la culture, et de leur fournir de l'information. Des plans d'action pour le commerce international et des plans de développement des marchés d'exportation (résumé) visant huit sous-secteurs artistiques et culturels seront élaborés en fonction des marchés géographiques prioritaires et des priorités du gouvernement, afin de mieux préparer les entreprises et autres organismes à exporter et à exploiter les marchés. L'ECC – produits et services culturels se prépare à participer à MIDEM 2004 (France).

L'ECC du **matériel et des services d'énergie électrique** participera à des activités qui auront lieu prochainement, comme Powergen International 2003, et à une mission du Japon visant l'industrie nucléaire.

L'ECC de **l'environnement** prépare une série d'activités commerciales en Asie ainsi que des missions et une participation à des événements tels que Poleko (Pologne), Enviro-Pro (Mexique) le CIEPEC Trade Show (Chine) et GLOBE 2004 (Vancouver).

Environnement Canada compte donner son soutien à GLOBE 2004, l'une des plus importantes manifestations commerciales et conférences internationales, qui attire des décideurs du monde entier. Le Ministère continuera de participer aux ateliers et aux conférences qu'il organise dans le but de faire valoir le Canada en tant que fournisseur de technologies, de produits et de services de calibre mondial dans le domaine de l'environnement.

Le Canada élargira l'IVD pour englober 17 villes dans le monde entier. Il établira ainsi sa présence en Afrique, en Asie et au Mexique, tout en renforçant son rôle en Amérique du Sud, en Amérique centrale et dans les Antilles, en Europe de l'Est et en Chine.


L'ECC des **industries de la santé** prévoit de participer de nouveau à Medica 2003.

**LAURÉATS DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 2003****BHP Billiton Diamonds Inc.**

BHP Billiton Diamonds Inc., membre du Groupe BHP Billiton, est l'entreprise de ressources diversifiées la plus importante au monde. Avec l'ouverture de la mine de diamants Ekati, cette société est devenue le plus important employeur privé des Territoires du Nord-Ouest. Elle produit tout près de 4 p. 100 de la production mondiale de diamants bruts. [www.ekati.bhpbilliton.com](http://www.ekati.bhpbilliton.com)

## Développement des marchés internationaux (suite)

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2002-2003
<p>(suite) Épauler les exportateurs canadiens des grands secteurs prioritaires en les aidant à participer à des foires et manifestations commerciales dans le monde entier</p> 	<p><b>L'ECC des technologies de l'information et des télécommunications</b> a organisé et appuyé la participation de plus de 1 000 entreprises canadiennes à 62 missions, visites, foires commerciales, missions journalistiques et séminaires au Canada et à l'étranger. Au nombre des principales manifestations internationales, mentionnons EXPO COMM (Chine), CommunicAsia/BroadcastAsia (Singapour), le congrès de l'Asian Industrial Technology (Hong Kong), la foire SMAU (Italie), la foire-conférence CDXPO (Las Vegas), le séminaire sur les TIC (Brésil), le salon SIMO sur les TIC (Espagne), EXPOCOMM (Mexique), le salon CeBIT 2003 (Allemagne) et le forum mondial sur les TIC (Allemagne).</p> <p>Depuis sa création l'an dernier, <b>l'ECC du matériel et des services d'exploitation du pétrole et du gaz</b> a participé à des foires commerciales internationales comme e-Excitep 2003 et Offshore Technology Conference (Houston).</p> <p><b>L'ECC des plastiques</b> a aidé 45 entreprises à participer à des manifestations internationales, entre autres Chinaplas 2002 (Chine), Intrerplas 2002 (Royaume-Uni), Plastimagen 2002 (Mexique) et Brasilplast 2003 (Brésil).</p> <p><b>L'ECC des industries de services</b> a appuyé la participation de 70 entreprises canadiennes à des événements internationaux, dont le BETTS Trade Show (Royaume-Uni), le On-line Learning Trade Show (Los Angeles), le World Education Market 2002 (Portugal). Une conférence sur le tourisme côtier (Vancouver) a réuni plus de 150 délégués étrangers sur le thème des pratiques exemplaires pour le développement du tourisme sur les côtes canadiennes. L'Équipe a également lancé un nouvel outil – la <i>Carte routière sur le développement de projets internationaux en infrastructure</i> – pour les entreprises du secteur tertiaire et a mis au point une stratégie en vue d'offrir un outil de financement interactif en ligne.</p> <p><b>L'ECC des produits du bois et autres matériaux de construction</b> a épaulé des entreprises canadiennes qui ont pu ainsi participer à plusieurs manifestations commerciales internationales – entre autres BAU 2003 (Allemagne), Interbuild 2003 (Royaume-Uni), International Builders Show (Las Vegas) et Midwest Builders (Chicago) –, et appuyé plusieurs missions d'acheteurs américains au Canada.</p> <p>La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) a activement soutenu les entreprises canadiennes à la recherche de nouveaux débouchés d'exportation dans des marchés très prometteurs comme ceux des États-Unis, du Royaume-Uni, de la Chine, du Japon et du Chili. En fournissant un appui au chapitre de la promotion et de la formation, en obtenant l'homologation d'organismes de garantie et de réglementation et en offrant une assistance technique, elle a contribué au cours de l'exercice écoulé à des exportations canadiennes se chiffrant à plus de 55 millions de dollars.</p>



**Activités prévues de 2003-2004 à 2006-2007**

L'ECC des technologies de l'information et des télécommunications a inscrit plusieurs foires commerciales, missions et activités à son calendrier, dont TieCon 2003 (États-Unis), une mission brésilienne au Canada sur la cyberadministration, le Congrès Conip de Sao Paulo sur la cyberadministration, une mission itinérante de Russie au Canada, deux missions du Japon sur la cyberadministration, un séminaire de TI sur Mexicom qui sera donné d'un bout à l'autre du Canada, une mission sur les TIC sans fil en Asie du Sud-Est, la China High Tech Fair (Chine), TELECOM (Genève), PT Wireless (Chine), NASSCOM (Inde), une série de séminaires canadiens sur les TIC au Japon, la World Summit Information Society (Genève), ExpoComm 2004 (Mexique), SuperComm 2004 (Inde), CeBIT 2004 (Allemagne) et la HKII Expo and Conference (Hong Kong).

L'ECC du matériel et des services d'exploitation du pétrole et du gaz se prépare en vue d'EXITEP 2003 (Mexique), de KIOGE 2003 (Russie), et appuie la participation d'environ 200 entreprises canadiennes à la Offshore Technology Conference (Houston).

L'ECC des plastiques prévoit de mener des activités concernant la National Plastics Exposition 2003 (Chicago) et Chinaplas 2003 (Chine), de même qu'une mission au Mexique.

L'ECC des industries de services participera de nouveau aux salons BETTS (U.K.), et envisage un projet de partenariat stratégique avec la Société d'ingénierie du Mexique.

Ayant choisi les États-Unis, le Japon (et l'Asie du Nord) et l'Allemagne (et l'Europe de l'Ouest) comme pays prioritaires, l'ECC des produits du bois et des matériaux de construction participera à plusieurs activités prévues prochainement, notamment Construct Canada, l'International Builders' Show (Las Vegas), Pan Expo 2003 (Irlande) et Interzum 2003 (Allemagne). Un séminaire sur les spécifications des constructions écologiques aux États-Unis figure au programme.

Au cours des trois prochaines années, la SCHL prévoit d'appuyer des marchés évalués à 250 millions de dollars dans des pays prioritaires.

## LAURÉATS DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE 2003

**Éditions L'artichaut Inc.**

Les Éditions L'artichaut est un éditeur de matériel d'enseignement du français situé à Rimouski (Québec). L'Artichaut travaille de concert avec des équipes locales pour adapter son matériel aux réalités des régions francophones de partout dans le monde où l'éditeur exporte. Les livres sont écoulés en France, en Belgique et en Suisse et l'entreprise a récemment percé les marchés du Sénégal et du Cameroun.  
[www.artichaut.ca](http://www.artichaut.ca)

## Développement des marchés internationaux (suite)

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2002-2003
<p>Aider les entreprises canadiennes dirigées par des jeunes, des Autochtones ou des femmes à promouvoir leurs produits et services sur les marchés étrangers en facilitant leur participation à des foires et autres manifestations commerciales organisées dans le monde entier</p>	<p>La <b>Foire commerciale virtuelle autochtone du Canada</b> fait valoir les entreprises autochtones ainsi que leurs produits et services. Elle les aide à consolider leur position sur les marchés national et étrangers et à mieux tirer parti des possibilités du cybercommerce. Elle a entrepris ses activités d'inscription à l'occasion du Forum Connecting Aboriginal Canadians (CAC), qui s'est tenu à Ottawa en mars 2003. Le volet arts et culture de la Foire est dirigé par Patrimoine canadien (Routes commerciales) et compte 72 entreprises inscrites.</p> <p>Pour sa part, le MAECI travaille en étroite collaboration avec le Comité de développement du commerce autochtone international pour mettre en œuvre toute une gamme d'activités de sensibilisation dans le but d'amener les chefs d'entreprise autochtones à se tourner vers l'exportation. Au cours de l'exercice écoulé, plus de 2 000 participants ont ainsi assisté à plusieurs événements – le Salon commercial et conférence de gens d'affaires autochtones NEXUS-AFN (Khanawake), la First Nations Agriculture and Foods Conference : Branding our Future (Prince George), le Conseil pour l'avancement des agents de développement autochtones (Edmonton), la Native American Business Alliance Convention (Arizona), l'Aboriginal Business Summit (Toronto), le Fourth Aboriginal Financial Management and Economic Development Forum (Vancouver) et le Western Aboriginal Business Summit (Saskatoon). Le réimpression du <i>Répertoire des exportateurs autochtones</i> est une autre activité de promotion qui répond à une forte demande, de même que la production d'un supplément de CanadExport sur les exportateurs autochtones.</p> <p>Plus de 400 particuliers et entreprises ont participé à plusieurs activités commerciales importantes conçues spécialement à l'intention des femmes chefs d'entreprise, notamment le Salon d'entrepreneuriat Féminin (Saint-Jean-sur-Richelieu), le Gala-Femmes des Affaires du Québec (Montréal), un symposium sur les femmes dans les affaires (Charlottetown) et la Conférence annuelle des femmes entrepreneurs de Terre-Neuve et du Labrador (Gander). Une mission commerciale d'entreprises des médias numériques dirigées par des femmes, regroupant 15 participantes, s'est rendue en France et en Allemagne en février 2003.</p> <p>En mars 2003, quelque 23 représentants de 14 ministères et organismes fédéraux ont assisté à la réunion inaugurale du Comité de promotion des femmes en commerce international, à Ottawa. Le comité a préparé un répertoire des programmes du gouvernement s'adressant aux femmes propriétaires d'entreprises et il a commandé une étude-pilote des politiques commerciales fédérales propres à appuyer les femmes chefs de PME. En outre, <i>CanadExport</i> a publié un supplément consacré aux femmes, intitulé <i>Femmes chefs d'entreprises à la conquête des marchés internationaux</i>, qui a été largement diffusé.</p> <p>Plus de 200 jeunes participants ont assisté à des cours de marketing des exportations financés par ECI et à des activités de sensibilisation à l'Université d'Ottawa. Un projet d'information sur le commerce a par ailleurs attiré 50 jeunes participants à l'Université de Toronto. Dans l'ouest du pays (Edmonton, Calgary, Lethbridge, Red Deer et Slave Lake), des activités similaires ont été suivies par quelque 300 jeunes. <i>CanadExport</i> a également publié un supplément consacré aux jeunes entrepreneurs – <i>Les jeunes chefs d'entreprises du Canada à la conquête des marchés mondiaux</i> – qui a été tiré à de nombreux exemplaires.</p>



### Activités prévues de 2003-2004 à 2006-2007

Les partenaires d'ECI continueront de rechercher les possibilités de collaboration en vue de mener une campagne de sensibilisation dynamique à l'intention des centres de services aux entreprises autochtones, des chambres de commerce, des associations commerciales dont les membres sont des femmes ou des jeunes, et des établissements d'enseignement.

