



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Department of Foreign Affairs and International Trade

Programme de développement des marchés d'exportation



Rapport
1996-1997

Canada

DOCS

CA1 EA60 A56 EXF

1996/97

Canada. Dept. of Foreign Affairs
and International Trade

Program for Export Market

Development ... report. --

55755162

LIBRARY E A / BIBLIOTHÈQUE A E



3 5036 01063749 7

RÉSUMÉ

Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) aide les petites sociétés qui exportent pour la première fois ou qui veulent pénétrer un nouveau marché à trouver et à exploiter des occasions de vente et de projets d'immobilisations à l'étranger. Le Programme partage à cette fin avec les sociétés le coût et les risques associés à la mise en oeuvre de leurs plans de développement des exportations sur de nouveaux marchés. Il absorbe aussi une partie du coût de la préparation de soumissions pour de grands projets d'immobilisations à l'extérieur du Canada. Il aide les associations commerciales et industrielles nationales à représenter leurs entreprises membres et à faire la promotion de leurs produits et services sur les marchés étrangers.

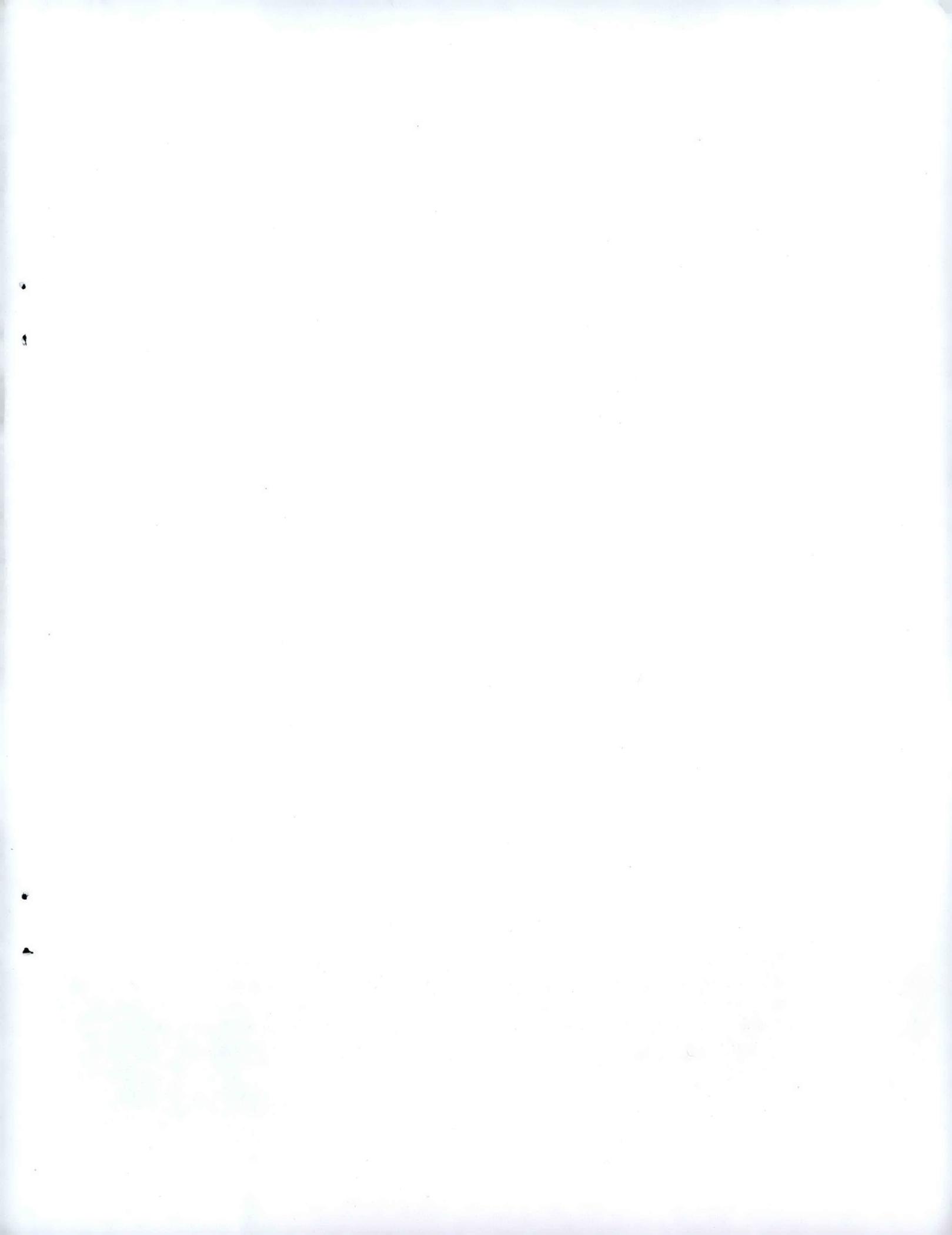
Comme en 1995-1996, en 1996-97, le programme budget de 11,52 millions de dollars a été pleinement utilisé et a même été dépassé de 900 000 dollars, surtout en raison d'un accroissement marqué de la demande et des approbations d'aide destinée aux sociétés du Québec. Ces coûts additionnels ont été absorbés à même les excédents budgétaires de l'ensemble des opérations du Ministère.

