

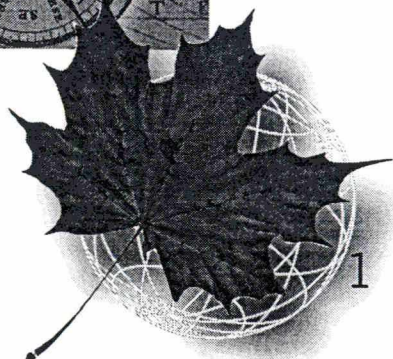


Équipe Canada inc • Team Canada Inc

# ÉQUIPE CANADA INC

RAPPORT SUR LES  
RÉALISATIONS

Canada



1 9 9 8 • 1 9 9 9

LIBRARY E A / BIBLIOTHÈQUE A E



3 5036 01020102 1



80025 75540

## Message du ministre du Commerce international

J'ai le plaisir de présenter, au nom de mes partenaires d'Équipe Canada inc, le troisième rapport annuel au Parlement sur les réalisations du Programme de développement du commerce international du Canada. L'année s'est avérée particulièrement fructueuse. Le commerce canadien a continué d'afficher d'excellents résultats dans le domaine des exportations, en dépit d'une année marquée par des secousses angoissantes sur les marchés mondiaux. En 1998, les exportations canadiennes ont augmenté de 7,4 p. 100 pour atteindre une valeur totale de 368,9 milliards \$, établissant ainsi un nouveau record qui dépasse les résultats escomptés.

En parallèle, notre réseau de promotion du commerce — Équipe Canada inc — continue de se développer. Au cours des 12 derniers mois, Équipe Canada inc s'est élargi au-delà des trois ministères de départ et comprend maintenant 20 ministères et organismes fédéraux. En partenariat avec les provinces et les territoires, Équipe Canada inc fournit un point d'accès unique à tous les services et programmes gouvernementaux conçus pour promouvoir le commerce international.

Cela signifie que le gouvernement canadien est mieux placé que jamais pour offrir, aux entreprises canadiennes, un éventail de programmes et de services complets de promotion du commerce et des investissements. Nous aidons les entreprises, notamment les petites et moyennes entreprises, à avoir accès à une gamme complète de services, qui s'étend de services de formation et d'orientation à des services d'information sur les marchés, en passant par des services de financement des exportations. Grâce à ce partenariat, nous pouvons adopter une approche plus stratégique et accroître la valeur des investissements fédéraux pour aider un plus grand nombre d'entreprises canadiennes à devenir des exportateurs concurrentiels.

Aucune grande économie n'est plus axée sur le commerce que le Canada. À l'heure actuelle, plus de 40 p. 100 de notre produit intérieur brut dépend du commerce à l'exportation, ce qui dépasse le pourcentage des autres pays du G7. C'est pourquoi le Canada a tellement à gagner d'un système commercial international stable et fondé sur des règles. Même si nous avons effectué des progrès en 1998, nous devons maintenir notre fermeté pour que soient mises en place des règles équitables et prévisibles, où le droit — et non pas la puissance — détermine le terrain sur lequel nos exportateurs évoluent. Au fur et à mesure que de nouveaux marchés ouvrent leurs portes, nous devons redoubler d'efforts chez nous pour nous assurer que nos entreprises récoltent les fruits de ces débouchés.

En fin de compte, la principale retombée de notre succès commercial, c'est la création d'emplois. Notre taux de chômage est présentement à son plus bas niveau depuis 1990. L'année dernière, la croissance de l'emploi a atteint des niveaux records jamais enregistrés durant la décennie, avec un total net de 449 000 nouveaux emplois. En outre, plus de 1,4 million net de nouveaux emplois ont été créés depuis 1993.

La croissance des exportations canadiennes contribue non seulement à générer bon nombre de ces emplois, mais exerce également un rôle essentiel dans la création d'emplois à forte concentration de savoir et hautement rémunérés, qui constituent les emplois de demain. Pendant l'année à venir, nous allons poursuivre nos efforts de promotion du commerce et des investissements, en nous concentrant sur les marchés et les secteurs qui offrent les meilleures perspectives d'emplois de haute qualité pour tous les Canadiens.

Sergio Marchi  
Ministre du Commerce international



# TABLE DES MATIÈRES

## **Résumé**

- 1. Stratégie canadienne pour le commerce international** ..... 1
- 2. Résultats commerciaux du Canada en 1998** ..... 3

## **Réalisations de l'année**

### **3. Accès aux marchés**

Accord de libre-échange nord-américain	5
Zone de libre-échange des Amériques	5
Association européenne de libre-échange	5
Union canado-européenne	5
Organisation mondiale du commerce	6
Rapport sur l'accès aux marchés internationaux	6

### **4. Capacités à exporter et état de préparation**

#### *Participation des partenaires à la préparation des exportateurs*

Expansion du réseau d'Équipe Canada inc	6
Secteurs commerciaux d'Équipe Canada	7
Réseaux commerciaux régionaux	7
Forum pour la formation en commerce international	7

#### *Cibler les services nationaux d'Équipe Canada inc*

Centres du commerce international	7
Service amélioré d'information par Internet	7
Programme de promotion du Service des délégués commerciaux	8
Programme de développement des marchés d'exportation (PDME)	8

#### *Élargir la base des exportateurs*

Unité des petites et moyennes entreprises	8
Programme Entreprises Autochtones Canada	8
Nouveaux exportateurs aux États frontaliers	8
Nouveaux exportateurs en Amérique du Sud	8
Programme de formation et de consultation des nouveaux exportateurs	9

## 5. Expansion des marchés internationaux

### *Améliorer les programmes et les services à l'intention des exportateurs*

Société pour l'expansion des exportations .....	9
Corporation commerciale canadienne .....	9
Centre des occasions d'affaires internationales .....	9
Centre d'études de marché .....	9
WIN Exports .....	9
Service d'exportation agroalimentaire .....	9

### *Accroître notre part sur les marchés prioritaires et émergents*

Missions d'Équipe Canada .....	10
Équipe volante .....	10
Plans d'action sur les marchés .....	10
Exportation de produits culturels .....	10
Unité de commercialisation de l'éducation .....	11

### *Redécouvrir le Service des délégués commerciaux*

Accent sur la clientèle .....	11
-------------------------------	----

### *Hommage à l'excellence en exportation*

Prix d'excellence à l'exportation canadienne .....	11
--	----

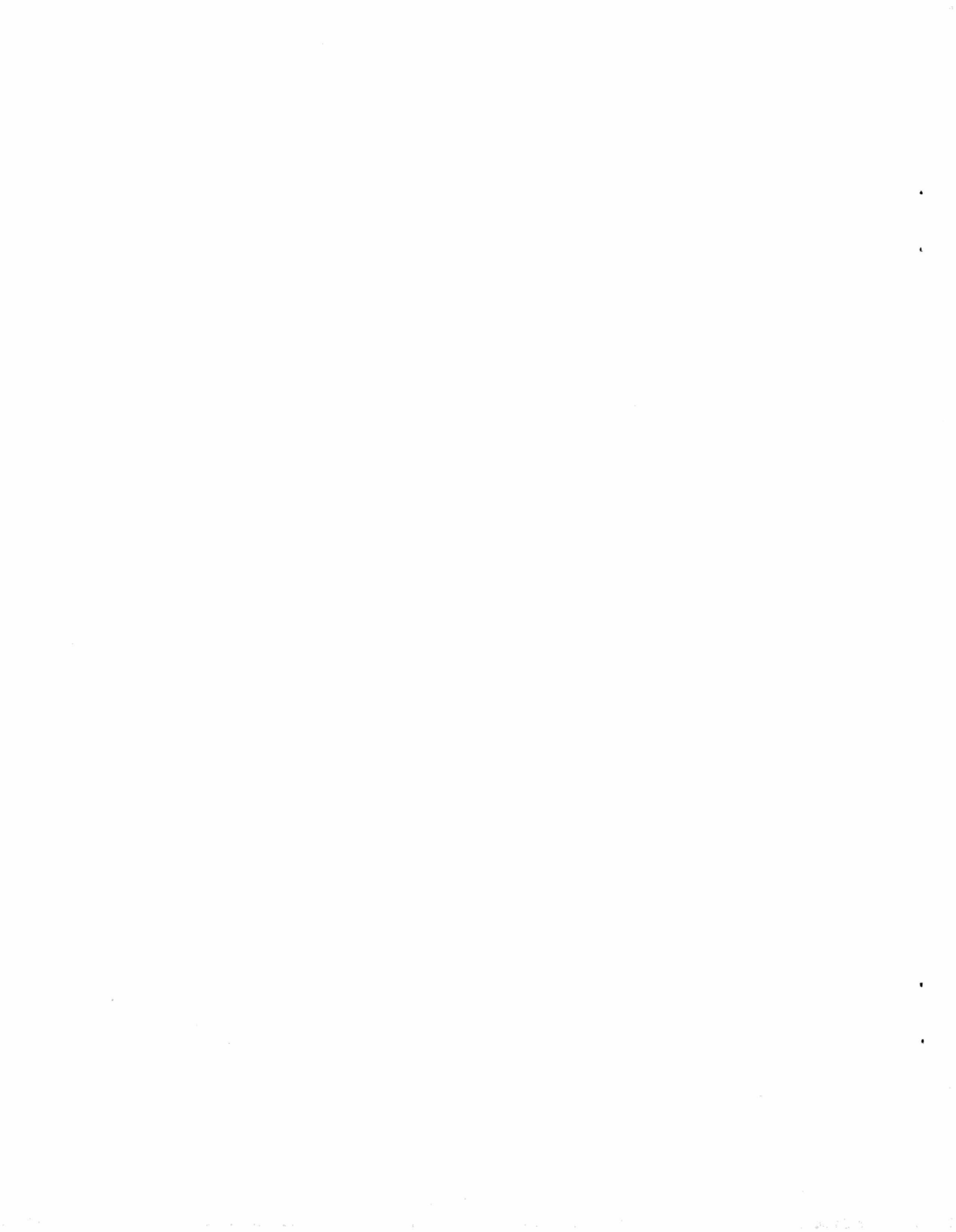
## 6. Promotion des investissements

Forum économique mondial de Davos .....	12
PDME-Investissement .....	12
Étude comparative de KPMG sur le prix de revient dans le monde .....	12
Campagne de jumelage sous-ministres/pays .....	12
Site Web « Investir au Canada » .....	12
Financement à risque .....	13
Investissement canadien direct à l'étranger .....	13
Stratégie d'investissement fédérale/provinciale pour l'agriculture .....	13
Investissements directs étrangers au Canada .....	13