Le **Comité de développement du commerce autochtone** continuera de promouvoir et de privilégier des pratiques fructueuses pour l'exportation auprès des chefs d'entreprise autochtones en fournissant un appui et en participant à des activités telles que le Sommet mondial des entrepreneurs autochtones, la conférence nationale du Conseil pour l'avancement des agents de développement autochtones, le Nunavut Trade Show, le Nunavut Arts Festival 2003 et le Journée nationale des autochtones.

#### Les femmes chefs d'entreprise

ECI fera activement la promotion de ses produits et services à des événements clés tels que Business Beyond the Box: A Women's Enterprise Society of BC-hosted Virtual Conference, le Sommet mondial des femmes 2003, l'Organization for Women in International Trade, l'Atlantic Women in Business Conference et Women Trading Globally, activité organisée par la Global Banking Alliance for Women.

#### Les jeunes chefs d'entreprise


Plusieurs manifestations commerciales réuniront des jeunes chefs d'entreprise, notamment la 6e édition de la National Métis Youth Conference (Ottawa), le Global Youth Summit (Calgary), la 48e conférence mondiale de l'International Council for Small Business Development (Irlande), le congrès annuel du Canadian Council for Small Business and Entrepreneurship (Vancouver) et un forum des jeunes dirigeants d'entreprise de l'APEC. Des séances d'information sur l'exportation sont également prévues pour les Services d'emploi pour les jeunes, Jeunes entreprises du Québec, Équipe Canada junior et dans plus de 20 universités et collèges d'un bout à l'autre du Canada.

Un site Web conçu pour les jeunes chefs d'entreprise est en cours de préparation. Il renfermera un calendrier d'activités, des comptes rendus des succès de jeunes entrepreneurs, des communiqués et des liens vers d'autres ressources offertes en ligne.

Une mission commerciale NEEF pour les jeunes chefs d'entreprise des industries culturelles est également prévue.

## Développement des marchés internationaux (suite)

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2002-2003
Financer le développement des marchés	<p>Quelque 647 entreprises canadiennes et une cinquantaine d'associations professionnelles ont obtenu une aide financière de 19,1 millions de dollars au titre du <b>Programme de développement des marchés d'exportation</b> (PDME). Quelque 3,1 millions de dollars ont été remboursés. Un sondage réalisé en 2002 fait état d'un taux de satisfaction de 92 p. 100 chez les utilisateurs du Programme. Au dire d'environ 74 p. 100 des répondants, en effet, le PDME a rehaussé l'image de leur entreprise et de ses produits et leur a permis d'établir des contacts ou de se créer un réseau et de trouver des distributeurs, des agents ou des acheteurs.</p> <p>Sous l'égide du <b>programme Commerce agroalimentaire</b>, 68 associations sectorielles ont bénéficié d'une aide de 15,7 millions de dollars à l'appui du développement des marchés internationaux des produits agricoles, de l'alimentation, des boissons et des produits de la mer.</p> <p>Le <b>Programme canadien d'exportation des produits du bois</b> est déjà bien connu au sein des 13 organismes nationaux et 20 organismes provinciaux d'exportation du bois canadien, qui représentent pratiquement tous les exportateurs canadiens actifs et potentiels de produits du bois admissibles au Programme. Grâce à ce programme, huit associations représentant plus de 1 000 exportateurs actifs ou potentiels ont reçu 2,77 millions de dollars, qui ont servi à financer d'importants projets et initiatives, notamment des bureaux chargés de la promotion du bois canadien à Mumbai (Inde) et Shanghai (Chine), des activités de promotion du bois canadien à Séoul (Corée du Sud) et Taipei (Taïwan), 10 études de marché et la formation de 12 inspecteurs chinois du bâtiment en techniques de construction à ossature de bois.</p> <p>Avec un portefeuille de prêts totalisant 8 milliards de dollars, la Banque de développement du Canada (BDC) épaulé plus de 21 000 PME canadiennes dont les finances sont saines en leur octroyant des prêts, du capital de risque ou encore des services-conseils. Elle propose aux exportateurs des solutions spécialisées et adaptées à leurs besoins et leur offre un guichet unique pour obtenir des fonds de roulement en vue du développement de nouveaux produits et de la prospection des marchés d'exportation. Les conseils spécialisés du Groupe-conseil de la BDC donnent aux entreprises le savoir-faire nécessaire pour évaluer les débouchés mondiaux, accroître leur capacité de production, établir des contacts pour l'exportation et respecter les règles du commerce international. Le programme Le virage mondial de la Banque utilise une méthode par étapes pour initier les entreprises à l'exportation et leur donner les renseignements pratiques confirmés dont elles ont besoin pour savoir si elles sont prêtes à exporter et si elles ont les capacités voulues.</p> <p>Au cours de sa première année d'activité, <b>Routes commerciales</b> a connu un tel succès que le nombre d'entreprises inscrites a été 3,5 fois supérieur aux capacités du programme. De plus, les agents de commerce ont répondu à plus de 675 demandes d'information et de conseils sur le programme.</p>
	

### Activités prévues de 2003-2004 à 2006-2007

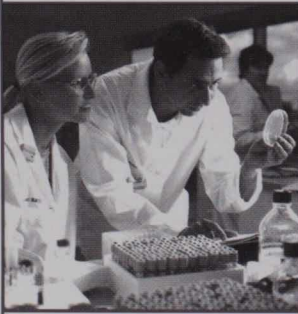
Les membres d'ECI continueront d'appuyer les exportateurs canadiens au moyen de divers programmes de financement du développement des marchés. Un examen du PDME, qui prendra fin au cours de l'exercice 2003-2004, permettra de s'assurer que le Programme tient compte de l'évolution des besoins et des attentes des entreprises canadiennes et qu'il continue d'être adapté au contexte actuel des échanges internationaux. Cet examen assurera en outre une intégration plus étroite avec le Service des délégués commerciaux et la Nouvelle Approche.

Le **programme canadien d'exportation des produits de bois** prévoit d'établir cinq autres bureaux de promotion à l'étranger, afin de faire connaître aux importateurs le savoir-faire des producteurs de bois canadiens. En 2003-2004, le programme formera un partenariat avec le programme de construction canadien Super EMD au Royaume-Uni et il envisage d'accroître sa présence en Chine, en engageant un employé local supplémentaire. En Europe, plusieurs foires commerciales présenteront une structure de démonstration de la construction à ossature en bois. Des stratégies de développement des marchés par pays seront par ailleurs élaborées à partir de 2003-2004. Le Programme fera l'objet d'un examen en 2004-2005 et d'une évaluation complète en 2006-2007.

La Banque de développement du Canada continuera de proposer aux entreprises canadiennes des solutions novatrices en matière de financement et de services-conseils, afin de les aider à améliorer leur productivité et à exploiter les marchés internationaux.

## Développement des marchés internationaux

Objectif stratégique : Améliorer la compétitivité des entreprises canadiennes dans certains secteurs et marchés choisis à l'échelle planétaire

Priorité stratégique	Réalizations en 2002-2003
<p>Offrir des solutions de calibre mondial dans les domaines de la gestion des risques, du financement des exportations et de la passation des marchés</p> 	<p>Exportation et développement Canada (EDC) offre aux exportateurs canadiens des services de financement, d'assurance et de cautionnement des exportations, ainsi que de l'information spécialisée sur les marchés étrangers, afin de les aider à soutenir la concurrence à l'étranger. En 2002, plus de 7 200 entreprises canadiennes ont bénéficié de services de financement des exportations et de gestion du risque d'EDC se chiffrant à 51 milliards de dollars pour financer ou assurer des projets d'exportation et d'investissement dans quelque 180 pays. Pour améliorer le service à la clientèle, EDC a introduit plusieurs services financiers en ligne, notamment les rapports économique en ligne, <i>ProtEXPORT</i> (outil de type libre-service qui permet à l'exportateur d'assurer une transaction unique d'une valeur maximale de 50 000 \$US contre le risque de non-paiement de l'acheteur étranger) et <i>Vérif-EXPORT</i> (outil permettant d'évaluer le crédit de l'acheteur et de déterminer si ce dernier est assurable).</p> <p>La CCC (Corporation commerciale canadienne), l'organisme canadien de passation des marchés d'exportation, offre aux exportateurs canadiens tout un éventail de services pour les aider à décrocher des marchés d'exportation, entre autres : soutien à la promotion d'un projet d'exportation, conseils pour la préparation et la présentation d'une offre ou d'une proposition, assistance en matière d'établissement et de négociation de contrat, suivi et administration de contrat. La CCC offre également des services intégrés de maître d'œuvre international pour les marchés du DoD et de la NASA, qui donnent à l'acheteur une garantie de bonne exécution cautionnée par le gouvernement du Canada. En outre, grâce au Programme de paiements progressifs, la CCC facilite l'accès des entreprises canadiennes à des sources privées de préfinancement à l'exportation, afin qu'elles puissent honorer leurs contrats d'exportation. En 2002-2003, la contribution de la CCC a permis à plus de 1 971 entreprises canadiennes de réaliser des exportations de produits et de services représentant plus de 951,7 millions de dollars dans 31 pays étrangers.</p>

**Activités prévues de 2003-2004 à 2006-2007**

Pour atteindre l'objectif de 10 000 entreprises clientes d'ici 2004, EDC utilisera de nouveaux moyens pour rejoindre de nouveaux exportateurs, elle appuiera les efforts de ses clients actuels pour accroître leurs exportations et attirera de nouveaux investisseurs et intervenants. Au cours des trois prochaines années, l'organisme prévoit d'introduire progressivement Globex. Cette application informatique novatrice devrait lui permettre de simplifier radicalement les processus actuels d'analyse du risque, d'améliorer la sécurité des transactions en ligne et de prendre en compte l'essor soutenu des affaires électroniques.