En 1996-1997, 9,4 millions de dollars provenant des fonds du Programme ont été investis dans les activités de développement des marchés internationaux des sociétés canadiennes, tandis que les remboursements attribuables aux ventes réalisées au cours du même exercice ont atteint 3,6 millions de dollars, ce qui représente un ratio remboursement-aide de presque 2 à 5. L'aide aux associations commerciales et industrielles, y compris la contribution de 500 000 dollars aux associations de l'industrie agro-alimentaire, a totalisé 1,8 million de dollars.

Le reste des dépenses du Programme a été essentiellement décaissé sous la forme d'une subvention discrétionnaire au programme des Centres d'études en administration internationale.

Le montant des ventes que les sociétés ont attribuées en 1996-1997 aux initiatives appuyées par le PDME a atteint 373,6 millions de dollars. Si l'on compare ce montant à la contribution remboursable totale pour 1996-1997, on obtient un ratio ventes-aide de 40 à 1.

En 1996-1997, 703 sociétés qui n'avaient jamais exporté ou qui tentaient de percer un nouveau marché d'exportation ont été admissibles à l'aide du PDME. En outre, 24 associations industrielles nationales ont reçu une assistance d'une valeur de 1,3 million de dollars pour faire la promotion générique des produits et services de leurs membres ou mener des activités d'amélioration de l'accès au marché et de collecte de renseignements sur le marché.



Un échantillon représentatif des utilisateurs du Programme interrogés en 1996-1997, soit plus de 97 p. 100 des 140 sociétés ayant répondu ou l'ensemble d'entre elles sauf trois, a indiqué que l'aide obtenue du PDME s'était avérée utile et avait contribué à son succès à l'étranger. Quatre-vingt-deux pour cent ont mentionné que l'aide obtenue avait rapporté des résultats tangibles sous la forme i) d'exportations ou de contrats (43 p. 100), ii) de ventes anticipées à court terme (16 p. 100) ou iii) d'accords de distribution ou de représentation sur le marché cible (23 p. 100), tout cela grâce à leurs activités de développement des marchés d'exportation appuyées par le PDME. Les autres répondants ont mentionné qu'ils avaient établi des contacts utiles sur le marché cible et/ou obtenu des renseignements sur le marché et de l'information commerciale utiles et jugés avantageux pour leurs futurs efforts sur le plan de l'exportation.

Le marché cible le plus populaire parmi les sociétés qui ont reçu une aide du PDME a été les États-Unis avec 53 p. 100 de l'aide totale, suivis de la République populaire de Chine avec 4,3 p. 100 et du Mexique avec 4 p. 100.