# *Rapport sur les réalisations d'Équipe Canada inc en 1998-1999*

## *Résumé*

- Les exportations canadiennes de produits et services ont atteint une valeur de 368,9 milliards en 1998, ce qui représente presque le double des exportations de 1992.
- L'investissement étranger direct au Canada a atteint 217 milliards \$ en 1998, soit une augmentation de 20,4 milliards \$ par rapport à 1997 et un accroissement de plus de 10 p. 100.
- Cette croissance des exportations a permis de protéger le Canada des effets pernicieux de la « Crise asiatique » et nos exportations vers les États-Unis ont largement compensé la chute des ventes en Asie et dans d'autres marchés émergents.
- La croissance la plus marquée des exportations canadiennes s'est poursuivie dans les secteurs de notre économie qui créent des emplois à forte concentration de savoir et hautement rémunérés (machines et équipement — dont les télécommunications, les aéronefs, les ordinateurs et l'équipement industriel spécial — les produits automobiles et les services.
- Nous avons gagné du terrain en matière de promotion d'un système commercial international réglementé, avec le lancement des négociations de libre-échange des Amériques, dont nous assumons la présidence, et le Canada a préconisé la création d'un groupe de travail spécial sur la société civile.
- Nous avons entrepris des négociations avec l'Association européenne de libre-échange qui devraient aboutir vers la mi-1999.
- Nous avons conclu des accords avec l'Organisation mondiale du commerce pour fournir aux entreprises canadiennes un meilleur accès aux marchés internationaux pour les produits pharmaceutiques et une transparence accrue des réglementations qui affectent nos exportateurs de services.
- Pour la première fois, tous les ministères fédéraux ont participé à l'élaboration du premier Plan d'affaires intégré pour les activités de DCI (accompagné du texte intitulé « Survol »). Ce plan a été publié et posté sur Internet.
- Le réseau de service d'Équipe Canada inc s'est élargi, passant de 3 à 20 membres fédéraux qui offrent des programmes et des services liés au commerce et aux investissements, auxquels on peut avoir accès grâce à un numéro national sans frais (1 888 811-1119) et au site Web ExportSource.
- Un système de « gestion par les résultats » intitulé *Vers de nouveaux horizons* a été mis au point par le Service canadien des délégués commerciaux pour fournir à notre clientèle d'outremer des services semblables à ceux du secteur privé.
- De même, on a atteint un consensus fédéral/provincial au sujet des services essentiels que le réseau d'Équipe Canada inc doit offrir, au Canada, à l'ensemble des exportateurs.
- Selon une étude comparative internationale sur le prix de revient effectuée par KPMG, le Canada se situe encore au premier rang en matière de compétitivité du coût d'exploitation des nouvelles entreprises, par rapport aux États-Unis, à l'Europe et au Japon.





## 1. Stratégie canadienne pour le commerce international

La Stratégie canadienne pour le développement du commerce international (DCI) vise à aider les entreprises canadiennes à bénéficier des débouchés commerciaux internationaux, tout en minimisant les risques liés aux changements rapides de l'économie mondiale. Comme buts principaux, nous visons des taux d'emploi élevés, de hauts salaires et un meilleur niveau de vie pour les Canadiens. Pour les atteindre, le gouvernement canadien a établi quatre objectifs pour ses programmes et services de DCI :

- Devenir le meilleur pays commerçant au monde en améliorant notre compétitivité internationale;
- Faire du Canada le pays de choix pour les investissements en Amérique du Nord;
- Créer des emplois et engendrer la croissance économique au Canada; et
- Faire figure de chef de file dans le dossier de la libéralisation du commerce international.

Pour atteindre ces objectifs, tout en maintenant et en accroissant notre part du commerce international, un groupe de ministères et d'organismes fédéraux offrent des programmes et des services aux entreprises canadiennes pour les aider à relever les six défis suivants :

### **Améliorer l'accès aux marchés**

Le gouvernement doit absolument maintenir et améliorer l'accès prévisible aux marchés étrangers pour les marchandises, les services et les investissements canadiens. Le Canada a déjà négocié un environnement commercial plus libéral et davantage réglementé pour le secteur des affaires, par l'entremise de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), ainsi que d'accords de libre-échange avec le Chili et Israël. Nous mettons ces succès à profit et nous prenons les devants pour renforcer le

cadre du commercial international, pour consolider les intérêts des Canadiens et pour élargir l'accès canadien, en vertu de règles claires et équitables. Parallèlement, nous efforçons de cultiver un consensus autour des politiques commerciales et des programmes de promotion du commerce, dont le Canada a besoin pour maintenir et améliorer le niveau de vie de nos concitoyens sur la scène économique mondiale.

### **Accroître le nombre d'exportateurs**

Au fur et à mesure que notre économie évolue et que le volume de nos exportations continue d'augmenter, le gouvernement canadien fait son possible pour encourager un plus grand nombre d'entreprises canadiennes, et plus particulièrement les petites et moyennes entreprises (PME), à se tourner vers l'exportation de leurs marchandises et de leurs services. Nous renforçons nos programmes et services pour aider les petites entreprises à se préparer au processus d'exportation, surtout dans les secteurs basés sur le savoir et les services. Par exemple, le boom phénoménal que connaissent les transactions en ligne offre aux PME canadiennes une occasion unique de développer le commerce électronique de leurs marchandises et de leurs services. Le nombre de PME canadiennes continue d'augmenter. Les PME susceptibles de se tourner vers l'exportation incluent notamment celles qui sont dirigées par de jeunes entrepreneurs, des immigrants, des Autochtones et des femmes. Par exemple, une étude récemment effectuée indique que, sur le nombre total de PME exportatrices estimé à 86 100, 34 400 sont la propriété exclusive ou conjointe de femmes.

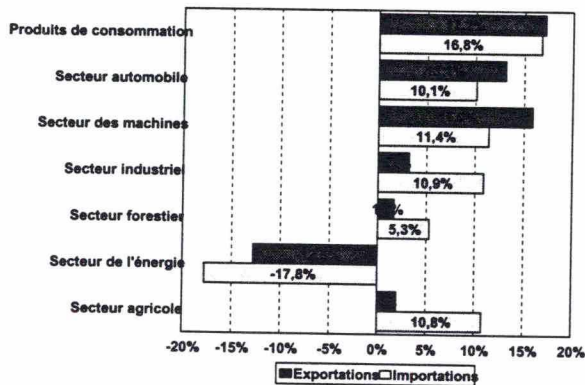
### **Élargir la gamme de marchandises canadiennes à l'exportation**

Afin de continuer de répondre aux besoins des entreprises, le gouvernement canadien est en train d'élargir la gamme des services qu'il offre — en fournissant, par exemple, de l'information précise et des renseignements

commerciaux qui répondent aux besoins particuliers des exportateurs dont les produits et les services sont axés sur le savoir et la technologie. De plus en plus, les exportations sont en train d'abandonner les marchandises au profit des services et les produits primaires, au profit des produits à valeur ajoutée. Le gouvernement est à la recherche de nouveaux partenariats et oeuvre à l'élaboration de programmes et de services innovateurs pour accélérer cette mutation vers les exportations à valeur ajoutée, car ces dernières permettent de créer de nombreux emplois hautement rémunérés et qualifiés.

## EXPORTATION PAR SECTEUR

1998



## Exporter au-delà du marché américain

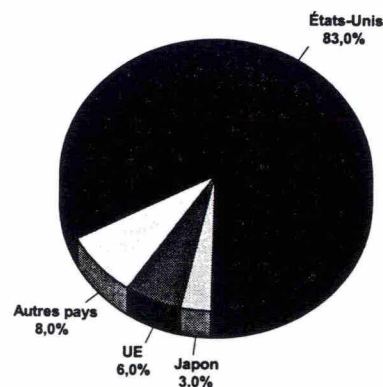
Le Canada achemine plus de 80 p. 100 de ses exportations vers les États-Unis et cette proportion continue d'augmenter, notamment en raison des bons résultats économiques que continuent d'enregistrer les États-Unis. Cependant, les produits et les services canadiens disposent de débouchés fort lucratifs dans d'autres marchés émergents à forte croissance. Le gouvernement canadien fait son possible pour diversifier la base commerciale canadienne en ciblant les marchés à forte croissance, en faisant leur promotion auprès des entreprises canadiennes et en travaillant avec les entreprises prêtes à l'exportation pour tirer parti des occasions qu'ils leur offrent.

## Accroître notre part des investissements mondiaux

Le Canada doit attirer une plus grosse part des investissements directs étrangers (IDE), surtout des investissements directs vers la région de L'ALENA. Les IDE permettent aux entreprises canadiennes d'entreprendre des travaux de recherche et de développement supplémentaires, de présenter de nouveaux produits plus concurrentiels et de créer davantage d'emplois. Bien que le niveau des investissements directs étrangers nets soit honorable, la part canadienne des investissements directs étrangers sur le marché nord américain a chuté, passant de 25 p. 100 à moins de 15 p. 100 depuis 1985. Un des défis auxquels doit faire face le Canada provient de notre image de marque : souvent, on continue de nous percevoir comme une économie axée sur les ressources primaires, même si près des trois quarts de nos exportations sont constitués de produits manufacturés et finis. Le gouvernement canadien s'emploie à rehausser notre image auprès des investisseurs internationaux et à promouvoir la compétitivité de nos coûts par rapport à l'Europe, au Japon et aux États-Unis, plus particulièrement dans le domaine des industries manufacturières et du savoir.

## EXPORTATIONS PAR MARCHÉ

1998



## Exploiter le potentiel des missions d'Équipe Canada

Les missions commerciales d'Équipe Canada constituent un outil efficace pour commercialiser les produits et les services canadiens sur les marchés internationaux à forte croissance et pour faire valoir les avantages canadiens auprès des investisseurs étrangers. Les missions permettent également de sensibiliser les Canadiens au rôle important que joue le commerce dans la création d'emplois et la croissance économique, ainsi de leur faire connaître les succès remportés par les entreprises canadiennes. Dans le but de renforcer la promotion commerciale et d'accroître le volume des exportations de nos produits et de nos services, le gouvernement canadien mise sur ce modèle coopératif et s'emploie à élargir le partenariat entre les secteurs public et privé d'Équipe Canada.

## 2. Résultats commerciaux du Canada en 1998

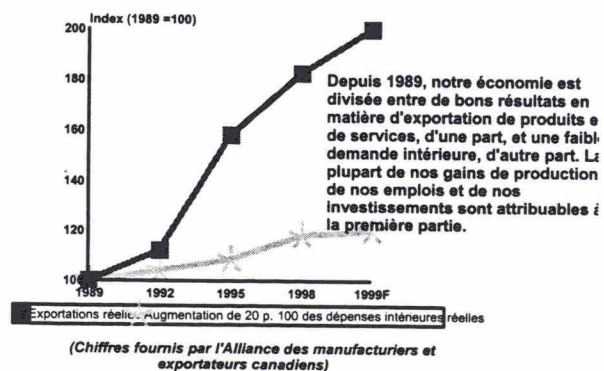
En 1998, les exportateurs canadiens se sont retrouvés à l'avant-scène d'un marché international turbulent. Pourtant, en dépit d'une économie mondiale souvent incertaine, la valeur de notre commerce à l'exportation (produits et services) a continué de croître à un rythme deux fois supérieur à celui de notre économie et se chiffre actuellement à environ 42 p. 100 de notre produit intérieur brut (PIB).

Établissant un nouveau record annuel, les exportations canadiennes se sont chiffrées à 368,9 milliards \$ en 1998, ce qui représente près du double du montant des exportations en 1992 et 24,7 milliards \$, soit 7,2 p. 100 de plus qu'en 1997. Dans l'ensemble, malgré le ralentissement économique qui s'est produit sur certains marchés clés d'Asie et d'Amérique latine, l'excédent commercial enregistré par nos produits et nos services affichait, à la fin de 1998, le montant fort honorable de 10,9 milliards \$.