Dotée de nouveaux outils – une augmentation de ses crédits parlementaires annuels à l'appui de ses activités courantes, une contribution en capital qui lui permettra de raffermir son bilan et les changements législatifs requis pour emprunter auprès de sources privées et percevoir des droits pour ses services –, la Corporation commerciale canadienne est prête à prendre de l'essor et à épauler un plus grand nombre d'exportateurs canadiens.

*Références photographiques*

Ressources naturelles Canada, page couverture et page 10.

Agriculture et agro-alimentaire Canada, pages 14, 18.

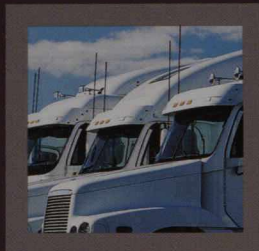
Patrimoine canadien, page couverture et page 22.

Pêches et Océans Canada, page 24.

Les images de couverture et des pages 16 et 26 ont été fournies par Partenaires pour l'investissement au Canada, Industrie Canada.



DOCS  
CA1  
EA673  
T21  
EXF  
2003



TEAM CANADA INC • ANNUAL REPORT 2003



Team Canada Inc • Équipe Canada inc

Canada

TEAM CANADA INC  
*Your Source for Export Services*

**OUR VISION**

To help Canadian businesses succeed in global markets by offering comprehensive, high quality, fully integrated export information and services.

**OUR ROLE**

Team Canada Inc (TCI) is a network of 21 federal government departments and agencies working with the provinces, territories and other partners to help Canadian businesses take on the world and win.

**OUR CONTRIBUTION TO  
CANADIAN BUSINESS**

TCI offers a single point of access to export information, counselling, market intelligence, financial assistance and on-the-ground support available from federal, provincial and territorial governments, and the private sector. The result is an unprecedented effort by government and its partners to deliver the right kinds of services, quickly and efficiently, to those who can benefit most.

[exportsource.ca](http://exportsource.ca)  
1 888 811-1119

, CBSCs operate TCI's  
ns and regulations.  
available by telephone,

g and activities in  
cultural goods and  
and communications  
er building materials.  
and matchmaking

ugh local departments,

opment efforts. Rural  
le export advice to  
nal Trade Training  
companies also offer

re for exporting and

**In-market  
Assistance**

Market Prospect

Key Contacts  
Search

Visit  
Information

Face-to-Face  
Briefing

Local Company  
Information

Trouble-  
shooting

## OUR MEMBERS

TCI's membership includes 21 federal departments and agencies working to help Canadian businesses succeed in world markets:

Agriculture and Agri-Food Canada; Atlantic Canada Opportunities Agency; Business Development Bank of Canada; Canada Customs and Revenue Agency; Canada Economic Development Agency for Quebec Regions; Canada Mortgage and Housing Corporation; Canadian Commercial Corporation; Canadian International Development Agency; Department of Canadian Heritage; Department of Foreign Affairs and International Trade; Environment Canada; Export Development Canada; Fisheries and Oceans Canada; Indian and Northern Affairs Canada; Industry Canada; National Research Council Canada; Natural Resources Canada; Public Works and Government Services Canada; Statistics Canada; Transport Canada; Western Economic Diversification.

## MEMBER SERVICES

TCI members serve Canadian businesses through offices located across the country and around the world, including:

### **12 INTERNATIONAL TRADE CENTRES (ITCS)**

International Trade Centres are part of Industry Canada, and there's an ITC serving every province and territory across Canada. Each is set up to work specifically with small-to-medium sized enterprises who are ready to export or would like to diversify their business abroad. ITCs offer one-on-one export help, international market and industry information, targeted networking opportunities and export financing assistance.

### **INTERNATIONAL BUSINESS OPPORTUNITIES CENTRE (IBOC)**

IBOC matches business opportunities abroad with capable Canadian firms, particularly smaller businesses. Opportunities are handled on a case-by-case basis, spanning all markets and all sectors. IBOC uses electronic databases and a broad range of contacts in government and industry to identify potential Canadian suppliers of products and services.

### **CANADIAN TRADE COMMISSIONER SERVICE (TCS)**

The Canadian Trade Commissioner Service is a network of 500 business professionals working in more than 140 cities around the world. Their primary role is to provide in-market assistance to Canadian companies in the development of their business abroad. All their offices in Canadian embassies, high commissions and consulates abroad offer Canadian companies, regardless of their size or experience, a set of six core personalized services.

## OUR EXTENDED NETWORK

Across Canada, TCI partners deliver trade services to Canadian businesses through an extensive and ever expanding network that includes:

### **12 REGIONAL TRADE NETWORKS (RTNS)**

The RTNs include federal, provincial, territorial and regional governments, and industry associations working together to help smaller Canadian businesses capitalize on available export services.

### 13 CANADA BUSINESS SERVICE CENTRES (CBCSCs)

Located in every province and territory, and working with over 300 regional access partners across Canada, CBCSCs operate TCI's toll-free Export Information Service and deliver a wide range of information on business services, programs and regulations. CBCSC staff can answer questions about starting a new business or improving an existing one. Services are available by telephone, fax, mail, e-mail, and via the Internet. Many of the CBCSC locations also provide a walk-in service.

### 13 TRADE TEAM CANADA SECTORS (TTCS)

The TTCSs bring government and industry together to coordinate national trade development planning and activities in 13 key industries: aerospace and defence; agriculture, food and beverages; automotive; bio-industries; cultural goods and services; electric power equipment and services; environmental industries; health industries; information and communications technologies; oil and gas equipment and services; plastics; service industries; and wood products and other building materials. The TTCSs open doors and showcase Canadian capabilities abroad through trade missions, trade fairs and matchmaking events. They also offer information about target markets and business opportunities.

### PROVINCIAL, TERRITORIAL AND MUNICIPAL GOVERNMENTS

At each of these levels of government, businesses can access valuable export programs and services through local departments, agencies and economic development offices.

### ASSOCIATIONS, EDUCATIONAL INSTITUTIONS AND PRIVATE INDUSTRY

Associations, educational institutions and private industry also play key roles in Canada's export development efforts. Rural community organizations, economic development corporations, trade and business associations provide export advice to companies in specific locations or sectors. Educational organizations such as the Forum for International Trade Training (FITT) frequently offer international trade training, including *Going Global* workshops. Many private companies also offer export services such as banking, freight forwarding, market research and legal assistance.

## OUR SERVICES

TCI members and partners deliver a wide range of services tailored to help Canadian businesses prepare for exporting and maximize their export success.

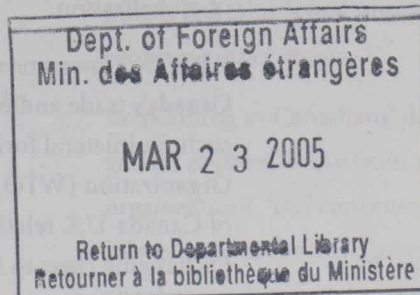
### THE EXPORT SERVICES CONTINUUM

General Information	Skills Development	Export Counselling	Market Entry Support	Export Financing	In-market Assistance
Export Information Service 1 888 811-1119  On-line Export Information <a href="http://Exportsource.ca">Exportsource.ca</a>	Export Preparation Guides  Export Skills Training  Preparation for U.S.  Preparation for Other Markets	Export-Readiness Assessment  Export Plan Development  Export Plan Implementation	Market/Sector Information and Intelligence  Missions, Fairs and Trade Related Events  Market/Sector-Specific Advice and Guidance  Market Development Funding	Needs Assessment and Counselling  Provision of Working Capital  Foreign Risk Mitigation  Medium/Long Term Foreign Buyer Financing	Market Prospect  Key Contacts Search  Visit Information  Face-to-Face Briefing  Local Company Information  Troubleshooting

---

# TABLE OF CONTENTS

<b>Message from the Minister of International Trade .....</b>	<b>2</b>
<b>Message from the TCI Management Board .....</b>	<b>3</b>
<b>Selected Achievements in 2002-03 .....</b>	<b>5</b>
<b>Priorities for 2003-04 and Beyond .....</b>	<b>6</b>
<b>Annex: Detailed Achievements and Plans for the Future .....</b>	<b>10</b>



*The Annual Report of Team Canada Inc for the year ending March 31, 2003 is published in accordance with TCI's Governance Framework. Unless otherwise stated, all reporting is for Fiscal Year 2002-03.*



## MESSAGE FROM THE MINISTER OF INTERNATIONAL TRADE

Trade is a good news story for Canada. Recognizing its vital importance to Canada's continuing prosperity, over 84 percent of Canadians support government action to bolster trade and investment. They believe that the government's top trade priority should be to offer Canadian business, particularly small- and medium-sized enterprises (SMEs), services and advice to help them export<sup>1</sup>.

Canadians also recognize that we live in a global economy where each day brings more economic change, sweeping environmental and demographic challenges, opportunity for the well-off and risk for the marginalized. Clearly, we must find new ways to exploit the opportunities and manage the demands of globalization.

While the Government of Canada is advancing Canada's trade and economic interests in such multilateral fora as the World Trade Organization (WTO), the advancement of Canada-U.S. relations is a key priority. Exchanging close to \$2 billion in goods and services each day, our nations are each other's largest customers and biggest suppliers. We are joint stewards of our environment and partners in the defence and security of North America and the world.

The recently announced Enhanced Representation Initiative will greatly strengthen Canada's capacity to advocate its interests in vital economic, political and security matters. It will see Canada open seven new consulates and upgrade two existing consulates to consulates general. Through the appointment of 20 honorary consuls in key U.S. cities, the Initiative will pave the way for innovative, strategic partnerships in emerging power



centres. Having more resources on the ground will also enable us to build effective market intelligence networks and relationships with important players across the United States.

Team Canada Inc (TCI) has an important role to play in building a 21<sup>st</sup> century economy for Canada. As a highly successful collaboration across 20 federal departments and agencies and hundreds of private sector partners, TCI brings a breadth of experience and expertise essential to enhancing Canada's competitiveness and place in the world.

On behalf of my TCI ministerial colleagues, it gives me great pleasure to congratulate Team Canada Inc for another outstanding year of helping Canadian exporters succeed in global markets. I encourage TCI and its partners across Canada to continue to strengthen their collective work in support of the Canadian business community.

A handwritten signature in dark ink, reading "James Scott Peterson". The signature is fluid and cursive, written in a professional style.

**James Scott Peterson**  
**Minister of International Trade**

<sup>1</sup> See *Canadian Attitudes Towards International Trade*, an Ekos Research Associates survey released May 13, 2003.

## MESSAGE FROM THE TCI MANAGEMENT BOARD

The Management Board is pleased to present the Annual Report for Team Canada Inc for 2002-03.

In its sixth year of operation, TCI continued to play a key role in helping Canadian businesses succeed in global markets by delivering trade services to tens of thousands of companies across all sectors of the Canadian economy. The range of services was broad, ranging from helping smaller companies recognize the benefits of going global and equipping them with needed skills and tools, to providing export-ready companies with valuable market research and information about international business opportunities.