Les principaux pays où les sociétés ont réalisé des ventes ou conclu des contrats dans le cadre d'activités de développement des marchés appuyées par le PDME ont été l'Algérie avec 260 millions de dollars ou 70 p. 100 de l'ensemble des ventes et contrats signalés, suivie des États-Unis avec 11 millions de dollars. L'Algérie n'est habituellement pas un grand marché pour les ventes ou contrats signalés par les sociétés. En 1996-1997 toutefois, une société canadienne ayant bénéficié de l'aide du PDME pour la soumission de projets d'immobilisations a obtenu un contrat de 260 millions de dollars en Algérie.

Les entreprises de l'Ontario et du Québec ont reçu 39 p. 100 et 38,9 p. 100 de l'aide accordée, respectivement, suivies de celles de la Colombie-Britannique avec 17,4 p. 100.

Les entreprises de fabrication ont utilisé 5,64 millions de dollars d'aide, suivies des entreprises de services, qui en ont utilisé 3,43 millions de dollars.

Parmi les 703 sociétés dont la demande d'aide a été approuvée en 1996-1997, 429 étaient de très petites entreprises dont le chiffre d'affaires annuel était inférieur à 2 millions de dollars. Ajoutons à cela 150 sociétés ayant un chiffre d'affaires inférieur à 5 millions de dollars. Ces deux groupes de sociétés ont reçu 74 p. 100 de toute l'aide demandée.



INTRODUCTION

Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) est un pilier de la stratégie canadienne de développement du commerce international. Son mandat est d'améliorer la performance du Canada sur les marchés internationaux en préparant les petites sociétés à exporter et à percer de nouveaux marchés à l'étranger, et de stimuler conséquemment la production et la création d'emplois au pays.

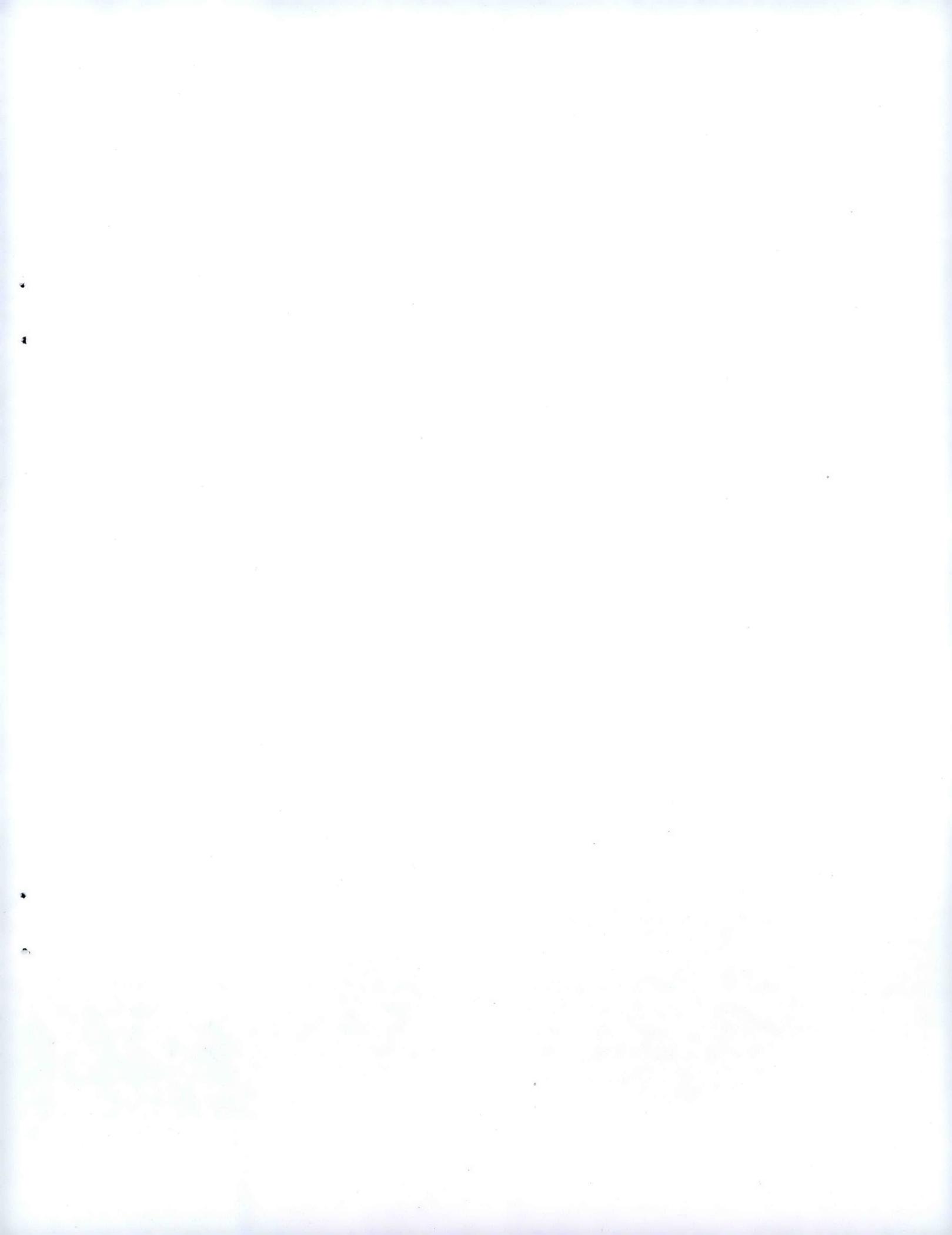
Le partenariat du PDME avec les milieux d'affaires canadiens constitue donc un investissement dans les entreprises déterminées à développer leurs marchés d'exportation. Il s'agit non pas d'une subvention, d'un prêt ou de fonds auxquels l'entreprise aurait droit, mais plutôt d'une contribution à rembourser conditionnellement en fonction des contrats obtenus ou des ventes additionnelles réalisées sur le marché cible grâce aux activités appuyées par le PDME.