Les produits manufacturés et finis représentent 74 p. 100 de la valeur totale des exportations canadiennes. Il s'agit notamment de produits de consommation, de produits automobiles, ainsi que de machines et d'équipement, dont les exportations ont enregistré une hausse marquée (17,2 p. 100, 13, 1 p. 100 et 15,9 p. 100 respectivement) par rapport aux chiffres de 1997. Les services représentent 12,3 p. 100 du total de nos exportations. Cette part s'est rapidement accrue au cours des 10 dernières années, notamment dans le domaine des télécommunications, des services financiers, du transfert de technologie, de l'ingénierie et de l'architecture.

L'industrie agroalimentaire canadienne, qui représente environ 9 p. 100 de notre PIB, a exporté des produits pour une valeur totale de 21 milliards \$ en 1998. Cette somme représente environ 3 p. 100 du commerce agroalimentaire mondial. Stimulée par les succès remportés jusqu'à date, l'industrie agroalimentaire canadienne a comme objectif d'atteindre la barre des 4 p. 100 de la valeur des exportations agricoles et agroalimentaires mondiales, d'ici l'an 2005, et d'inverser le rapport entre les exportations de produits primaires et de produits finis pour le faire passer de 60/40 en 1996 à 40/60, d'ici l'an 2005.

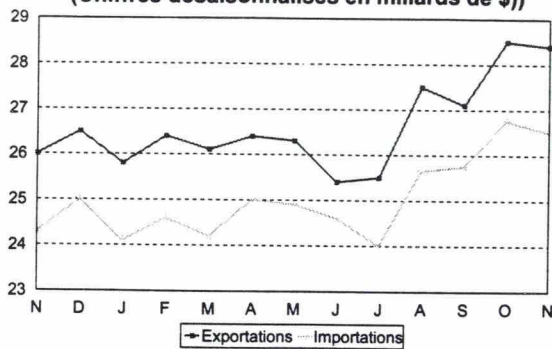
### DEUX ÉCONOMIES



## COMMERCE EXTÉRIEUR CANADIEN

1997-98

(Chiffres désaisonnalisés en milliards de \$)



La performance des exportations canadiennes provient, en grande partie, de la compétitivité de nos produits et de nos services sur un marché en particulier, celui des États-Unis.

Bien que le Canadiens continuent d'explorer de nouveaux marchés, les États-Unis demeurent notre plus important marché étranger en 1998 et notre plus important marché en termes de croissance des exportations. Nous jouissons du meilleur accès qui soit à l'économie la plus prospère du monde.

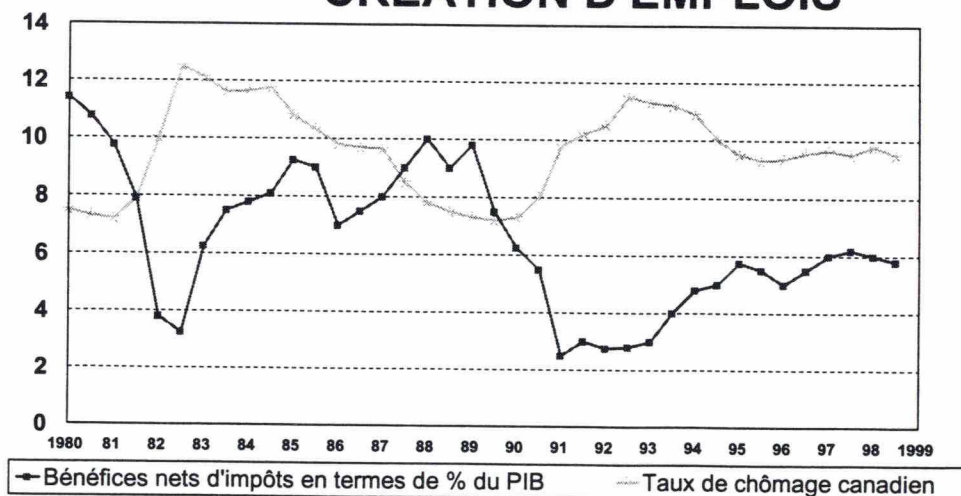
La valeur des exportations canadiennes vers les États-Unis a enregistré une hausse de

11,2 p. 100 pour atteindre un chiffre record de 270,6 milliards \$ l'année dernière, ce qui a généré un excédent commercial avec les États-Unis de 36,4 milliards \$, soit 11,7 p. 100 de plus qu'en 1997. Le Canada exporte 83 p. 100 de ses marchandises aux États-Unis ou via les États-Unis, et l'augmentation de nos ventes chez nos voisins ont largement compensé la chute des ventes en Asie et sur d'autres marchés émergents.

Les bons résultats enregistrés par les exportations canadiennes se traduisent par des emplois créés dans tout le Canada. La vente de nos produits et de nos services à travers le monde nous permet non seulement d'accroître notre prospérité et d'améliorer notre niveau de vie dans l'ensemble, mais aussi de créer davantage d'emplois mieux rémunérés pour nos travailleurs. Sur environ 1,4 million net d'emplois créés depuis 1993, près de deux emplois sur cinq sont reliés aux exportations.

À l'heure actuelle, l'emploi de 3 millions de travailleurs canadiens provient directement des marchés étrangers. Une étude effectuée par le gouvernement canadien en 1997 indique que des exportations d'une valeur de 1 milliard \$ permettent d'alimenter environ 11 000 emplois.

## BÉNÉFICES ALIMENTANT LA CRÉATION D'EMPLOIS



(Chiffres fournis par l'Alliance des manufacturiers et exportateurs du Canada)

## Réalisations de l'année

### 3. Accès aux marchés

#### *Négocier des accords commerciaux et améliorer l'accès aux marchés*

- La performance commerciale du Canada indique que les cinq premières années d'application de l'**Accord de libre-échange nord-américain (ALENA)** ont été un immense succès. Cet accord a joué un rôle moteur dans la croissance du commerce, des investissements et de l'emploi au Canada.
- La valeur des exportations de marchandises canadiennes vers les États Unis a augmenté d'environ 80 p. 100 depuis que L'ALENA est entré en vigueur et a atteint la barre des 271 milliards \$ en 1998.
- Depuis l'entrée en vigueur de l'ALENA, la valeur des exportations canadiennes vers le Mexique a augmenté de quelque 65 p. 100, pour atteindre 1,36 milliard \$ en 1998.
- Les investissements étrangers provenant de nos partenaires de l'ALENA ont également enregistré une hausse au cours des quatre dernières années. En 1997, les IDE en provenance des États-Unis ont totalisé 130 milliards \$ (soit 44 p. 100 de plus qu'en 1993, année ayant précédé l'ALENA), tandis que ceux en provenance du Mexique ont atteint 223 millions (soit 45 p. 100 de plus qu'en 1993).
- La croissance enregistrée par les exportations canadiennes vers nos partenaires de L'ALENA en 1998 a largement compensé le déclin des exportations canadiennes vers le Japon et les pays en voie de développement.
- À titre de président pendant les 18 premiers mois des négociations de la **Zone de libre-échange des Amériques (ZLEA)** depuis leur lancement en avril 1998, le Canada a veillé à ce que les négociations prennent un bon départ. Les pays se sont mis d'accord pour promouvoir l'agenda de facilitation des échanges et la phase initiale du dossier sur les formalités douanières est sur la bonne voie. Le Canada sera l'hôte de la prochaine réunion ministérielle qui se tiendra à Toronto en novembre 1999.
- Le 9 octobre 1998, le Canada a entrepris des négociations avec certains pays de l'**Association européenne de libre-échange (AELE)**, à savoir la Norvège, la Suisse, l'Islande et le Liechtenstein. Depuis lors, trois séances de négociations ont été organisées et on s'attend à ce que ces négociations se concluent vers la mi-1999.
- Lors du Sommet canado-européen du 17 décembre 1998, le Canada et l'Union européenne ont signé les trois accords suivants et modifié un accord existant :
  - a) L'**Accord de coopération en recherche nucléaire**, qui fournit aux chercheurs un accès mutuel aux projets de recherche en cours au Canada et au sein de l'Union européenne sur l'utilisation pacifique de l'énergie nucléaire.
  - b) L'**Accord de reconnaissance mutuelle sur l'évaluation de la conformité**, qui veille à ce que les produits approuvés par les autorités du pays exportateur soient acceptés par les exigences réglementaires des pays importateurs dans quatre secteurs (matériel de télécommunications et compatibilité électromagnétique; bateaux de plaisance; équipement médical et pratiques de fabrication de produits pharmaceutiques; et sécurité électrique).
  - c) L'**Accord vétérinaire entre le Canada et l'UE**, qui couvre le commerce bilatéral

des animaux, des produits animaux, du poisson et des produits de la pêche, et qui prévoit une éventuelle reconnaissance mutuelle des mesures sanitaires.

d) L'Accord de 1995 entre le Canada et la CE sur la coopération scientifique et technologique a été modifié afin qu'il couvre tous les secteurs, y compris celui de la biotechnologie.

- En 1998, le Canada a travaillé en collaboration avec d'autres membres de l'Accord de l'OMC relatif à l'élimination des droits imposés sur certains produits pharmaceutiques en vue d'étendre le concept de commerce en franchise à un plus grand nombre de produits, dont les intrants. Ces efforts ont été fructueux puisque 639 nouveaux produits ont été ajoutés à la liste, dont l'entrée en vigueur est prévue pour le 1<sup>er</sup> juillet 1999.
- En décembre 1998, le Conseil de l'OMC pour le commerce des services a adopté les **Disciplines sur les réglementations nationales dans le secteur comptable**. Il s'agit du premier pas vers l'établissement de disciplines sur les réglementations nationales des services dans le cadre de l'Accord sur le commerce des services.
- En 1998, le gouvernement a publié son second **rapport annuel sur les priorités d'accès aux marchés internationaux**. Ce rapport indique les grandes lignes des priorités pour améliorer l'accès des entreprises canadiennes aux marchés internationaux. Il décrit comment le Canada a l'intention de poursuivre ses efforts dans le but d'améliorer l'accès aux marchés clés de ses produits, de ses services et de ses investissements.