During 2002-03, TCI supported the Government of Canada's integrated trade, investment, science and technology and innovation agenda. With 87 percent of Canadian exports destined for the U.S., supporting the Government's ongoing efforts to increase efficiency and security at the Canada-U.S. border was assigned high priority.

Throughout the year, TCI continued to broaden its network of stakeholders



committed to helping Canadian businesses succeed globally. Through a new partnership initiative, for example, TCI successfully forged stronger connections with community-based business service centres, economic development offices, Community Futures offices and Aboriginal business service centres across Canada.

Responding to Canadians' demand for greater accountability from all government organizations, TCI continued to strengthen its mechanisms for managing and monitoring client services and measuring the impact of TCI initiatives. Improving these performance management mechanisms for tracking and reporting TCI's performance will be a priority in the year ahead.

*continued on next page*

### Canada Export Awards

*Each fall, Canadian companies that successfully export their products and services to markets around the world are recognized and celebrated through the Canada Export Awards. Export Award finalists and winners are justifiably acclaimed for increasing their export sales, for introducing new products and/or services abroad or for penetrating new markets. In doing so, they contribute significantly to Canada's economic growth. A panel of prominent business people from across Canada selects the winners from among the hundreds of nominations received each year. Throughout the pages of this Annual Report, 2003 Export Award winners are presented in success stories. TCI congratulates their efforts and success.*



To anticipate and respond to evolving client needs, TCI will be required to continuously adapt to address remaining gaps in the services continuum. TCI will continue to actively promote TCI services to Canadian business; for small- and medium-sized enterprises that lack the resources to capitalize on global opportunities; and for larger firms that require specialized assistance to achieve their goals. Through the **Client Service Fund**, Canadian missions abroad will seek out innovative ways to meet exporters' needs for precise market intelligence and trade opportunities.

TCI will also devote significant energy to collective Government efforts to enhance relations with the U.S.

As a unique collaboration of government departments and agencies and hundreds of other stakeholders across Canada, TCI exemplifies the value of strong partnership and the benefits that can accrue from well-focussed horizontal management. TCI and its member organizations remain strongly committed to the "Team Canada" approach. On their behalf, this Board pledges to continue seeking innovative, effective ways to reach out to more Canadian businesses with practical assistance and advice that will sustain and enhance their performance in international markets.

**Marie-Lucie Morin, Chair**  
**TCI Management Board**

2 0 0 3 E X P O R T A W A R D W I N N E R

**Lotek Wireless Inc**

Lotek Wireless is a leading technology company that designs and manufactures fish and wildlife monitoring systems. Internationally recognized, Lotek exports its systems to leading researchers, biologists and scientists in 38 countries worldwide. The company has 125 employees and is located in St. John's, Newfoundland, and Newmarket, Ontario.  
[www.lotek.com](http://www.lotek.com)



## SELECTED ACHIEVEMENTS IN 2002-03

TCI members and partners:

- ▶ Registered more than 325,000 visits to **ExportSource.ca** and handled over 15,000 enquiries to the 1-888 **Export Information Service**.
- ▶ Delivered over 800 trade-related workshops and seminars across Canada.
- ▶ Published 252 Market Reports, Market Briefs and Country Sector Profiles for more than 16,000 clients registered to receive them online. Another 234,000 document downloads were recorded through **InfoExport** and the **Virtual Trade Commissioner**.
- ▶ Handled close to 40,000 requests at Canada's 140 posts abroad, providing over 15,000 market prospect and company reports, close to 8,000 key contact searches, over 6,200 face-to-face briefings and handling over 1,300 troubleshooting cases.
- ▶ Organized some 340 trade missions both to Canada by foreign buyers and by close to 3,000 Canadian companies to key foreign markets. Hundreds of millions of dollars worth of new contracts and business leads were identified as a result.
- ▶ Supported more than 2,500 Canadian companies as they participated in more than 100 trade fairs and other related events across Canada and around the world.
- ▶ Under the three-year, \$9-million **Brand Canada** initiative, more than 670 Canadian companies exhibited at the new Canadian pavilion at 21 trade shows and exhibits around the world. The Canadian pavilions showcase Canada as an advanced high-tech, sophisticated business partner.
- ▶ **SourceCAN** identified over 98,000 opportunities, matched these with potential suppliers from its inventory of close to 40,000 registered Canadian businesses and delivered the information to their desktops.
- ▶ Provided more than \$51 billion in trade financing and risk management services to over 7,000 Canadian businesses selling and investing abroad in 2002.
- ▶ Began implementation of the new **Agricultural Policy Framework**. Over 1,000 Canadian agriculture and agri-food companies participated in trade shows and incoming and outgoing trade missions, reporting nearly 8,000 business leads as a result. Under the Agri-Food Trade Program, \$15.7 million was provided to 68 industry associations for the development of international markets for agriculture, agri-food, food, beverage and seafood products.

*For further information on TCI achievements in 2002-03, see Detailed Achievements and Plans for the Future.*

## PRIORITIES FOR 2003-04 AND BEYOND

For Canada, building a 21st century economy means having an innovative, responsive and productive domestic economy, capable of exporting products second to none in the world. As a nation, we must also energetically engage in promoting international recognition of Canadian products and wider understanding of Canada's global advantage.

In December 2003, the Government of Canada announced the creation of a new Department for International Trade, a new Minister of State (New and Emerging Markets) and its intention to place greater emphasis on support for small business access to international markets. It also announced the creation of new Cabinet Committees on global affairs and on Canada-U.S. relations, as well as plans to undertake the development of an integrated international policy framework for diplomacy, defence, development and trade. Clearly, the effectiveness of these changes will hinge on coordinated efforts by ALL Canadian trade stakeholders.

As it has for the past six years, TCI will continue to make important contributions in this regard. TCI will continue to expand



its network and service offerings. It will intensify efforts to link trade development work with other Government of Canada efforts to attract international investment to Canada and foster Canadian innovation. A new priority will be providing advice on the integrated approach to trade, investment, innovation, and science and technology which will be undertaken in the U.S. through the **Enhanced Representation Initiative**. Internally, TCI will continue to strengthen its own performance measurement and information management systems.

2 0 0 3 E X P O R T A W A R D W I N N E R

### Mega Bloks Inc.

Mega Bloks Inc. is the world's second largest maker of educational construction toys. Based in Montreal, the company manufactures and exports a range of construction toys that feature its own interlocking plastic blocks. While 70 percent of its revenue comes from North America, Mega Bloks is steadily achieving success in international markets, with sales in over 100 countries. [www.megabloks.com](http://www.megabloks.com)

### Strategic Directions

TCI will continue to make it easier for thousands of Canadian businesses to realize their aspirations for global competitiveness by:

- ▶ Offering seamless, practical access to fully integrated export services;
- ▶ Continuously identifying and filling gaps in export service offerings;
- ▶ Expanding the network of service delivery partners and strengthening communications and operations between existing partners; and
- ▶ Promoting an integrated trade agenda within the Government of Canada.

### Delivering TCI initiatives

Positioning Canada as a source of innovative, high-quality goods and services and a preferred location for investment and



technology exchanges continues to be a major Government of Canada priority. In the years ahead, TCI will continue to support these goals by:

- ▶ Working even more closely with such partners as Investment Partnerships Canada and the Regional Trade Networks to better integrate trade, investment and innovation actions.

2 0 0 3 E X P O R T A W A R D W I N N E R

#### Palliser Furniture Ltd.

Palliser Furniture is Canada's largest assembled furniture manufacturer, with facilities in the United States, Mexico and Indonesia. The company produces furniture for North American customers based on stylish European designs. Palliser employs more than 5,000 people from over 70 countries. The company's main production and distribution site is in Winnipeg, Manitoba. [www.palliser.com](http://www.palliser.com)

2 0 0 3 E X P O R T A W A R D W I N N E R

#### ZENON Environmental Inc.

ZENON specializes in membrane-based technologies used in the treatment of drinking water and wastewater. Over the past four years, the company has penetrated markets in eastern Europe, Australia and Asia, dramatically increasing its revenue to \$145.9 million. ZENON is based in Oakville, Ontario, and employs 1,000 people, including some of the world's leading engineers and scientists. [www.zenonenv.com](http://www.zenonenv.com)

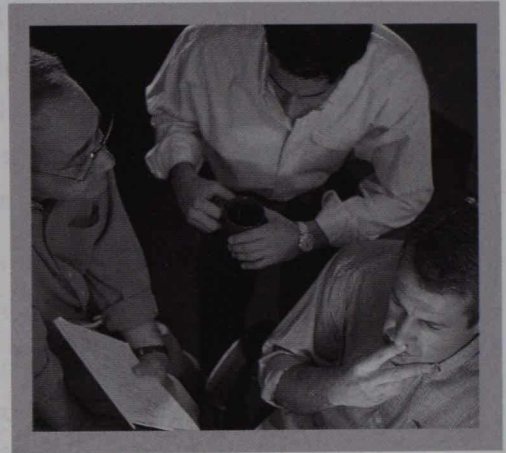
PRIORITIES FOR 2003-04 AND BEYOND

► Actively supporting the **Enhanced Representation Initiative**, through which the Government of Canada seeks to enhance its capacity to defend and advocate Canadian political and economic interests, and take advantage of opportunities and innovations in key markets across the U.S. In that regard, seven new offices will be opened over the next three years in Denver, Houston, San Diego, Raleigh-Durham, Philadelphia, Phoenix and Anchorage. Existing consulates in Miami and San Francisco will be upgraded to consulates general and a network of honorary consuls will be established.

**Client Service**

Having forged strong partnership links and built a large client base, TCI members will continue the work they began in 2002-03 to expand TCI's reach and quality of services. TCI's specific priorities over the next three years include:

► **Establishing new partnerships.**  
To extend its reach to serve the smaller Canadian businesses, TCI will continue to forge stronger connections with chambers of commerce, industry and business associations and economic development offices across Canada.



► **Expanding existing partnerships.**  
TCI will continue to provide direct support to the Regional Trade Networks (RTNs). As a follow-up to the successful hosting of the first National RTN Co-Chairs meeting, TCI and the RTNs will collaborate on initiatives to strengthen RTNs and their ability to serve smaller Canadian businesses.

TCI's partnership with the International Trade Centre in Geneva, Switzerland continues to generate benefits for Canadian businesses. New for 2003-04 will be TCI's access to a new tool, *Interactive TradeMaps*, which provides world-wide trade data.

► **Expanding TCI tools.**  
TCI will continue to enhance its offering of export-readiness tools, market information

2 0 0 3 E X P O R T A W A R D W I N N E R

**VSM MedTech Ltd.**

Located in Vancouver, British Columbia, VSM MedTech develops, manufactures and markets medical devices for the diagnosis and treatment of neurological disorders and cardiovascular diseases. The company has rapidly increased its growth from a start-up with no revenue. Targeting global market opportunities, VSM now sells its commercial products throughout North America, Europe and Asia. [www.vsmmedtech.com](http://www.vsmmedtech.com)

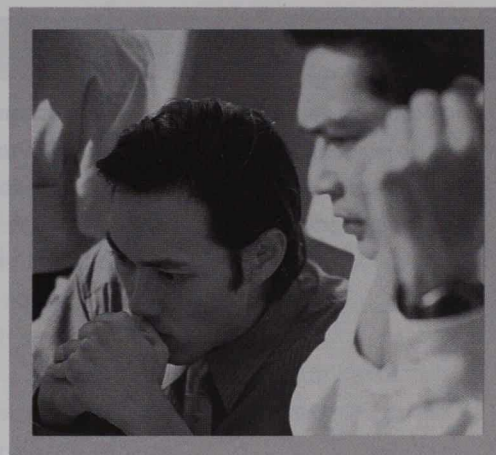
and intelligence, and business development activities. In 2003-04, this will include an updated interactive web-enabled tool for small- and medium-sized enterprises (SMEs) called the *TCI Export Diagnostic*.

- ▶ Identifying innovative ways to reach out to more Canadian businesses.

Continuing its focus on smaller businesses in priority sectors, TCI will emphasize online service delivery options. TCI will also continue to work with the SME Advisory Board, which acts as a voice for the interests of smaller businesses.

- ▶ Continue marketing TCI services across the country.

TCI's web portal **ExportSource.ca** and toll-free **Export Information Service** will continue to provide Canadian businesses with single window access to a full range of trade services, including those available from other levels of government and the private sector.



- ▶ Further enhancing TCI management and administrative practices.

A highly integrated electronic **Client Relationship Management** (eCRM) system will be implemented over the next three years to help TCI members address the rising demand for more complex services. Based on the TCI Performance Measurement Framework, TCI will also continue to develop a comprehensive and consistent approach to performance measurement and reporting with respect to its export capability and preparedness and international market development commitments. TCI's extranet, *InfoPort*, will be used as a foundation information sharing tool.

2 0 0 3 E X P O R T A W A R D W I N N E R

**Extreme CCTV Inc.**

Extreme CCTV is a leading innovator in the design, development and manufacture of security system technological products. With operations in both Europe and North America and sales all over the world, the company is regarded as one of the fastest growing firms in its sector. Since 1997, its number of employees has doubled.  
[www.extremecctv.com](http://www.extremecctv.com)

## DETAILED ACHIEVEMENTS AND PLANS FOR THE FUTURE

### *Export Capability & Preparedness*

Strategic Goal: Increase the number of active exporters in Canada

Strategic Priority	Results in 2002-03
<p>Facilitate access to fully integrated Government of Canada trade services</p>	<p>Through continued expansion of the TCI network and active marketing of TCI products and services, TCI extended its reach to thousands more Canadian businesses across Canada in 2002-03. TCI's website, <b>ExportSource.ca</b>, hosted an average 27,000 visits per month, posting the third straight annual increase over 25 percent. This year, an innovative voice-web service called <b>Talk to Us!</b> was added, whereby an export information specialist can provide users with guidance to the information they seek. At 15,353, calls to TCI's toll-free 1-888 <b>Export Information Service</b> fell slightly for the third consecutive year, in part reflecting a growing preference for online services.</p> <p>TCI's network reached 667, with the identification of 117 new service delivery partners to the existing 350 Canada Business Service Centre partners, 140 embassies and missions abroad, 12 International Trade Centres (ITC), 12 Regional Trade Networks, 13 Trade Team Canada Sectors and about 40 <i>Going Global</i> workshop providers. The increase was due to TCI's new partnership initiative.</p>
<p>Produce relevant, useful information about exporting for Canadian businesses</p>	<p>All TCI information products and tools are available online at <b>ExportSource.ca</b>. At over 26,000 page views in 2002-03, the updated service export-readiness tool <i>Take a World View</i> has proven to be one of TCI's most popular products. The <i>Step-by-Step Guide to Exporting</i>, the <i>Roadmap to Exporting</i> and dozens of country reports are other popular downloads.</p> <p><i>ExportWise</i>, Export Development Canada's quarterly magazine for customers, was distributed to 27,000 subscribers plus another 10,000 recipients at trade shows and missions. The Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) published 21 regular issues and 13 special inserts of <i>CanadExport</i>. Articles were posted to the internet and sent to 8,500 regular e-mail subscribers. Another one million printed copies (about 52,000 per issue) were also distributed.</p> <p>Statistics Canada released new data from the <b>Exporter Registry</b> (1993-2001), providing updated information on the Canadian exporter population.</p> <p>Each year, TCI members individually and collectively offer hundreds of seminars, workshops and other training events to Canadian exporters considering or preparing to export.</p> <p>For example, ITCs served almost 31,800 clients across Canada, delivering some 863 seminars/workshops and supporting over 340 trade missions. Client Surveys showed that these events influenced 62 percent of participants to pursue the market or topic of the event and 51 percent obtained information that would alter the way they export.</p> <p>As well more than 1,400 entrepreneurs benefited from the <i>Going Global</i> workshop training offered by TCI partners in conjunction with Forum for International Trade Training (FITT). More than 90 percent of workshop participants rated the information learned as highly applicable or applicable to their own work.</p>



**Plans for 2003-04 to 2006-07**

In December 2003, the Government of Canada announced the creation of a new Department for International Trade, a new Minister of State (New and Emerging Markets) and its intention to place greater emphasis on support for small business access to markets. It also announced the creation of new Cabinet Committees on global affairs and on Canada-U.S. relations, as well as plans to undertake the development of an integrated international policy framework for diplomacy, defence, development and trade. Clearly, the effectiveness of these changes will hinge on coordinated efforts by ALL Canadian trade stakeholders. As it has for the past six years, TCI will continue to make important contributions in this regard.

Through active marketing and continued expansion of online products and services, TCI seeks to increase the number of visits to **ExportSource.ca** by 25-30 percent for each of the next three years. Given the trend towards greater use of web-based services, more modest increases are envisaged for the **Export Information Service**.

TCI will continue to pursue new partnerships to extend its reach to those "harder-to-reach" smaller businesses lead by youth, Aboriginal and women entrepreneurs, those based in rural communities across Canada and those found in official language minority communities.

TCI will continue to monitor the various tools and requests for information for purposes of identifying new products and titles that can be added to the current selection. Through active marketing, TCI seeks to increase usage of its products by at least 10 percent in each of the next three years. Specifically, the *Roadmap to Exporting* and the *Step-by-Step Guide to Exporting* will be updated and improved as online, interactive tools in 2003-04. A new online *Export Finance Guide* and an updated exporter diagnostic are also planned for release in Fall 2003. Other products slated for the planning period include: a transportation guide for exporters, an exporting to the U.S. guide and updated *Going Global* workshops.

The exporter community continues to express satisfaction with the **Exporter Registry** report. Statistics Canada plans to keep improving the database by adding additional variables in coming years.

Client Service Delivery will be enhanced through professional development efforts for ITC officers across Canada focused on service to new exporters and by strengthening partnerships, especially with and through the Regional Trade Networks.

There are plans to launch online versions of the *Going Global* workshops early in 2003-04, to offer export preparedness training to even more Canadian businesses across the country. Through active marketing and monitoring of client feedback for new topics of interest, TCI seeks to increase demand for workshops by up to 40 percent over the next four years.

2 0 0 3 E X P O R T A W A R D W I N N E R

**Forensic Technology Inc.**

Montreal's Forensic Technology Inc. is dedicated to developing hi-tech solutions to help police officers solve violent crimes. Over 30 countries and territories own and operate FTI's products and the majority of its sales come from abroad. FTI has grown from 54 employees to 260, with sales more than tripling since 1999. [www.fti-ibis.com](http://www.fti-ibis.com)

## Export Capability & Preparedness (continued)

Strategic Goal: Increase the number of active exporters in Canada

Strategic Priority	Results in 2002-03
(continued) Produce relevant, useful information about exporting for Canadian businesses	<p>As part of Canadian Heritage's <b>Trade Routes</b> program, four Cultural Trade Commissioners (CTCs) began serving arts and cultural organizations through the International Trade Centres (ITCs) in Vancouver, Toronto, Halifax and St. John's<sup>1</sup>. This year, the CTCs visited more than 500 companies and organizations, helped more than 120 exporters diversify their markets and forged productive alliances with key cultural network partners. During Prairie Music Week, for example, an American music promoter was engaged to speak to participants about business practices in Los Angeles. In St. John's, the International Women's Film Festival accessed funding to bring in American buyers. In Winnipeg, the Audio Recording Industry Association (MARIA) initiated exporter preparedness workshops for members of the sound recording industry in Manitoba, Alberta and British Columbia.</p> <p>Software for the <b>Canadian Automated Export Declaration</b> (CAED) was released. Through it, exporters can safely modify their records with ease. The number of CAED registrants grew from about 2,500 to 10,000 during the year, driving a four-fold increase in the total number of transactions.</p>

## International Market Development

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2002-03
Help Canadian companies identify and pursue foreign market opportunities	<p>Each year, TCI members provide thousands of Canadian exporters with foreign market and export opportunity information, networking opportunities, as well as troubleshooting advice and guidance on innovative approaches to developing international business. Various TCI members also identify sales leads for Canadian companies, many of which translate into export sales, new partners/suppliers and even new products.</p> <p>At 140 posts abroad, DFAIT's <b>Trade Commissioner Service</b> (TCS) handled almost 39,949 client transactions, including 15,781 market prospect and local company reports, 7,945 key contact searches, 6,230 face-to-face briefings and 1,368 troubleshooting cases. Close to 5,300 clients received market intelligence reports, while another 3,300 were offered support for their market visits. About 350 companies participated in key networking events with foreign buyers and other key contacts.</p> <p>The <b>International Business Opportunities Centre</b> (IBOC) received 6,400 business leads from over 100 posts abroad. This represents a 23 percent annual increase in the number of leads disseminated to over 18,000 small- and medium-sized Canadian companies. Resulting sales included a \$97,000 sale of green and yellow peas to the Philippines, an \$88,000 sale of wave pool equipment to Chile and a \$32,000 sale of automotive brakes to Mexico.</p> <p><b>SourceCAN</b> is Canada's e-marketplace. It offers an e-based service that facilitates trade, identifies domestic and international business opportunities and matches these with potential Canadian suppliers of goods and services. SourceCAN and IBOC are complementary services. Close to 40,000 users were registered with SourceCAN in 2002-03. They received personalized notifications from the 1.6 million business opportunities that are matched annually. Contracts awarded through SourceCAN in 2002-03 amounted to \$80 million.</p>

<sup>1</sup>Last year, cultural officers were co-located in the Winnipeg and Montreal ITCs.



**Plans for 2003-04 to 2006-07**

The CTCs will continue to introduce the full range of TCI services and products to arts and cultural SMEs and will continue to introduce the Virtual Trade Commissioner (VTC) and the **Trade Routes** programs. Additional CTCs will be added as needs are identified. Also through Trade Routes, the East Coast Music Awards and the more recently-developed West Coast Music Awards, will continue to bring buyers and industry professionals from around the world to Canada to participate in market development panels, workshops and business-to-business meetings with a view to promoting Canadian music worldwide.