#### 4. Capacités à exporter et état de préparation

##### *Participation des partenaires à la préparation des exportateurs*

- Après son lancement officiel par les ministres Marchi, Manley et Vanclief en octobre 1997, Équipe Canada inc a fêté sa première année d'existence en 1998. Misant sur l'esprit de partenariat qui fut le pilier des succès remportés par les missions commerciales d'Équipe Canada, le réseau de partenariats d'Équipe Canada inc s'est élargi en 1998 et comprend maintenant les 20 ministères et organismes fédéraux suivants :
  - Affaires étrangères et Commerce international
  - Industrie Canada
  - Agriculture et Agroalimentaire Canada
  - Statistique Canada
  - Diversification de l'Économie de l'Ouest
  - Environnement Canada
  - l'Agence de promotion économique du Canada atlantique
  - Revenu Canada
  - l'Agence de développement économique Canada pour les régions du Québec
  - Patrimoine Canada
  - Affaires indiennes et du Nord canadien
  - Transport Canada
  - la Société Canada Commercial
  - Ressources naturelles Canada
  - la Société pour l'expansion des exportations
  - l'ACDI
  - la Société canadienne d'hypothèque et de logement
  - le Conseil national de recherches du Canada
  - Développement des ressources humaines
  - le Conseil national des produits agricoles

- En 1998, Industrie Canada et ses partenaires ont perfectionné et revitalisé les équipes sectorielles nationales pour qu'elles se concentrent sur les 12 **secteurs commerciaux d'Équipe Canada (SCEC)** hautement performants. Par l'entremise de ces SCEC, le gouvernement et l'industrie ont travaillé de concert avec les postes à l'étranger pour concevoir et mettre sur pied des centaines d'activités de promotion du commerce dans les marchés clés pour le Canada.
- Entamant leur quatrième année d'activité, les **réseaux commerciaux régionaux** s'occupent de normaliser la livraison de services dans le domaine du commerce et des exportations en établissant des liens à l'échelle locale entre les ministères et les organismes fédéraux, d'une part, et le secteur privé d'autre part. Le travail de ces réseaux est basé sur des plans triennaux. Cette année, l'une de leurs réalisations les plus notables a été d'établir un consensus fédéral/provincial sur l'élaboration d'un cadre national portant sur cinq grands secteurs de services : l'information générale, le perfectionnement des compétences, l'orientation en matière d'exportations, la pénétration de marchés et le financement du commerce.
- Depuis janvier 1998, le **Forum pour la formation en commerce international (FFCI)** a octroyé à 40 personnes la seule certification professionnelle en commerce international, celle de Professionnel agréé en commerce international (P.A.C.I.); le Forum a converti son programme de base de formation en commerce international, formation FFCI, de manière à ce qu'on puisse y avoir accès en ligne et, depuis 1992, il a formé plus de 4 500 personnes dans le domaine du commerce international.

### *Cibler les services nationaux d'Équipe Canada inc*

- **Les centres du commerce international (CCI)** établis dans tout le pays ont joué un rôle clé pour établir des réseaux commerciaux régionaux pour le développement de produits et de services. Les CCI ont travaillé de concert avec les bureaux canadiens à l'étranger pour parrainer 72 missions étrangères et à l'étranger et ont ciblé des PME en participant à des « foires info » fédérales. Les bureaux régionaux ont facilité 71 missions de promotion d'ambassadeurs et de délégués commerciaux et ont organisé une vaste gamme de missions de nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF) — en tout 55 missions auxquelles ont participé plus de 360 entreprises.
- Équipe Canada inc a continué de perfectionner les outils d'accès aux services offerts aux exportateurs :

**ExportSource** (<http://exportsource.gc.ca>) — il s'agit du produit Internet d'Équipe Canada inc qui constitue le point central des programmes fédéraux en ligne pour la promotion du commerce international. En 1998, le site ExportSource, dont les liens sont désormais accessibles à 20 CCI partenaires fédéraux, a renforcé ses capacités de recherche et a reçu plus de 190 000 visiteurs l'an passé.

- **Le numéro national 1 888 811-1119**, offert par les 12 centres de services aux entreprises canadiennes, permet aux demandeurs de rejoindre le Service d'information sur les exportations d'Équipe Canada inc ainsi que d'autres fournisseurs de services de commerce international affiliés à Équipe Canada inc dans tout le pays. Le numéro national sans frais a reçu 9 700 appels en 1998. De plus, le service 1 888 a commencé à aiguiller les exportateurs transmis par des

bureaux à l'étranger vers des fournisseurs de services canadiens.

- Le **Programme de promotion du Service des délégués commerciaux**, une initiative de sensibilisation des exportateurs canadiens, envoie les délégués commerciaux des ambassades du Canada visiter de petites localités canadienne dans le but d'informer les entreprises et les médias locaux sur les débouchés à l'exportation. En 1998, 130 délégués commerciaux ont ainsi rencontré quelque 950 entreprises dans 110 localités canadiennes.
- Le **Programme de développement des marchés d'exportation (PDME)** offre, aux associations commerciales ou industrielles, une aide financière basée sur un système de réciprocité, afin de promouvoir des activités d'exportation additionnelles. En 1998, 48 associations ont utilisé ce programme pour financer des activités telles que la participation à des foires commerciales, la création de sites Web ou la réalisation de cassettes vidéos promotionnelles.

### *Élargir la base des exportateurs*

- L'**Unité des petites et moyennes entreprises (PME)** nouvellement mise sur pied continue d'adapter les services de promotion commerciale aux besoins des PME et à ceux de segments spécifiques du marché des PME, dont les femmes, les Autochtones et les jeunes entrepreneurs. En 1998, l'Unité des PME a :
  - établi un groupe de travail chargé de conseiller le ministre du Commerce international en ce qui a trait aux dossiers du développement commercial des PME;
  - coordonné l'étude de la Coalition des femmes d'affaires pour la recherche commerciale, étude intitulée *Par-delà les*

*frontières : les femmes d'affaires canadiennes et le commerce international;*

- mené à bien l'élaboration d'une stratégie de développement du commerce international pour les entreprises autochtones qui entrera en vigueur en avril 1999;
- piloté des missions commerciales de Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF) axées sur les jeunes.
- Le **Programme Entreprises Autochtones Canada** a fourni 6,6 millions \$ pour financer 296 projets d'entreprises. Les séminaires sur le commerce de l'art ont remporté un franc succès et des missions commerciales ont été envoyées aux principales foires internationales d'artisanat et d'articles cadeaux. Les clients autochtones font de plus en plus appel aux programmes gouvernementaux de DCI et les créneaux du marché interautochtones sont à l'étude.
- Le programme **Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF)** a fourni à 1 000 PME canadiennes une expérience directe dans le domaine de l'exportation par l'intermédiaire de missions NEEF ou NEEF/Plus auprès d'un des consulats canadiens aux États-Unis. Par ailleurs, 500 PME canadiennes supplémentaires ont participé au programme Reverse NEEF qui invite des experts commerciaux au Canada pour qu'ils initient les entreprises novices aux rudiments de l'exportation.
- En 1998, on a mis sur pied le programme **Nouveaux exportateurs en Amérique du Sud (NEXSA)** pour présenter, dans le cadre de missions de cinq jours, les marchés sud américains aux entreprises prêtes à exporter. Le NEXSA, qui cible les PME, aborde les missions commerciales sous un angle nouveau en offrant aux participants une formation et une préparation au Canada, puis un programme individualisé de rendez-vous



étalés sur cinq jours. Les secteurs qui seront ciblés en 1999 sont ceux des matières plastiques, du meuble, de l'extraction minière, du pétrole et du gaz, des technologies de l'information et des télécommunications.

- Le **Programme de formation et de consultation des nouveaux exportateurs (NEXPRO)** a été conçu par la Banque de développement du Canada pour venir en aide aux propriétaires et aux dirigeants de petites entreprises qui ne possèdent pas les connaissances et l'expérience nécessaires pour exporter en toute confiance. En 1998-1999, 840 gens d'affaires ont suivi les séances de formation offertes par l'intermédiaire de 22 projets NEXPRO.

## 5. Expansion des marchés internationaux

### *Améliorer les programmes et les services à l'intention des exportateurs*

- La **Société pour l'expansion des exportations (SEE)** est la seule institution financière canadienne qui soit exclusivement dédiée au financement des activités d'exportation et à la prestation de services de gestion des risques à l'intention des exportateurs et des investisseurs canadiens. La Société vient en aide à des entreprises canadiennes dont les activités s'étendent à 200 pays. En 1998, plus de 4 100 exportateurs canadiens se sont adressés à la SEE pour obtenir des services de financement et ils ont conclu des ventes et investi des capitaux pour une valeur totale de 34,7 milliards \$, dans 155 pays. Près de 90 p. 100 des clients de la SEE sont des PME.
- La **Corporation commerciale canadienne (CCC)**, agence spécialisée dans la vente à l'exportation, offre aux exportateurs canadiens des conseils et de l'aide leur permettant de conclure des ventes dans les marchés difficiles. Son expertise en matière de contrats est particulièrement utile pour cibler les gouvernements étrangers et les organismes internationaux. En 1997-1998, la CCC a travaillé aux côtés de plus de 1 750 entreprises, dont 75 p. 100 étaient des PME, et a conclu des ventes dont la valeur est estimée à 1,02 milliard \$, dans 48 pays.
- Le **Centre des occasions d'affaires internationales (COAI)** a fourni à d'éventuels fournisseurs de services canadiens le nom de clients potentiels du monde entier. Jusqu'à présent, le Centre a contacté plus de 15 000 entreprises canadiennes, dont environ 75 p. 100 sont des PME. La valeur contractuelle des exportations fructueuses va de 10 000 \$ à plus de 1 million \$. Ces ventes constituent de véritables ouvertures et débouchent souvent sur d'autres exportations.
- En 1998, le **Centre d'études de marché** a réalisé quelque 250 études de marchés sectoriels qui ont permis d'identifier des débouchés précis de produits et de services sur des marchés clés situés outremer.
- **WIN Exports** est la base de données de gestion de la clientèle du Service des délégués commerciaux (SDC) et d'Équipe Canada inc. Depuis 1998, cette base de données est disponible en ligne, ce qui permet aux agents de commerce gouvernementaux du monde entier d'avoir accès en direct aux renseignements les plus récents sur les exportateurs. Pour la première fois, le SDC sera intégralement « réseauté » pour partager ces informations avec toutes les missions et les micromissions. Aujourd'hui, plus de 40 000 exportateurs canadiens sont inscrits à WIN Exports.
- Le **Service d'exportation agroalimentaire (SEA)**, qui est l'aile agroalimentaire d'Équipe

Canada inc, offre une vaste gamme de services destinés aux exportateurs, qu'ils soient potentiels, novices ou expérimentés. *SEA en ligne* (<http://atn-riac.agr.ca>), qui est un service électronique intégré au site Internet d'ExportSource, relie les usagers aux renseignements sur les marchés, aux statistiques, aux débouchés commerciaux, etc. En 1998, *SEA En ligne* a reçu en moyenne 1 900 visites par jour, ce qui équivaut dans l'année à un total supérieur à 620 000.

### ***Accroître notre part sur les marchés prioritaires et émergents***

- **Les missions d'Équipe Canada**, dirigées par le Premier Ministre et ses homologues provinciaux, représentent la pierre angulaire de l'approche d'Équipe Canada en matière d'expansion des marchés internationaux. La cinquième mission d'Équipe Canada en Europe de l'Est, qui avait été prévue pour janvier 1999, a été remplacée par une visite officielle bilatérale en Pologne et en Ukraine. Les entretiens commerciaux qui constituaient la raison principale du voyage du Premier Ministre, ont remporté un franc succès. Au total, 93 entreprises et 114 représentants ont participé à la mission en Pologne, laquelle a débouché sur la signature de 38 contrats dont la valeur est estimée à 132 millions \$. En Ukraine, 124 entreprises et 150 gens d'affaires ont signé 18 contrats d'une valeur estimée à 163 millions \$.
- L'année 1998 a marqué la deuxième année d'existence de l'**Équipe volante** d'intervention rapide que les délégués commerciaux ont mis sur pied pour promouvoir les nouveaux débouchés commerciaux découlant des missions d'Équipe Canada, des accords de libre-échange et des fluctuations sur les marchés. Dans le passé, les agents de l'Équipe volante ont été envoyés pendant six mois à Beijing, à Sao Paulo, à Buenos Aires, à Santiago, à Mexico et à Almaty.
- En 1998, on a créé de **nouveaux postes commerciaux** à l'étranger dans le but d'établir un rapport de 70/30 entre le terrain et les bureaux principaux d'ici l'an 2006. Au total, sept nouveaux postes ont été créés en Chine, aux États-Unis, aux Philippines et au Panama.
- **Des Plans d'action sur les marchés émergents dans le secteur agroalimentaire** ont été mis au point en collaboration avec les provinces pour les marchés de Singapour, des Philippines, de la Russie et de la Colombie. Les plans en question établissent une approche ciblée et stratégique en matière d'expansion des marchés d'exportation et ont été remis aux ministres de l'Agriculture fédéral et provinciaux en juillet 1998.
- **Huit plans d'action sur les marchés stratégiques** (États-Unis, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique, Taiwan, Union européenne et Chine/Hong Kong) sont entrés en vigueur en 1998. Ces plans ont été élaborés par des représentants fédéraux et provinciaux pour mieux coordonner les efforts d'expansion de marchés et les dépenses effectuées par les deux paliers de gouvernement dans ces marchés.
- Depuis qu'il s'est joint au réseau d'EC inc en septembre 1998, le **ministère du Patrimoine canadien** a créé :
  - un site Internet pour les investissements et le commerce lié à ExportSource;
  - des profils de commerce culturel pour neuf marchés (qui seront diffusés sur le site Internet du Ministère en juillet 1999); et
  - une liste de marchés cibles pour les exportations et de produits et services culturels qui, sur consultation du secteur

privé, seront utilisés pour orienter les activités d'expansion du commerce international.

- Le 1<sup>er</sup> septembre 1998, une **Unité de commercialisation de l'éducation** a été spécialement mise sur pied pour accroître les capacités canadiennes d'exporter des produits et des services d'éducation et de formation dans les créneaux tels que celui des technologies d'apprentissage à distance, des contrats d'approvisionnement multilatéral financés par les banques, de l'embauche des étudiants, ainsi que de la recherche et du développement. Jusqu'à ce jour, l'Unité a :
  - lancé un site Web amélioré intitulé *Commercialisation de l'éducation canadienne*;
  - établi le Centre d'apprentissage à Kiev, en Ukraine, pendant la visite officielle du Premier Ministre, en janvier 1999; et
  - créé, en octobre 1998, un Conseil consultatif sur la commercialisation de l'éducation.

### ***Redécouvrir le Service des délégués commerciaux (SDC)***

- **Accent sur la clientèle**

L'an dernier, le Service des délégués commerciaux (SDC) a complété ses efforts soutenus de renouvellement basés sur l'évaluation et l'amélioration de la qualité de ses services. Ces efforts ont mené à ce que l'on a intitulé « Vers de nouveaux horizons » et ils visent à fournir aux clients de base — les entreprises canadiennes prêtes à exporter — davantage de services semblables à ceux du secteur privé.

- **Réalisations**

Des séances de réflexion auxquelles ont participé plus de 250 entreprises et

associations industrielles ont été organisées autour (a) des services du SDC et (b) des besoins de la clientèle en matière d'expansion et de pénétration des marchés étrangers. Pour la première fois, le SDC a :

- publié une liste de services disponibles dans tous les bureaux internationaux et qui vise à informer les clients sur la façon dont les délégués commerciaux peuvent leur venir en aide pour s'implanter sur les marchés internationaux;
- mis au point un mécanisme de rétroaction pour les clients et les agents commerciaux basé sur des sondages annuels exhaustifs visant à mesurer l'influence qu'exercent les services du SDC et, à partir de là, à améliorer la qualité.

Des programmes complets d'information et de formation sont offerts depuis le début de 1999 et ils ont pour but de veiller à ce que le SDC et ses partenaires appliquent l'Initiative d'évaluation du rendement.

### ***Hommage à l'excellence en exportation***

- Chaque année, le ministre du Commerce international décerne des Prix d'excellence à l'exportation canadienne aux exportateurs canadiens qui se sont distingués par leurs réalisations. Les lauréats sont sélectionnés par un comité de pairs représentant toutes les régions du pays. Les dix lauréats de 1998 ont été honorés lors d'une cérémonie de remise des prix qui a eu lieu à Calgary, en octobre dernier. Les commanditaires du programme ont également attribué à trois lauréats les prix spéciaux suivants : le Prix succès en création d'emploi de la CIBC, le Prix succès pour petit entrepreneur de la SEE et le Prix succès pour innovation et progrès technologiques des Services de communication de Téléglobe Inc. Le programme des **Prix d'excellence à l'exportation canadienne** rend hommage aux champions de l'exportation canadienne et

montre aux nouveaux exportateurs l'importance du rôle que jouent les exportations dans le domaine de l'emploi et de la croissance économique au Canada.

## 6. Promotion des investissements

- Cette année, sous la direction du Premier Ministre et des ministres du Commerce international, Sergio Marchi, et de l'Industrie, John Manley, le Canada a participé à la réunion annuelle du **Forum économique mondial** qui s'est tenue à Davos, en Suisse du 28 janvier au 2 février 1999. Cet événement a fourni une belle occasion de faire la promotion, auprès des leaders internationaux du milieu des affaires, des bonnes performances économiques du Canada et des avantages concurrentiels en matière d'investissements que nous offrons.
- Le programme **PDME-Investissement** a été lancé par le ministre Marchi à Ottawa, le 13 janvier 1999. Ce programme a été conçu pour permettre aux collectivités canadienne d'attirer les investisseurs étrangers. Il investit 5 millions \$ par an dans les partenariats entre le secteur public et le secteur privé à l'échelle locale, et le gouvernement fédéral finance jusqu'à 50 p. 100 des coûts des initiatives individuelles dans les domaines tels que la formation, le développement de bases de données, la recherche et la production de documents de commercialisation. Le programme en question a pour but d'améliorer l'état de préparation des collectivités canadiennes face aux investissements et à promouvoir l'excellence d'initiatives locales visant à attirer les investissements.
- **L'Étude comparative de KPMG sur le prix de revient dans le monde**, intitulée *Alternatives concurrentielles : Comparaison des coûts d'exploitation en Amérique du Nord, en Europe et au Japon* a été dévoilée lors d'une cérémonie organisée à Ottawa, le 11 mars 1999. Il s'agit d'une étude qui fait autorité et qui est considérée comme étant « le tableau de pointage international » le plus exhaustif et le plus objectif des coûts d'exploitation des entreprises, en fonction de statistiques récoltées auprès d'un vaste éventail de villes, de pays et de secteurs d'activités. Selon cette étude de 1999, le Canada est le pays qui offre le meilleur rendement des investissements dans les nouvelles entreprises, parmi les pays membres du G7.
- En 1998, la **Campagne de jumelage sous-ministres/pays**, orchestrée par Partenariats Investissement Canada, a organisé 20 missions d'investissement outremer. Certains sous-ministres ont rencontré les PDG et les gestionnaires cadres de 80 des plus importantes multinationales (EMN) pour promouvoir le Canada comme lieu d'investissement. Les missions en question ont ciblé les États-Unis et six pays d'Asie et d'Europe.
- Partenariats Investissement Canada est en train de mettre sur pied un site Web intitulé **Investir au Canada** et qui servira de guichet unique d'information sur les investissements. Ce site est mis au point en consultation et en étroite collaboration avec les provinces et territoires et fournira des renseignements sur les avantages liés à l'investissement au Canada si l'on veut desservir tout le marché de L'ALENA et les investisseurs éventuels du monde entier.
- Au cours de l'exercice financier de 1998-1999, les ambassades à l'étranger ont répondu à plus de 300 demandes d'information sur l'investissement. Les partenaires d'Équipe Canada inc fournissent des renseignements sur les investissements et d'autres services d'aide aux investisseurs potentiels, dont des visites informatisées d'endroits au Canada, la

résolution de problèmes d'ordre logistique et réglementaire, ainsi que la coordination de leurs plans d'investissement au Canada.

- Plusieurs séances d'information sur le **financement à risque** ont été organisés en 1998, surtout dans les pays de la couronne du Pacifique, afin de faire connaître les institutions financières étrangères, dont les sociétés de capital-risque, aux entreprises canadiennes fondées sur le savoir. Ces initiatives ont permis à de petites entreprises canadiennes de conclure des investissements à risque d'une valeur de 35 millions \$ pour élargir leurs activités au Canada.
  - Les entreprises canadiennes font preuve de plus en plus de maturité sur la scène internationale en améliorant leur accès aux marchés grâce à des investissements sélectifs à l'étranger. Ces investissements permettent de promouvoir notre sens aigu des affaires et d'accroître nos exportations, le nombre d'emplois et les bénéfices récoltés. En 1998, **l'investissement canadien direct à l'étranger** a atteint un total de
- 239,8 milliards \$, soit une augmentation de 34 milliards \$ par rapport aux niveaux de 1997.
- En juillet 1998, les ministres fédéral et provinciaux de l'Agriculture ont donné leur aval à la **Stratégie d'investissement fédérale/provinciale** pour encourager le maintien et le développement des investissements canadiens et étrangers dans le secteur agroalimentaire. Avant tout, on cherche à rehausser l'image de marque du Canada et à démentir les perceptions erronées à propos du climat de l'investissement et de la performance économique et commerciale du Canada.
  - L'année 1998 s'est avérée une autre année de croissance des **investissements directs étrangers au Canada**. À la fin de l'année, ils atteignaient 217,1 milliards \$, soit une augmentation de 10 p. 100. Environ les deux tiers des investissements étrangers au Canada ont été générés par les États-Unis alors qu'un autre cinquième est redevable à la contribution de la Communauté européenne.



DOCS  
CA1  
EA673  
A13  
1999  
Copy 1



Team Canada Inc • Équipe Canada inc

# TEAM CANADA INC

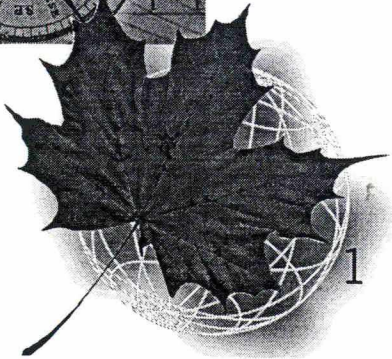
## ACHIEVEMENTS REPORT

3  
Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures  
OTTAWA

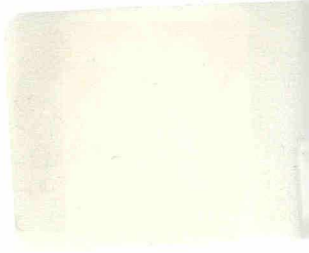
DEC 7 1999

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Canada



1 9 9 8 • 1 9 9 9



.

.

.

.



## **Message from the Minister for International Trade**

It is with pleasure that I present, on behalf of my Team Canada Inc partners, the third annual Report to Parliament on the achievements of Canada's International Business Development program. This has been a particularly successful year. Canadian business continued to turn in a strong export performance despite a year of nail-biting turbulence in the global marketplace. In 1998, Canadian exports grew by 7.4 percent to \$368.9 billion, a new record and a much better than expected performance.

Meanwhile, our trade promotion partnership — Team Canada Inc — continues to grow. Over the past year Team Canada Inc has expanded from the three original core departments to include 20 Government of Canada departments and agencies. In partnership with the provinces and territories, Team Canada Inc provides single-window access to the federal government's international business development services and programs.

This means the Government of Canada is better positioned than ever to offer comprehensive trade and investment development programs and services to more Canadian companies. We're making it easier for companies, particularly small and medium-sized companies, to access everything from training and counselling to market intelligence and export financing. Through the partnership, we can be more strategic — making federal dollars go further to help more Canadian companies become successful exporters.