The number of CAED registrants is expected to surpass 15,000 over the planning period. In 2003-04, real-time CAED data will be made available to the Canada Customs and Revenue Agency (CCRA). When funding becomes available, CAED will be made available via the Internet, further enhancing accessibility for exporters.

**Plans for 2003-04 to 2006-07**

A new electronic **Client Relationship Management** (eCRM) system will be implemented over the next three years to help the posts and other TCI members address the rising demand for more complex services. By streamlining current processes and making better use of the latest in information and communications technologies, eCRM will ensure Canadian exporters are always able to receive the appropriate services on a timely basis.

**IBOC** will continue to work with missions and posts abroad to bring business leads to the attention of Canadian businesses particularly small- and medium-sized enterprises by increasing the awareness and use of its services and by implementing seamless service delivery through the integration of IBOC's e-Leads service with the Virtual Trade Commissioner (VTC).

**SourceCAN** is planning to increase the number of business opportunities offerings to Canadian companies, by adding more opportunity feeds, increasing its language capabilities, instituting an improved client registration system, mounting a marketing campaign and forming additional partnerships. SourceCAN is working on becoming a designated pilot e-Marketplace Community of Interest entity, under the Business Gateway initiative.

2 0 0 3 E X P O R T A W A R D W I N N E R

**BW Technologies Ltd.**

BW Technologies is a world leader in the design, manufacture and marketing of hazardous gas detection equipment. Headquartered in Calgary, Alberta, the company employs more than 300 people worldwide with offices in Australia, the United States, the United Kingdom, China and the Middle East. Last year's sales totalled more than \$50 million. [www.gasmonitors.com](http://www.gasmonitors.com)

## International Market Development

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

### Strategic Priority

### Results in 2002-03

(continued)

Help Canadian companies identify and pursue foreign market opportunities

Sector expertise continues to be strengthened in key markets through targeted training of trade officers and by placing sector-specific trade officers in key posts abroad. This year, for example, Natural Resources Canada placed climate change technology experts in New Delhi, India and Warsaw, Poland, while Canadian Heritage placed cultural trade experts in posts in Los Angeles, New York, London, Paris, and Singapore.

DFAIT's Market Research Centre (MRC) produced 252 new Market Reports, Market Briefs and Country Sector Profiles for the over 16,000 clients registered to receive them through *InfoExport*, the Virtual Trade Commissioner (VTC) and at trade shows and other events. Another 234,000 document downloads were recorded through *InfoExport* and the VTC. As well, the first 17 in a series of sector flyers promoting the export capabilities of key Canadian sectors were distributed worldwide.

DFAIT's International Financing Division participated in 28 trade events across Canada, providing over 1,000 exporters with information about potential business opportunities available through the activities of **International Financial Institutions** (IFIs) around the world. The Division produced a series of web-based factsheets on sources of project financing in 32 countries and the Division's website IFInet saw its number of visitors and free subscribers increase by 40 percent.

With Canadian trade volumes increasing dramatically, the **Client Service Fund** (CSF) was established to help the TCS to meet higher demand for a broader range of more complex trade-related services. Under the CSF, more than 2,000 service improvement projects have been carried out in 115 missions and 13 geographic divisions. Of the Canadian business involved in these initiatives, 56 percent expanded their awareness and knowledge of the foreign business environment.

Canada's regional development agencies – the Atlantic Canada Opportunities Agency (ACOA), Western Economic Diversification (WD), Canada Economic Development for Quebec Regions, and FedNor – delivered TCI services on 1,986 occasions, including over 300 individual export counseling sessions and over 50 export seminars. Under ACOA's new Export Internship for Trade Graduates program, 18 trade graduates were placed with companies throughout the Atlantic region. The program provided recent graduates with valuable hands-on training and companies with much-needed international trade expertise. Under WD's International Trade Personnel Program, over \$2.8 million in support was provided for the hiring of 82 international trade graduates to implement marketing projects on behalf of 77 western Canadian companies. The Canada Economic Development for Quebec Regions supported such key trade events as Saguenay 2000 (Saguenay, Quebec), Projet Silicon Valley (California), Montérégie International (Buffalo), Ingénierie sans frontière (New York), SERDEX international (France) and Réseau Environnement (Montreal). FedNor began implementing a Team Northern Ontario Trade Strategy designed to build export capacity at the local level through the development of a network of community-based trade organizations, the FedNor International Business Centre (trade and tourism), trade missions and a collaborative model for delivery of federal export services with the International Trade Centre in Toronto.

During the year, the Canada Customs and Revenue Agency issued 1,730 new Import/Export Account numbers to Canadian businesses.



**Plans for 2003-04 to 2006-07**

AAFC intends to add 11 new agri-food specialists to strengthen the Trade Commissioner Service's capacity to develop Canada's agriculture, food and seafood business and investment interests in key markets around the world.

DFAIT's MRC will continue to enhance the selection and packaging of market information and intelligence to address identified client needs. To better capture client needs a transactional client survey is planned for the Spring of 2003 and results will be reported annually. To ensure a base level of information across all posts, the MRC will continue to coordinate the production of up to five Country Sector Profiles per post. About 25 new sector flyers will also be added each year, reflecting international market priorities identified annually by the posts, trade and industry associations and others.

DFAIT's International Financing Division will continue to develop new web-based content and marketing material to help Canada's private sector take full advantage of the export and investment opportunities offered by a wide range of financing sources and infrastructure projects in developing and transition economies.

CSF initiatives will continue to be developed and implemented with a view to ensuring better performance management and client service.

Canada's regional development agencies will continue to tailor TCI products and services to the unique needs of emerging exporters in their respective regions. Such services will include trade awareness sessions, one-on-one counseling, conferences, seminars, and trade mentoring/coaching programs and regionally-focused trade missions.

2 0 0 3 E X P O R T A W A R D W I N N E R

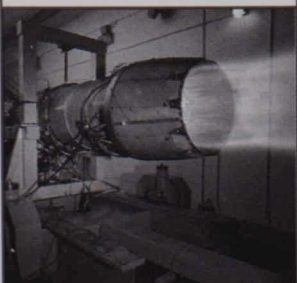
**Blood Tribe Agricultural Project (1991)**

Blood Tribe Agricultural Project (1991) is the largest irrigation operation in western Canada, irrigating approximately 10,000 hectares in the area of the Blood Tribe in Alberta. The operation has brought significant benefits in employment and education to members of the Blood Tribe, and sells its high-quality fibre product to markets in Japan, Korea, Taiwan, the Middle East and the United States. [www.bloodtribe.com](http://www.bloodtribe.com)

## International Market Development (continued)

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2002-03
<p>Help Canadian exporters promote their goods and services abroad through high profile foreign missions</p>	<p>In 2002-03, there were a number of key high-profile trade missions and dozens of smaller missions. A June 2002 Mission to Mexico City and Monterrey attracted 63 business delegates and yielded five new business deals worth close to \$5 million. During the mission, EDC also finalized a \$23 million loan facility to a leading auto sector company in Monterrey. A November 2002 Mission to Africa attracted 104 business delegates and resulted in 24 agreements worth over \$150 million. A \$100 million African Investment Fund was announced to help encourage Canadian investment in Africa. Building on the success of five previous trade missions, ACOA organized two Team Canada Atlantic Missions which attracted 90 Atlantic Canadian firms and featured over 550 meetings with U.S. firms in the New York tri-state area. Almost \$27 million in sales and 103 business leads were generated. ACOA also organized a pan-Atlantic trade mission to the International Boston Seafood Show for eight Atlantic Canada firms. Five of the firms reported short-term sales ranging up to \$500,000. Some 2,500 Canadian SMEs participated in the 22 missions to the U.S. and another 70 information sessions in Canada which took place under the ExportUSA program. Under the New Exporters to Overseas (NEXOS) program, eight Canadian firms participated in SMAU 2002, Italy's leading trade fair. The National Research Council led 31 outgoing technology alliance development missions, while the NRC-Industrial Research Assistance Program participated in 11 outgoing missions involving Canadian SMEs. The increasing global interest in Canadian science and technology was reflected in over 50 high-level incoming missions to Canada. FedNor's Team Northern Ontario Trade Mission to Atlanta attracted 25 participants and yielded new business in the range of \$60 million.</p>
<p>Help Canadian exporters in key priority sectors by supporting their participation in trade fairs and trade-related events around the world</p>	<p>Subsequent to the establishment of the TCI <b>Brand Canada</b> program for global trade shows in fiscal 2001-02, TCI partners used program funds to support the marketing efforts of nearly 700 Canadian exhibitors at over 20 major international trade shows. These initiatives, featuring the use of high tech tools, improved graphics and advertising, sought to give Canadian exporters a competitive edge in an increasingly demanding marketplace. Together, this public/private sector partnership promoted Canada's image as a source of innovative, high-quality goods and services to international buyers from around the globe. Many of the exhibitors attributed initial and projected future sales to these improved marketing efforts in collaboration with TCI partners.</p> <p>Through <b>Trade Team Canada Sector (TTCS)</b> teams, TCI supports Canadian business participation in missions and trade fairs abroad and hosts foreign buyer missions to Canada. Over 80 percent of surveyed participants indicate that these activities help them access new markets and maintain or enhance their presence in foreign markets. Some 10 percent of respondents reported on-site sales in excess of \$500,000, while another 21 percent reported 10 or more strong business leads. A vast majority (94 percent) expected a positive business impact as a result of participating in these initiatives.</p> <p><b>TTC Aerospace and Defence</b> supported over 137 Canadian firms attending key international air and defence shows, including the 2002 Farnborough Air Show (U.K.), Eurosatory 2002 (France) and a series of Special Security Seminars (Ottawa).</p>



**Plans for 2003-04 to 2006-07**

TCI members will continue to support the Prime Minister-led Team Canada Missions and to lead and/or participate in other Trade Missions representing specific regions, trade sectors and client groups. In 2003-04, consultations with key stakeholders will help evaluate past Team Canada Trade Missions with a view to further strengthening the program.

A Team Canada Atlantic mission to Washington is planned for November 2003. Other Atlantic Trade Missions are planned for Norway (aquaculture firms), Sweden and Norway (technology companies) and New York (aquaculture and seafood companies).

Planning for a NEXOS Wireless Mission to Sweden, Denmark and Finland for April 2003 was well underway at the close of the fiscal year. The Mission was expected to draw nine leading Canadian wireless technology companies for a series of pre-arranged meetings and networking opportunities with local carriers, telecommunication companies, wireless technology vendors and prospective partners. NEXOS was also planning a Biotech & IT Convergence Seminar as part of a series of Canada-related events to be held in Stockholm in May 2003. Some 16 Canadian companies and organizations were expected to participate.