No other major economy is as trade-oriented as Canada. Today, over 40 percent of our gross domestic product depends on export trade, more than any other G-7 nation. That's why Canada has so much at stake in the pursuit of a stable, rules-based international trading system. While we made progress in 1998, we must continue to push aggressively for fair and predictable rules where right, not might, determines the playing field upon which our exporters compete. And as more markets become accessible, we need to work even harder domestically to ensure that our companies are taking advantage of these opportunities.

In the end, the most important measure of our trade success is job creation. Our unemployment rate is currently at its lowest level since 1990. Last year's employment growth was the best so far this decade, with 449 000 net new jobs. More than 1.4 million net new jobs have been created since 1993.

Canada's export growth is not only helping to generate many of these jobs, it's playing a major role in fostering knowledge-intensive, high-wage jobs — the jobs of the future. In the year ahead we will continue to press for trade and investment expansion, focussing on the markets and the sectors that offer the best prospects for the best jobs for all Canadians.

Hon. Sergio Marchi  
Minister for International Trade



# TABLE OF CONTENTS

## *Executive Summary*

1. **Canada's International Business Development Strategy** ..... 1
2. **Canada's Trade Performance in 1998** ..... 3

## **The Year's Achievements**

### **3. Market Access**

North American Free Trade Agreement	5
Free Trade Area of the Americas	5
European Free Trade Association	5
Canada-European Union	5
World Trade Organization	6
International Market Access Report	6

### **4. Export Capability and Preparedness**

#### *Engaging partners in exporter preparation*

Expanded Team Canada Inc network	6
Trade Team Canada Sectors	6
Regional Trade Networks	6
Forum for International Trade Training	7

#### *Targeting Team Canada Inc domestic services*

International Trade Centres	7
Enhanced internet information service	7
Trade Commissioner Service Outreach Program	7
Program for Export Market Development (PEMD)	7

#### *Broadening the exporter base*

Small and Medium-sized Enterprise Unit	8
Supporting Aboriginal exports	8
New Exporters to Border States	8
New Exporters to South America	8
New Exporters Training and Counseling Program	8

## 5. International Market Development

### *Improving programs and services for exporters*

Export Development Corporation .....	8
Canadian Commercial Corporation .....	9
International Business Opportunities Centre .....	9
Market Research Centre .....	9
WIN Exports .....	9
Agri-food Trade Service .....	9

### *Increasing market share in priority and emerging markets*

Team Canada Missions .....	9
Global Opportunities (GO)-Team .....	9
Market Action Plans .....	10
Exporting cultural products .....	10
Education Marketing Unit .....	10

### *Renewal of the Trade Commissioner Service*

Focus on the Client .....	10
---------------------------	----

### *Celebrating Excellence in Exporting*

Canada Export Awards .....	11
----------------------------	----

## 6. Investment Development

Davos World Economic Forum .....	11
PEMD-Investment .....	11
KPMG international cost comparison study .....	11
Deputy Ministers' Country Champion Campaign .....	12
"Invest in Canada" website .....	12
Venture financing .....	12
Canadian Direct Investment Abroad .....	12
Federal/Provincial Investment Strategy for Agriculture .....	12
Foreign Direct Investment in Canada .....	12

## *Team Canada Inc Achievements Report 1998-99*

### *Executive Summary*

- Canada's exports of goods and services reached \$368.9 billion in 1998, almost double what Canadian business exported in 1992.
- Foreign direct investment in Canada reached \$217 billion in 1998, up by a record \$20.4 billion--an increase of 10% over 1997 levels.
- Export growth shielded Canada from the worst effects of the "Asian flu"; our increased shipments to the U.S. market more than offset reduced sales to Asia and other emerging markets.
- The best growth in Canada's exports continued in the sectors of our economy that create knowledge-intensive, high-wage jobs—machinery and equipment, which includes telecommunications, aircraft, computer and special industrial equipment; automotive products; and services.
- We made more progress promoting a rules-based international trading system: Free Trade Area of the Americas negotiations were launched with Canada in the chair and Canada pushing for a special working group on civil society.
- Negotiations were launched with the European Free Trade Association and are set to conclude in mid-1999.
- Agreements reached at the World Trade Organization will provide Canadian companies with better international market access for pharmaceutical products, and more transparency in the regulations that affect our service exporters.
- The first integrated Business Plan for government IBD activities (and its companion piece "At a Glance") was prepared across government departments for the first time. The Plan was published and posted on the Internet.
- The Team Canada Inc service network expanded from 3 to 20 federal members, all of whose trade and investment programs and services for business can now be accessed through a national, toll-free telephone number (1-888-811-1119) and are on the ExportSource website.
- A "management-by-results" system *Expand Your Horizons* was launched by Canada's Trade Commissioner Service to provide better, more business-like service to clients overseas.
- Similarly, federal/provincial consensus was reached on core services to be provided to the export community by the Team Canada Inc network domestically.
- The KPMG international cost comparison study once again ranked Canada as the most cost-effective location for new business investment in comparison to the USA, Europe, and Japan.



## 1. Canada's International Business Development Strategy

The Government of Canada's International Business Development (IBD) strategy aims to assist Canadian business in taking advantage of international business opportunities while minimizing risk in a rapidly changing global economy. Our overarching objective is high employment, high wages and a higher standard of living for Canadians. To this end, the Government of Canada has set four goals for its IBD programs and services:

- To become the world's best trading nation by enhancing our international competitiveness
- To make Canada the location of choice for investment in North America;
- To create jobs and economic growth in Canada
- To exercise leadership in global trade liberalization.

To realize these goals and maintain and increase our share of global trade, a range of federal departments and agencies offer programs and services to Canadian business that, taken together, address six specific challenges:

### **Improving market access**

Government must maintain and improve predictable access to foreign markets for Canadian products, services and investment. Canada has already negotiated a more liberal, rules-based trade environment for the business sector through the North American Free Trade Agreement (NAFTA), the World Trade Organization (WTO) and free trade agreements with Chile and Israel.

We are building on these successes, taking a leading role in further strengthening the international trade framework, and asserting Canadian interests and expanding Canadian access based on clear and equitable rules. At the same time, we are working to cultivate an informed domestic consensus around the trade policies and trade promotion programs that Canada needs to safeguard and improve our standard of living in the global economy.

### **Increasing the number of exporters**

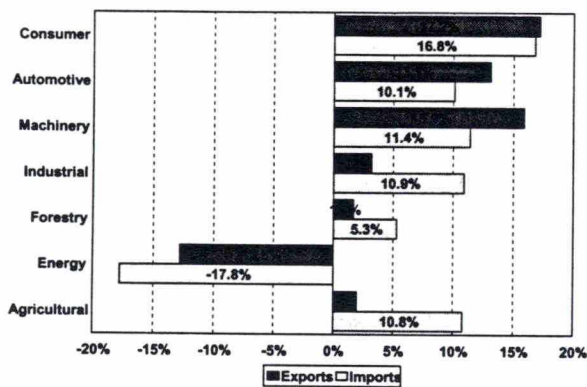
As our economy evolves and our exports continue to grow, the Government of Canada is working to encourage more Canadian companies, particularly small and medium-sized companies (SMEs), to consider exporting their products and services. We are strengthening our programs and services to help smaller firms prepare to export, particularly in the knowledge-based and service sectors. For example, the phenomenal growth in on-line business presents unprecedented opportunities to increase trade in electronic commerce products and services produced by Canadian SMEs. The number of Canadian SMEs continues to grow. SMEs with export potential include companies headed by young people, immigrants, Aboriginal Canadians and women. For example, recent research shows that of the estimated 86 100 small and medium-sized exporters, fully 34 400 are owned wholly or jointly by women.

### **Broadening Canada's export product range**

To continue meeting the needs of business, the Government of Canada is broadening the range of its service offerings — for example, providing specific information and market intelligence that meets the unique requirements of knowledge- and technology-

based exporters. Exports are shifting from goods to services and from primary products to value-added products. The government is pursuing new partnerships and developing innovative programs and services to help accelerate the shift toward value-added exports which is a trend that helps to create many high-paid and high-skill jobs in Canada.

### EXPORTS BY SECTOR 1998



#### Exporting beyond the U.S. market

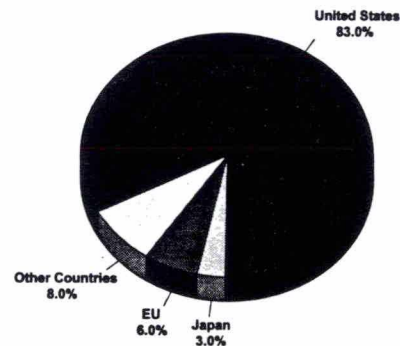
Over 80% of Canada's exports go to the U.S., a proportion that continues to increase due in part to the continued robust performance of the U.S. economy. However, there are lucrative opportunities for Canadian goods and services in other, emerging high-growth markets. The Government of Canada is working to do more to help diversify Canada's trade base by targeting high-growth markets, promoting them to Canadian business and working with export-ready firms to take advantage of the opportunities they present.

#### Improving our share of global investment

Canada must capture more foreign direct investment (FDI), particularly investments directed at the NAFTA region. FDI allows

Canadian firms to undertake additional research and development, expand their production capacity, introduce new, more competitive products, and create more jobs. While net foreign direct investment in Canada remains at healthy levels, Canada's share of FDI in the North American market has fallen from 25% to below 15% since 1985. Part of the challenge facing Canada is our image abroad: we are still often seen as a resource-based economy even though nearly three-quarters of all our exports are manufactured and processed goods. The Government of Canada is working to enhance our image among global investors and to promote Canada's competitive advantages over European, Japanese and U.S. locations, particularly in manufacturing and knowledge-based industries.

### EXPORTS BY MARKET 1998



#### Exploiting the potential of Team Canada missions

Team Canada trade missions are a very effective tool for marketing Canadian products and services to the world's fastest-growing markets and for introducing foreign investors to the advantages Canada offers. The missions also help raise awareness in Canada of the importance of trade to job

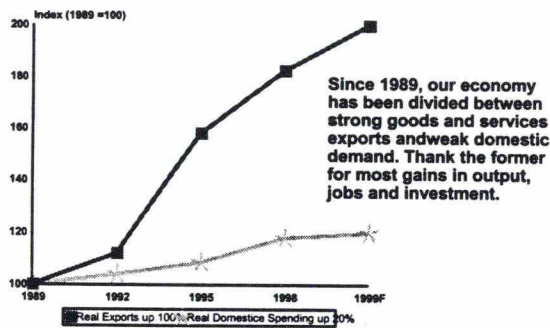


creation and economic growth, and the successes of Canadian firms. To strengthen trade promotion and help increase our exports of goods and services, the Government of Canada is building on this cooperative model and working to expand the Team Canada public and private sector partnership.

## 2. Canada's Trade Performance in 1998

In 1998, Canadian exporters stood on the front line in a turbulent international marketplace. Yet, in spite of a frequently uncertain global economy, export trade (goods and services) continued to grow at more than double the pace of the Canadian economy and now represents approximately 42% of Canada's Gross Domestic Product (GDP).

### TALE OF TWO ECONOMIES



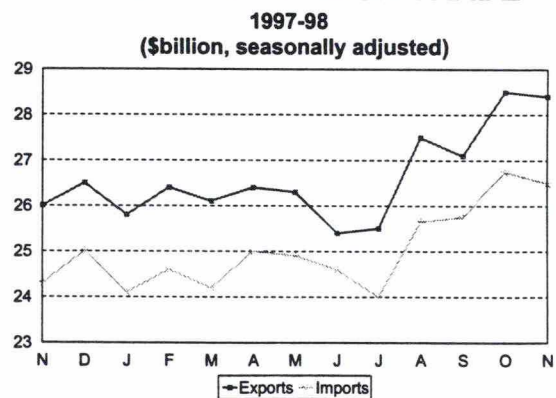
(Courtesy of the Alliance of Manufacturers & Exporters Canada)

Marking another record-setting year, Canada's export trade reached \$368.9 billion in 1998, almost double the amount exported in 1992 and \$24.7 billion, or 7.2%, over 1997 levels. Overall, in the face of economic slowdown in key Asian and Latin American markets, Canada's goods and services trade surplus, while lower, finished 1998 at a very respectable \$10.9 billion.

Manufactured and processed goods now account for 74% of the total value of Canadian exports — with exports of consumer goods, automotive products, and machinery and equipment showing sharp increases (17.2%, 13.1% and 15.9% respectively) over 1997 levels. Services account for 12.3% of total exports. Their share has been growing rapidly over the past 10 years, particularly in the fields of telecommunications, financial services, technology transfer, engineering and architecture.

Canada's agri-food industry, which accounts for about 9% of the country's GDP, exported \$21 billion in products in 1998. This represents about 3% of world agri-food trade. Buoyed by its success to date, Canada's agri-food industry has set a new goal of 4% of the value of world agricultural and agri-food exports by the year 2005, while reversing the ratio of primary to processed product exports from 60:40 in 1996 to 40:60 by 2005.

### CANADA'S FOREIGN TRADE



A great deal of Canada's export success stems from the competitiveness of our products and services in one market in particular — the United States.

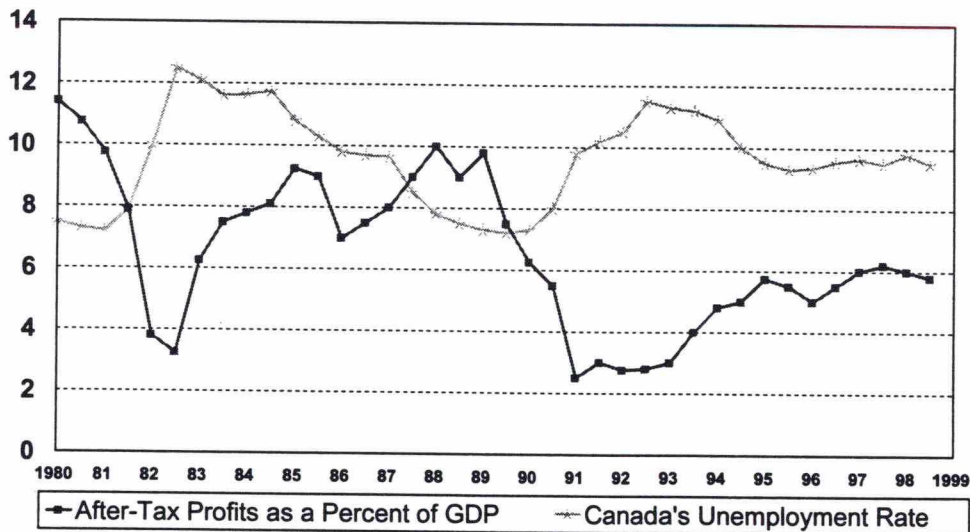
While Canadians continued to explore new markets, the United States remained our largest foreign market in 1998 and our strongest market in terms of export growth. We have the world's best access to the world's biggest economy.

Canada's goods exports to the United States increased by 11.2% to a record \$270.6 billion last year, resulting in a trade surplus with the U.S. of \$36.4 billion, or 11.7%, over 1997. With 83% of Canada's merchandise exports sent to or through the

United States, increased sales there have more than offset reduced sales to Asia and other emerging markets.

Canada's export success translates into jobs across the country. Selling Canadian products and services around the world brings not only increased prosperity and a higher standard of living overall, but more and better jobs for Canadians. Of the more than 1.4 million net new jobs created in Canada since 1993, almost two in five are export-based. Today, some 3 million Canadian workers owe their jobs directly to foreign markets. An analysis conducted by the Government of Canada in 1997 showed that \$1 billion in exports sustains approximately 11 000 jobs.

## PROFITS DRIVE JOB CREATION



(Courtesy of the Alliance of Manufacturers & Exporters Canada)

# The Year's Achievements

## 3. Market Access

### *Negotiating trade agreements and improving market access*

- Canada's trade performance shows that the first five years of the **North American Free Trade Agreement (NAFTA)** have been a huge success. This agreement has played a pivotal role in increased trade, investment and employment in Canada.
- Canada's merchandise exports to the United States have risen by about 80% since the NAFTA was implemented, reaching \$271 billion in 1998.
- Since the NAFTA was implemented, Canadian exports to Mexico have risen about 65% , reaching \$1.36 billion in 1998.
- Foreign investment flows from Canada's NAFTA partners have also risen in the past four years. In 1997, cumulative FDI from the United States reached \$130 billion (up 44% over 1993, the last pre-NAFTA year) and FDI from Mexico reached \$223 million (up 45% over 1993).
- The growth in Canada's exports to our NAFTA partners in 1998 more than offset the decline in Canada's exports to Japan and to developing countries.
- As Chair of the **Free Trade Area of the Americas (FTAA)** negotiations for the first 18 months since their launch in April 1998, Canada has been instrumental in ensuring that the negotiations are off to a strong start. Agreement has been reached for advancing the business facilitation agenda, and initial work in the area of customs procedures is going forward. The next Ministerial Meeting will be hosted by Canada in Toronto in November 1999.
- Canada launched negotiations with the **European Free Trade Association (EFTA)** countries of Norway, Switzerland, Iceland and Liechtenstein on October 9, 1998. Since that time, three negotiating sessions have been held, and it is anticipated that negotiations will conclude in mid-1999.
- Canada and the European Union signed the following three agreements and modified an existing agreement at the Canada-EU Summit on December 17, 1998:
  - a) **The Cooperation in Nuclear Research Agreement** provides reciprocal access for scientists to Canadian and European Union research projects on peaceful uses of nuclear energy.
  - b) **The Mutual Recognition Agreement on Conformity Assessment** ensures acceptance of product approvals prepared in the exporter's jurisdiction by the importing party's regulatory requirements in four sectors (telecommunications equipment and electromagnetic compatibility; recreational boats; medical devices and pharmaceutical good manufacturing practices; and electrical safety).
  - c) **The Canada-EU Veterinary Agreement** covers two-way trade in animals, animal products, fish and fish products, and provides for future mutual recognition of sanitary measures.

d) The **1995 Canada-EU Agreement on Science and Technology Cooperation** was amended to cover all sectors, including biotechnology.

- In 1998, Canada worked with other members of the **WTO Agreement to Eliminate Duties on Specified Pharmaceutical Products** to extend duty-free trade to more products, including inputs. This effort met with success, and 639 additional items were agreed to; implementation is scheduled for July 1, 1999.
- In December 1998, the WTO's Council for Trade in Services adopted the **Disciplines on Domestic Regulation in the Accountancy Sector**. This is the first step in the development of the General Agreement on Trade and Services disciplines on domestic regulation of services.
- In 1998, the government released its second annual report on international market access priorities. The report outlines priorities for improving access to foreign markets for Canadian business. It describes how Canada intends to continue its efforts to improve access for goods, services and investments in key markets.

#### 4. **Export Capability and Preparedness**

##### *Engaging partners in exporter preparation*

- Following its official launch by Ministers Marchi, Manley and Vanclief in October 1997, Team Canada Inc celebrated the first full year of operation in 1998. Building on the spirit of partnership

which has been key to the success of the Team Canada trade missions, in 1998 the Team Canada Inc partnership grew to include the following 20 federal departments and agencies:

- ▶ Foreign Affairs and International Trade
- ▶ Industry Canada
- ▶ Agriculture and Agri-Food Canada
- ▶ Statistics Canada
- ▶ Western Economic Diversification
- ▶ Environment Canada
- ▶ Atlantic Canada Opportunities Agency
- ▶ Revenue Canada
- ▶ Canada Economic Development for Quebec Region Agency
- ▶ Canadian Heritage
- ▶ Indian and Northern Development
- ▶ Transport Canada
- ▶ Canadian Commercial Corporation
- ▶ Natural Resources Canada
- ▶ Export Development Corporation
- ▶ CIDA
- ▶ Canada Mortgage and Housing
- ▶ National Research Council of Canada
- ▶ Human Resources Development
- ▶ National Farm Products Council

- In 1998, Industry Canada and its partners refined and revitalized National Sector Teams to focus on 12 high-performance **Trade Team Canada Sectors (TTCSs)**. Through these TTCSs, government and industry worked together with posts abroad to plan and implement hundreds of trade promotion activities in Canada's key markets.

- Now in their fourth year of operation, **Regional Trade Networks** streamline trade and export service delivery by linking federal and provincial departments and agencies and the private sector at the local level. The Networks are guided by

three-year regional trade plans. A significant accomplishment this past year was reaching federal-provincial consensus on a national framework of five broad service areas: General Information, Skills Development, Export Counseling, Market Entry Services and Trade Financing.

- Since January 1998, the **Forum for International Trade Training (FITT)** has granted Canada's only professional designation in international trade, the Certified International Trade Professional (CITP) to 40 individuals, and it has converted its core international trade training program, FITTskills, for on-line delivery and has, since 1992, trained over 4500 individuals in international business.

***Targeting Team Canada Inc domestic services***

- **International Trade Centres (ITCs)** across the country have been leading the Regional Trade Network partnerships in product and service development. The ITCs worked with Canadian posts abroad to sponsor 72 incoming and outgoing missions and targeted SMEs by participating in federal "Infofairs". The regional offices supported 71 outreach missions by Ambassadors and Trade Commissioners and organized a wide range of New Exporters to Border States (NEBS) missions (more than 360 companies took part in 55 missions).
- Team Canada Inc continued to upgrade the vehicles through which it provides access to exporter services:

**ExportSource** (<http://exportsource.gc.ca>), Team Canada's Inc's Internet product and the central focus of the federal government's on-line international

business development programs. In 1998, ExportSource, now with links available to 20 federal Team Canada Inc partners, strengthened its search capability and received over 190 000 visits last year.

- The **national 1 888 811-1119 number**, delivered by the 12 Canada Business Service Centres, connects callers to Team Canada Inc's Export Information Service and onward to other Team Canada Inc IBD service providers across the country. The national toll-free number received 9700 calls during 1998. In addition, the 1-888 service began to redirect export callers referred from posts abroad to domestic service providers.
- The **Trade Commissioner Service Outreach Program**, an initiative to build exporter awareness across the country, sends trade commissioners from Canada's embassies to visit smaller communities in Canada, to speak about export opportunities with local business and media. In 1998, 130 trade commissioners met with 950 firms in 110 cities across Canada.
- The **Program for Export Market Development (PEMD)** offers financial assistance on a matching basis to trade or industry associations to foster incremental export activities. In 1998, 48 associations used PEMD to help fund activities such as trade show participation, industry Web sites and promotional videos.