A January 2004 Canadian Cultural Trade Forum (CTF) in Paris (France) is expected to draw 150-200 participants from Canada and over 250-300 participants from Europe and Africa. It seeks to increase new business opportunities, partnerships and market access for Canadian cultural industries and reinforce international business networks.

TCI will continue to implement the **Brand Canada** program to support the efforts of over 1,000 exhibitors at more than 35 international trade shows through 2004-05. Action will be taken to seek approval for an extension of the program, using already-established performance measurement criteria, to demonstrate the program's effectiveness and rationale for extending it for another four years.

**TTC Aerospace and Defence** will participate in such high-profile industry events as the Paris Air Show (France), the Aerospace Congress and Exhibition (Canada), DSEi Defence Systems and Equipment International (U.K.), MRO 2004 (U.S.) and Heli Expo 2003 (U.S.).


2 0 0 3 E X P O R T A W A R D W I N N E R

**Diamond Aircraft Industries Inc.**

Diamond Aircraft Industries of London, Ontario, produces hi-tech planes for training and personal use. Diamond's planes are recognized as some of the safest and most efficient in the world. Currently, over 700 Canadian-built Diamond planes are in use in Canada, the United States and Europe. Ninety-five percent of the Canadian production last year was sold outside the country. [www.diamondair.com](http://www.diamondair.com)

## International Market Development (continued)

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2002-03
<p>(continued)            Help Canadian exporters in key priority sectors by supporting their participation in trade fairs and trade-related events around the world</p>	<p><b>TTC Agriculture, Food and Beverages</b> began implementing the new Agricultural Policy Framework, launched last year, aimed at promoting Canada as a global leader in agriculture and agri-food safety, innovation and environmental practices. Throughout the year, over 1,000 Canadian firms participated in trade shows and incoming and outgoing trade missions. Nearly 8,000 leads were reported by Canadian companies participating in agri-food trade shows.</p> <p><b>TTC Automotive</b> supported 90 Canadian companies as they participated in such international trade fairs as the SAE Congress (Detroit), Industry Week 2002 (Las Vegas) and the Canadian International Automotive Show (Toronto).</p> <p><b>TTC Bio-Industries</b> supported the participation of 150 Canadian bio-tech companies and individuals in BIO 2002, the world's largest biotechnology conference in the world. At a biotech leaders' conference called Bio Partnering North America (Vancouver), Canadian companies were also offered an excellent opportunity to achieve international recognition with over 550 delegates and speakers representing over 300 companies from 20 countries around the world.</p> <p>Following a successful performance review initiated by the new Trade Routes program, the former Cultural Trade Advisory Board has now reached the status of a Trade Team Canada Sector (<b>TTC Cultural Goods and Services</b>). The TTC CGS has started to develop comprehensive action plans to ensure smaller arts and culture entrepreneurs are able to fully tap international opportunities. During the year, more than 2,500 Canadian companies participated in a wide range of domestic and international trade events, including the Hot Docs Festival in Toronto and the East Coast Music Association (ECMA) Annual Awards in Halifax.</p>
	<p><b>TTC Electric Power Equipment and Services</b> supported 16 Canadian companies' participation in such international trade events as PowerGen International 2002 (Orlando), the Russia Power 2003 Exhibition and Conference 2003 (Russia), IPPSO Conference/Exhibition (Ontario) and the Canadian Renewal Energy Show and Conference (Toronto).</p> <p><b>TTC Environmental Industries</b> supported dozens of Canadian participants in international trade shows and fairs, including Americana 2003 (Montreal) which boasted over 400 exhibitors and 10,000 participants from 90 countries. Canadian participation in Pollutec 2002 (France), Polek 2002 (Poland), and Enviro-Pro (Mexico) were also supported. Missions to Brazil, Chile, China and Uruguay were supported, as was one incoming mission from the Dominican Republic.</p> <p>Environment Canada organized and participated in such international workshops and conferences as Biotechnology for Environmental Protection and Sustainable Development (India), and Air Quality Monitoring workshops (India and Taiwan).</p> <p>Announced by the Prime Minister during the World Summit on Sustainable Development (WSSD) in South Africa (September 1, 2002), the <b>Sustainable Cities Initiative</b> is now an established initiative. Designed to develop integrated solutions to complex problems caused by rapid urbanization in emerging and developing economies, the SCI was launched as a pilot project in 1999. In the past three years, the SCI has expanded to seven cities and has identified \$3 billion worth of partnerships that will contribute awareness of Canadian technological capabilities in sustainable development and increase Canadian exports of products and services.</p>

**Plans for 2003-04 to 2006-07**

Facilitating Canadian industry awareness of global market demands and opportunities is also key to building markets. The Canadian agriculture and agri-food sector will benefit from AAFC's enhanced in-market trade and investment support, and an improved technical marketing capacity that responds to identified industry needs. This support will be provided through various services to help realize international opportunities, including export preparedness and counselling initiatives, market information and intelligence, and investment promotion. Integrated marketing strategies aimed at targeted geographic markets will also be implemented in partnership with industry.

Having identified the U.S., Mexico, Japan, China, Germany and Korea as key geographic priorities for the planning period, **TTC Automotive** is planning participation in such events as SAE Congress, the Tokyo Motor Show, International BAIKA, an incoming Original Equipment Mission from France, an Aftermarket mission to Mexico, an Original Equipment mission to Germany, and the Industry Week Aftermarket Trade Show.

**TTC Bio-Industries** is planning participation in BIO 2003.

**TTC Cultural Goods and Services** will continue to support and provide information to its members and other arts and cultural entrepreneurs. Both the International Trade Action Plans and the Export Development Action Plans (a summary) for eight sub-sectors within the arts and cultural sector will focus on key geographic market priorities and the priorities for government support to increase the preparedness of business and other organizations to export and to develop markets. TTC CGS is planning to participate in MIDEM 2004 (France).

**TTC Electric Power Equipment and Services** is planning participation in such upcoming events as Powergen International 2003, as well as an incoming mission from Japan's nuclear industry.

**TTC Environmental Industries** is planning a series of trade initiatives in Asia, as well as missions and participation in such upcoming trade events as Poleko (Poland), Enviro-Pro (Mexico), CIEPEC Trade Show (China) and GLOBE 2004 (Vancouver).

Environment Canada is planning to support GLOBE 2004, a leading international environmental trade fair and conference drawing decision makers from across the globe. Environment Canada will continue to organize and participate in international workshops and conferences with a view to raising Canada's profile as a source of world-class technologies, products and services for the environment sector.

Canada will expand the **SCI** up to a total of 17 cities worldwide, establishing an SCI footprint in Africa, Asia and Mexico, while expanding the footprint that exists in South America, Central America and the Caribbean, Eastern Europe and China.


2 0 0 3 E X P O R T A W A R D W I N N E R

**BHP Billiton Diamonds Inc.**

BHP Billiton Diamonds Inc. is part of the BHP Billiton Group, the world's largest diversified resources company. With the opening of its Ekati Diamond Mine, it has become the largest private employer in the Northwest Territories, where it produces almost 4 percent of the world's rough diamond supply. [www.ekati.bhpbilliton.com](http://www.ekati.bhpbilliton.com)

## International Market Development (continued)

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2002-03
<p>(continued) Help Canadian exporters in key priority sectors by supporting their participation in trade fairs and trade-related events around the world</p> 	<p><b>TTC Health Industries</b> supported over 91 participants in such major international trade shows as Medtrade 2002 (Atlanta) and Medica 2002 (Germany), exposing Canadian suppliers to potential buyers from a dozen countries.</p> <p><b>TTC Information and Communication Technologies</b> organized and supported over 1,000 Canadian participants in 62 incoming and outgoing missions, visits, trade fairs, journalist missions and seminars. Key international trade events included EXPO COMM (China), CommunicAsia/BroadcastAsia (Singapore), the Asian Industrial Technology Congress (Hong Kong), the SMAU Trade Show (Italy), CDXPO Trade Show and Conference (Las Vegas), ICT Seminar (Brazil), SIMO ICT Trade Show (Spain), EXPOCOMM (Mexico), CeBIT 2003 (Germany) and the ICT World Forum (Germany).</p> <p>Established last year, the new <b>TTC Oil and Gas Equipment and Services</b> participated in such international trade shows as e-Excitep 2003 and Offshore Technology Conference (Houston).</p> <p><b>TTC Plastics</b> supported 45 companies participating in such international events as Chinaplas 2002 (China), Intrerplas 2002 (U.K.), Plastimagen 2002 (Mexico), and Brasilplast 2003 (Brazil).</p> <p><b>TTC Service Industries</b> supported 70 Canadian companies participating in such international events as the BETTS Trade Show (U.K.), On-line Learning Trade Show (Los Angeles), World Education Market 2002 (Portugal) and a Coastal Tourism Conference (Vancouver) at which over 150 international delegates discussed best practices in Canadian coastal tourism development. A new International Project Development Roadmap (Infrastructure Project) was introduced for the services sector, as well a strategy for an interactive online financing tool was developed.</p> <p><b>TTC Wood Products and Other Building Materials</b> supported Canadian participation in such international trade events as BAU 2003 (Germany), Interbuild 2003 (U.K.), International Builders Show (Las Vegas) and Midwest Builders (Chicago). A number of incoming missions of U.S. buyers were also supported.</p> <p>The Canada Mortgage and Housing Corporation (CMHC) actively supports Canadian businesses in their search for new housing export opportunities in selected, high potential markets such as the U.S., the U.K., China, Japan and Chile. Last year, CMHC supported over \$55 million worth of Canadian exports through such activities as promotional support and training, securing approvals from warranty and regulatory agencies and technical assistance.</p>



**Plans for 2003-04 to 2006-07**

**TTC Health Industries** is planning further participation in Medica 2003.

**TTC Information and Communications Technologies** planned trade shows/missions/events include TieCon 2003 (U.S.), an incoming e-Gov Mission from Brazil, Conip Sao Paulo Congress on e-Gov, a Russia Roadshow in Canada, two incoming e-Gov Missions from Japan, a Cross-Canada IT Seminar on Mexicom, an ICT Wireless Mission to Southeast Asia, the China High Tech Fair (China), TELECOM (Geneva), PT Wireless (China), NASSCOM (India), a Canadian ICT Seminar Series in Japan, the World Summit Information Society (Geneva), ExpoComm 2004 (Mexico), SuperComm 2004 (India), CeBIT 2004 (Germany) and HKII Expo and Conference (Hong Kong).

**TTC Oil and Gas Equipment and Services** is planning for EXITEP 2003 (Mexico), KIOGE 2003 (Russia), as well as the participation of some 200 Canadian companies in the Offshore Technology Conference (Houston).

**TTC Plastics** is planning activities related to the National Plastics Exposition 2003 (Chicago) and Chinaplas 2003 (China), as well as a mission to Mexico.

**TTC Service Industries** is planning further participation in BETTS (U.K.), as well as a strategic partnership initiative with the Mexican Engineering Society.