### *Broadening the exporter base*

- The newly established **Small and Medium-sized Enterprise (SME) Unit** continued to adapt trade promotion services to the needs of SMEs and specific SME segments such as women, Aboriginal and youth entrepreneurs. During 1998 the SME Unit:
  - Established a task force to provide advice to the Minister for International Trade on trade development issues for SMEs
  - Coordinated the Women's Trade Research Coalition study *Beyond Borders: Canadian Businesswomen in International Trade*
  - Completed the development of an Aboriginal International Business Development Strategy, to be implemented in April 1999
  - Piloted youth-focussed New Exporters to Border States (NEBS) trade missions.
- The **Aboriginal Business Canada Program** provided \$6.6 million in funding to 296 business projects. Business of Art seminars comprise an ongoing success story, and trade missions have been dispatched to major international craft and gift shows. Aboriginal clients are making increased use of government IBD programs, and the market niche of indigenous-to-indigenous consulting is being explored.
- The **New Exporters to Border States (NEBS)** program provided 1000 Canadian SMEs with first-hand exporting experience through participation in either a NEBS or NEBS Plus mission to one of Canada's U.S. consulates. Another 500

Canadian SMEs participated in the Reverse NEBS program, which brings trade experts to Canada to guide new-to-market firms in the intricacies of selling beyond our borders.

- In 1998, the **New Exporters to South America (NEXSA)** program was developed to introduce export-ready Canadian companies to South American markets through five day missions. NEXSA, which targets SMEs, is a new approach to trade missions that offers participants market training and preparation in Canada, followed by a five day customized program of appointments. Sectors to be targeted in 1999 include plastics, furniture, mining, oil and gas, information technology and telecommunications.
- The **New Exporter Training and Counseling Program (NEXPRO)** is designed by the Business Development Bank of Canada for owners and managers of small businesses who lack the knowledge and experience necessary for the export process. A total of 840 business persons took training sessions within 22 NEXPRO projects in 1998-99.

## **5. International Market Development**

### *Improving programs and services for exporters*

- The **Export Development Corporation (EDC)** is the only Canadian financial institution devoted exclusively to providing trade finance and risk management services in support of Canadian exporters and investors. It

supports Canadian businesses active in 200 countries. More than 4100 Canadian exporters turned to EDC for trade financial services in 1998, concluding more than \$34.7 billion in sales and foreign investments in 155 countries. Nearly 90% of EDC's customers are SMEs.

- The **Canadian Commercial Corporation (CCC)**, an export sales agency, provides Canadian exporters with practical commercial advice and assistance to close sales in difficult markets. Its contracting expertise is particularly effective in selling to foreign governments and international organizations. In 1997-98, CCC worked with more than 1750 companies, of which 75% were SMEs, and completed sales valued at \$1.02 billion in 48 countries.
- The **International Business Opportunity Centre (IBOC)** has put sales leads from around the world into the hands of prospective Canadian suppliers. To date, the Centre has contacted more than 15 000 companies across Canada, approximately 75% of which are SMEs. Successful exports range in contract value from \$10 000 to over \$1 million. These sales are door-openers and are often the first of a series of export sales.
- In 1998, the **Market Research Centre** produced approximately 250 sectoral market information studies that identified specific product and service opportunities in key overseas markets.
- **WIN Exports** is the client management database of the Trade Commissioner Service (TCS) and Team Canada Inc. In 1998, an "online" version of the database was introduced, enabling government Trade Officers around the world to access the most current Canadian exporter

information in real time. For the first time, the TCS will be fully "networked" with information sharing among all missions and micro missions. Over 40 000 Canadian exporters and organizations are now registered in WIN Exports.

- The **Agri-Food Trade Service (ATS)**, the agri-food arm of Team Canada Inc, offers a variety of services to potential, new and experienced exporters. ATS Online (<http://atn-riae.agr.ca>), an electronic service that is part of the ExportSource Internet site, links the user to market information, statistics, business opportunities, etc. In 1998, *ATS Online* received an average of 1900 hits per day, for a total of more than 620 000 hits during the year.

#### *Increasing market share in priority and emerging markets*

- **Team Canada missions**, led by the Prime Minister and the provincial premiers, represent a cornerstone of the Team Canada approach to international business development. The fifth Team Canada mission, to Eastern Europe, originally scheduled for January 1999, was replaced by an official bilateral visit to Poland and Ukraine. The business sessions that formed the main element of the Prime Minister's bilateral visit were highly successful: 93 companies and 114 business representatives participated in the Poland program resulting in 38 signed deals valued at \$132 million. In Ukraine, 124 companies and nearly 150 business people signed 18 deals valued at \$163 million.
- 1998 marked the second year of operation for the **GO-Team** of rapid-response Trade Commissioners dedicated to fostering new

trade opportunities arising from Team Canada missions, free trade agreements, and changing market conditions. In the past year, GO-Team officers were deployed for up to six months to Beijing, Sao Paulo, Buenos Aires, Santiago, Mexico City and Almaty.

- Throughout 1998, **additional trade positions** were created abroad with a view to reaching a 70:30 ratio, field to headquarters, by the year 2006. A total of seven new positions were created in China, the United States, the Philippines, and Panama.
- **Strategic plans for emerging markets in the agri-food sector** were developed jointly with the provinces for the markets of Singapore, the Philippines, Russia and Colombia. The plans provide a focussed, strategic approach to export market development and were delivered to the federal-provincial ministers of agriculture in July of 1998.
- **Eight priority market action plans** (United States, Japan, South Korea, Brazil, Mexico, Taiwan, the European Union, and China/Hong Kong) were implemented in 1998. These plans were developed by federal and provincial officials to better coordinate the market development efforts and expenditures of both levels of government in these markets.
- Since joining the Team Canada Inc network in September 1998, the **Department of Canadian Heritage** has developed:
  - A trade and investment internet site linked to ExportSource

- Cultural trade profiles for 9 markets (to be posted on the Departmental internet site in July 1999)
- A list of target export markets and cultural products and services which in consultation with the private sector, will be used to focus international business development activities.

- On September 1, 1998 a special **Education Marketing Unit** was created to help increase Canada's export capacity for education and training products and services in such market areas as distance learning-mediated technologies, multilateral bank financed procurement contracts, student recruitment, and research and development. To date, the Unit has:

- Launched a revamped *Marketing Canadian Education* Web site
- Established the Canadian Learning Centre in Kiev, Ukraine, during the Prime Minister's official visit in January, 1999
- Created, in October 1998, an Education Marketing Advisory Board reporting to the Minister for International Trade.

#### ***Renewal of the Trade Commissioner Service (TCS)***

- **Focus on the Client**

In the past year, the Trade Commissioner Service (TCS) has finalized a major renewal effort based on measuring and improving the value of its services. This effort is now called "Expand Your Horizons." Its objective is to provide a more businesslike service to its primary clients: export-ready Canadian businesses.



- **What has been accomplished**

Focus group sessions with over 250 companies and industry associations were conducted on: (a) the services of the TCS; and (b) client needs in developing and entering foreign markets. For the first time, the TCS has:

- Published a list of services available from all international posts to clearly communicate to clients how trade commissioners can help them develop foreign markets
- Established a formal feedback mechanism for clients and trade officers through comprehensive annual surveys to measure the impact of TCS services and improve their quality.

Comprehensive communication and training programs are being delivered in 1999 to ensure the implementation of the Performance Measurement Initiative within the TCS and among its stakeholders.

### *Celebrating Excellence in Exporting*

- Each year the Minister for International Trade presents awards to the country's top exporters, chosen by a panel of their peers from across Canada. The 10 1998 winners were honoured at a gala presentation ceremony in Calgary in October. Special recognition was also given by the Program sponsors to three winners in the form of the CIBC Job Creation Achievement Award, the EDC Smaller Exporter Achievement Award, and the Teleglobe Innovation and Technology Achievement Award. The **Canada Export Awards** program celebrates the success of Canada's export champions and sends a

message to new exporters about how international sales support jobs and growth in Canada.

## **6. Investment Development**

- The Canadian presence at this year's annual meeting of the **World Economic Forum (WEF)**, held in Davos, Switzerland, between January 28 and February 2, 1999, was led by the Prime Minister, who was joined by the Minister for International Trade, Sergio Marchi, and the Minister of Industry, John Manley. The meeting presented an important opportunity to provide information to business leaders from around the world on Canada's positive economic performance and competitive investment advantages.
- The **PEMD-Investment** program was launched by Minister Marchi in Ottawa on January 13, 1999. The program is designed to assist Canadian communities in attracting foreign investment. The program commits \$5 million annually for public-private partnerships at the local level, with the federal government contributing up to 50% of the cost of individual initiatives in such areas as training, database development, research and production of marketing material, etc. Its objectives are to enhance investment readiness among Canadian communities and to foster excellence in local investment attraction initiatives.
- The **KPMG international cost comparison study**, *The Competitive Alternatives: A Comparison of Business Costs in North America, Europe and Japan*, was released at a ceremony in Ottawa on March 11, 1999. This study is

recognized as the world's most comprehensive and objective "international scorecard" on the costs of operating a business based on statistics collected from a wide range of cities and across many countries and sectors. The 1999 study found that among the G-7 countries, Canada offers the most cost-effective locations for new business investment.

- In 1998, the **Deputy Ministers' Country Champion Program**, organized by Investment Partnerships Canada, undertook 20 investment missions overseas. Deputy ministers met CEOs and senior executives of 80 of the most important multinational corporations (MNEs) to promote Canada as a prime investment location. Missions targeted the U.S. and six countries in Asia and Europe.
- Investment Partnerships Canada is setting up an **Invest in Canada website** as the federal government's one-stop window for investment-related information. The website is being set up in consultation and close cooperation with all the provinces and territories and will provide information on the benefits of investing in Canada to serve the whole NAFTA market to potential investors around the world.
- During the 1998-99 fiscal year, embassies abroad responded to well over 300 investment enquiries. Team Canada Inc partners provide investment information and other forms of assistance to potential investors, including arranging site visits to locations in Canada, finding solutions to logistical and regulatory problems and facilitating their investment plans in Canada.
- Several venture financing events were organized in 1998, primarily in Pacific Rim countries, to introduce knowledge-based Canadian companies to foreign financial institutions, including venture capital companies. These initiatives helped small Canadian companies secure more than \$35 million in venture financing to expand their operations in Canada.
- Canadian companies are increasingly showing their maturity as global players by enhancing their market access through selective investments abroad. These investments promote awareness of Canada's business acumen and facilitate increased exports, employment and profits at home. Total **Canadian direct investment abroad** in 1998 reached \$239.8 billion up by a record \$34 billion from 1997 levels.
- In July 1998, federal and provincial Ministers of Agriculture endorsed the **Federal-Provincial Investment Strategy** to encourage the retention and expansion of domestic and foreign investment in the agri-food sector. Priority will be directed to enhancing Canada's image and correcting misperceptions concerning Canada's investment climate and economic and trade performance.
- 1998 represented another great year of growth in **foreign direct investment (FDI)** in Canada. At the end of 1998, FDI in Canada reached \$217.1 billion--an increase of 10% . The U.S. accounted for approximately two-thirds of foreign direct investment in Canada while the E.U. contributed another one-fifth.