Having identified priority markets as the U.S., Japan (and North Asia) and Germany (and Western Europe), **TTC Wood Products and Other Building Materials** plans to participate in such upcoming events as Construct Canada, the International Builders' Show (Las Vegas), Pan Expo 2003 (Ireland), and Interzum 2003 (Germany). A seminar on green building requirements in the U.S. is also planned.

Over the next three years, CMHC plans to support contracts in priority countries valued at \$250 million.

2 0 0 3 E X P O R T A W A R D W I N N E R

**Éditions L'artichaut Inc.**

Éditions L'artichaut is a publisher of French-language educational materials based in Rimouski, Quebec. L'artichaut works with local teams to adapt its teaching materials to francophone regions around the world. It has found profitable markets in France, Belgium and Switzerland, and has recently expanded into Senegal and Cameroon.  
[www.artichaut.ca](http://www.artichaut.ca)

## International Market Development (continued)

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2002-03
<p>Help Canadian youth, Aboriginal and women entrepreneurs promote their goods and services abroad by supporting their participation in trade fairs and trade-related events around the world</p>	<p>The <b>Virtual Aboriginal Trade Show (VATS)</b> showcases Aboriginal companies and their products and services, helping strengthen their position in domestic and international markets and to more fully profit from e-commerce opportunities. A recruitment launch took place at the Connecting Aboriginal Canadians (CAC) Forum in Ottawa, March 2003. Canadian Heritage (Trade Routes) leads on the arts and cultural aisle of VATS and has registered 72 companies.</p> <p>For its part, DFAIT worked closely with the Aboriginal International Business Development Committee to spearhead a wide range of outreach activities to encourage a greater export orientation among Aboriginal entrepreneurs. Over 2,000 participants throughout the year attended such events as the AFN-NEXUS National Aboriginal Business Conference and Trade Show (Khanawake), the First Nations Agriculture and Foods Conference: Branding our Future (Prince George), the Council for the Advancement of Native Development Officers (Edmonton), the Native American Business Alliance Convention (Arizona), the Aboriginal Business Summit (Toronto), the Fourth Aboriginal Financial Management and Economic Development Forum (Vancouver) and the Western Aboriginal Business Summit (Saskatoon). Other promotional activities included reprinting the Directory for Aboriginal Exporters due to popular demand, and the production of a special <i>CanadExport</i> Supplement on Aboriginal Exporters.</p> <p>Over 400 individuals and businesses participated in a number of key trade events specifically targeting women entrepreneurs, including Salon d'entrepreneuriat Féminin (St. Jean sur Richelieu), Gala-Femmes des Affaires du Québec (Montreal), a Women in Business Symposium (Charlottetown) and a Newfoundland and Labrador Organization for Women Entrepreneurs Annual Conference (Gander). A trade mission to France and Germany for Women in Digital Media was held in February 2003 and attracted 15 participants.</p> <p>The inaugural Meeting of the Women's International Business Development Committee was held in Ottawa in March 2003. Some 23 members representing 14 federal departments and agencies attended. At the meeting, the Committee compiled an <i>Inventory of Federal Government Programs for Women Business Owners</i> and commissioned a pilot study of federal SME policies to support women business owners in trade. As well, a <i>CanadExport</i> women's supplement entitled <i>Going Global: World Markets for Women Entrepreneurs</i> was published and distributed widely.</p> <p>TCI-supported export marketing courses and outreach activities were attended by over 200 youth participants at the University of Ottawa. Likewise, a trade-related outreach activity attracted 50 youth participants at the University of Toronto. In Western Canada (Edmonton, Calgary, Lethbridge, Red Deer and Slave Lake), trade-related outreach activities attracted some 300 youth. As well, a <i>CanadExport</i> young entrepreneurs supplement called <i>Canada's Young Entrepreneurs: Take on the World</i> was prepared and distributed widely.</p>



**Plans for 2003-04 to 2006-07**

TCI partners will continue to identify opportunities for working together to engage partners through an active campaign aimed at such organizations as Aboriginal business service centres, Chambers of Commerce, trade associations targeting youth and women and educational institutions.

The **Aboriginal International Business Development Committee** will continue to promote and facilitate successful export practices among Aboriginal entrepreneurs through support for and participation in such activities as the World Summit of Indigenous Entrepreneurs, the Council for the Advancement of Native Development Officers National Conference, Nunavut Trade Show, the Nunavut Arts Festival 2003 and National Aboriginal Day.

**Women Entrepreneurs**

TCI products and services will be actively promoted at such key events as Business Beyond the Box: A Women's Enterprise Society of BC-hosted Virtual Conference, the Global Summit of Women 2003, the Organization for Women in International Trade, the Atlantic Women in Business Conference and a Global Banking Alliance for Women event called *Women Trading Globally*.

**Youth Entrepreneurs**


A number of trade events targeting youth are planned, including the 6th National Métis Youth Conference (Ottawa), the Global Youth Summit (Calgary), the International Council for Small Business Development 48th World Conference (Ireland), the Canadian Council for Small Business and Entrepreneurship Annual Event (Vancouver) and an APEC – Young Leaders Forum. As well, export and outreach sessions are planned for Youth Employment Services, Young Entrepreneurs from Quebec, Junior Team Canada and at over 20 universities and colleges across Canada.

A Young Entrepreneurs web site is in the planning stages and will include a calendar of events, success stories of young entrepreneurs, news releases and links to other related web resources.

A NEBS Trade Mission for young entrepreneurs in the cultural industries is also planned.

## International Market Development (continued)

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2002-03
Provide market development funding	<p>Some 647 Canadian companies and 50 trade associations were granted \$19.1 million in financial assistance through the <b>Program for Export Market Development (PEMD)</b>. About \$3.1 million in repayments were received. A 2002 survey of clients revealed a 92 percent rate of satisfaction with PEMD, with about 74 percent of company respondents indicating that PEMD helped increased exposure for the company and its products, establish contacts/networks and find distributors/agents/buyers.</p> <p>Under the <b>Agri-Food Trade Program</b>, \$15.7 million was provided to 68 industry associations for the development of international markets for agriculture, agri-food, food, beverage and seafood products.</p> <p>The <b>Canada Wood Export</b> program is already well-known among the 13 national and 20 provincial Canadian wood export organizations, representing virtually all existing and potential Canadian wood products exporters eligible under the program. Under the Program, eight associations representing more than 1,000 existing and potential exporters were provided with \$2.77 million to support such major projects and initiatives as: Canada wood promotion offices run by industry in Mumbai, India and Shanghai, China; Canadian wood promotion representation in Seoul, South Korea and Taipei, Taiwan; 10 wood market studies; and training 12 Chinese building inspectors in wood frame construction techniques.</p> <p>The Business Development Bank of Canada (BDC) provided support - loans, venture capital and consulting services - to over 21,000 commercially viable small- and medium-sized Canadian businesses and has a total financing portfolio of \$8 billion. BDC's unique and specialized solutions include a single approach for working capital needs to support the development of new products and export markets. BDC Consulting Group delivers specialized export advice to help businesses become export-savvy by assessing global opportunities, increasing production capacity while establishing international trade contacts and conforming to international regulations. BDC's Going Global solution provides a step-by-step approach to exporting that includes practical, authoritative information to help evaluate export potential and readiness.</p> <p>In its first full year of operation, the popularity of the <b>Trade Routes</b> program was such that it was over-subscribed by 3.5 to 1. In addition, trade officers responded to over 675 requests for further information and advice on the program.</p>
	

## Plans for 2003-04 to 2006-07


TCI members will continue to support Canadian exporters through various market development funding programs. A **PEMD** Review is expected to be completed in 2003-04. The objective of the review is to ensure PEMD continues to meet the changing needs and expectations of the Canadian business community and remains relevant in the current international trading environment. The Review will also ensure closer integration with the Trade Commissioner Service and the New Approach.

The **Canada Wood Export** program plans to add five Canada wood promotion offices overseas to increase awareness by importers of Canadian wood products expertise. During 2003-04, Canada Wood will form a partnership with Canada's Super E™ building program in the U.K. and is proposing to increase its presence in China with the addition of an in-country staff member. A demonstration structure for wood frame construction is planned for use at various European trade shows. As well, country-by-country market development strategies will be developed starting in 2003-04. A review of the program is planned for 2004-05, with a full evaluation scheduled for 2006-07.

Business Development Bank of Canada will continue to provide innovative financing and consulting solutions for Canadian entrepreneurs to support them in their productivity enhancement and pursuit of international markets.

## International Market Development (continued)

Strategic Goal: Enhance Canadian competitiveness in specific sectors and markets around the world

Strategic Priority	Results in 2002-03
<p data-bbox="139 325 391 470">Deliver world-class risk management, trade finance and contracting solutions.</p> 	<p data-bbox="451 325 1479 659">Export Development Canada (EDC) offers Canadian exporters trade financing, insurance and bonding services as well as foreign market expertise that help them compete in world markets. In 2002, EDC extended more than \$51 billion in trade finance and risk management services to finance or insure Canadian exports and investments in approximately 180 markets on behalf of over 7,200 Canadian businesses. To improve customer service, EDC has also introduced a number of new trade finance e-business tools, including: online Economic Reports, <i>EXPORT Protect</i> (a self-service tool that allows an exporter to insure a single transaction of up to US\$50,000 against non-payment by foreign buyers) and <i>EXPORT Check</i> (a tool to assess a buyer's credit worthiness and insurability).</p> <p data-bbox="451 702 1458 1108">As Canada's export contracting agency, CCC (the Canadian Commercial Corporation) offers a range of services to improve a Canadian exporter's ability to win international contracts, including: export project promotion support, advice on bid or proposal preparation and submission, assistance with contract structuring and negotiation, as well as contract monitoring and administration. CCC also offers Department of Defence/NASA and International Prime Contractor service packages that provide the exporter's customer with a government-backed guarantee of contract performance. In addition CCC offers Canadian companies access to commercial sources of pre-shipment financing through the Progress Payment Program to successfully execute their export contracts. In 2002-2003 some 1,971 Canadian companies sold more than \$951.7 million in goods and services supported by CCC in 31 countries around the world.</p>

**Plans for 2003-04 to 2006-07**

EDC has set a target of serving 10,000 customers by 2004 by reaching out to new exporters in new ways, supporting existing customers as they strive to increase their exports, and attracting new investors and stakeholders. Over the next three years, for example, EDC will be phasing in *Globex*, an innovative computer application that promises to radically streamline existing underwriting processes, enhance the security of online transactions and accommodate continued growth in e-business.

Having received an increase in its annual appropriation to support ongoing operations, an equity contribution to strengthen the Corporate balance sheet and legislative changes that permit commercial borrowing and service charges, the Canadian Commercial Corporation is poised to expand its reach to even more Canadian exporters.

**Photo credits**

Natural Resources Canada, cover and page 10.

Agriculture and Agri-Food Canada, pages 14, 18.

Canadian Heritage, cover and page 22.

Department of Fisheries and Oceans Canada, page 24.

Images on cover and pages 16 and 26 were provided by  
Investment Partnerships Canada, Industry Canada.