Le PDME est géré par la Direction du développement des exportations (TCE) de la Direction générale du Service des délégués commerciaux, des programmes et des services à l'étranger du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et administré de concert avec Industrie Canada (IC) par l'entremise des centres de commerce international régionaux. Au Québec, les bureaux régionaux du Bureau fédéral de développement régional (Québec) participent à l'exécution du Programme. Le ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire y participe aussi par l'entremise de ses bureaux régionaux. En plus des ministères susmentionnés, l'approche Équipe Canada amène tous les paliers de gouvernement à collaborer avec le secteur privé pour assurer le succès à l'exportation.

En septembre 1994, un comité de gens d'affaires chargé par le ministre du Commerce international d'examiner les programmes et services gouvernementaux de développement du commerce international a présenté ses recommandations au Ministre. Il a notamment recommandé de réorienter le PDME vers les petites sociétés, c'est-à-dire celles dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 10 millions de dollars, et de réduire de 40 p. 100 le budget du Programme.

Nous examinerons dans ce rapport les résultats que le Programme a produits en 1996-1997, c'est-à-dire la deuxième année d'application du Programme depuis qu'il a été réorienté vers les petites entreprises suivant les recommandations susmentionnées du Comité de la promotion du commerce international (le comité Wilson).

Comme en 1995-1996, la principale répercussion sur le Programme des changements apportés a été une utilisation complète du budget du PDME en 1996-1997, ce qui semble indiquer que le Programme est maintenant équilibré, c'est-à-dire que le budget est suffisant pour répondre aux besoins du nouveau groupe d'utilisateurs constitué de petites sociétés. En



1996-1997, le Programme a en fait enregistré un déficit budgétaire de 900 000 dollars, qui a été à même l'excédent général du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

En plus de faire le point sur le rendement du Programme, nous examinerons l'incidence du PDME sur les décisions d'affaires des sociétés canadiennes. Comme en 1995 et 1996, une enquête a été menée en juin 1997. Des 685 sociétés interrogées qui avaient reçu une aide du PDME en 1996-1997, 140 ont répondu, ce qui a produit un taux de réponse de 20 p. 100. Plus de 97 p. 100 des répondants, soit l'ensemble d'entre eux sauf trois, ont affirmé que le Programme s'était avéré utile et qu'il avait contribué de façon tangible à leur succès à l'étranger. Nous avons d'ailleurs inclus plusieurs extraits éloquentes de leurs témoignages. À la dernière section, nous ferons aussi un résumé des résultats de l'enquête.

LAURÉATS DES PRIX À L'EXPORTATION

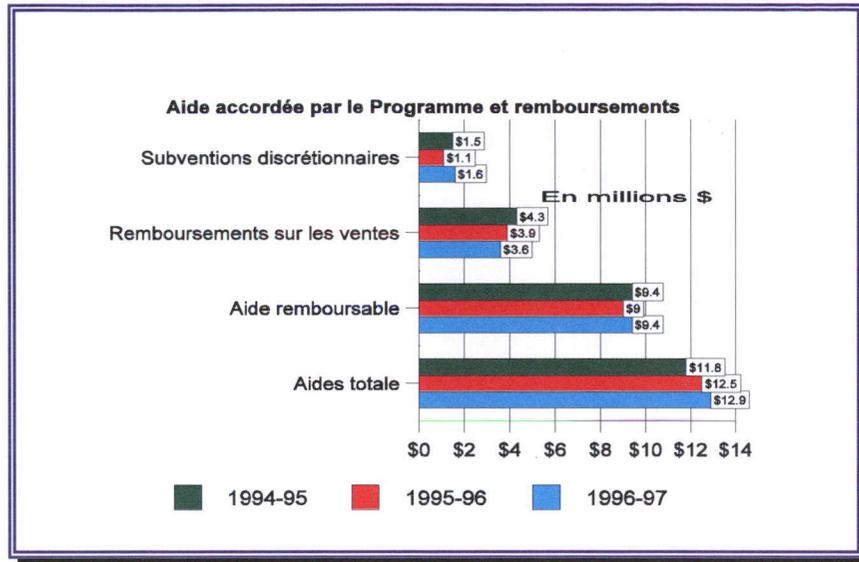
En octobre de chaque année, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international remet les Prix d'excellence à l'exportation canadienne aux sociétés canadiennes qui se sont distinguées par leurs exportations de produits et/ou de services. Les sociétés lauréates sont mises à l'honneur dans des campagnes publicitaires nationales visant à souligner leur réussite et à encourager les autres exportateurs à les imiter.

Parmi les 154 sociétés lauréates du Prix d'excellence à l'exportation canadienne entre 1983 et 1996, 138 avaient eu recours au PDME.



DÉPENSES AU CHAPITRE DE L'AIDE ET REMBOURSEMENTS

En 1996-1997, les dépenses totales du Programme ont atteint 12,9 millions de dollars. Comme en 1995-1996, le budget du Programme, qui avait été réduit de 40 p. 100 en 1995 pour être ramené de 19,02 à 11,52 millions de dollars, s'est révélé insuffisant pour répondre à la demande d'aide de l'industrie. Le déficit a été épongé au moyen des fonds excédentaires du Ministère.



Une partie des dépenses totales au chapitre de l'aide, à savoir 10,73 millions de dollars, a été investie dans les activités de développement des marchés internationaux des sociétés et associations industrielles canadiennes. De ce montant, 9,42 millions de dollars consistaient en des contributions conditionnellement remboursables. Ces contributions sont remboursables en fonction des ventes additionnelles réalisées ou des contrats conclus sur le marché cible au cours de la période de quatre ans pour laquelle les sociétés doivent rendre des comptes. On a versé, en outre, 1,65 million de dollars en subventions discrétionnaires non remboursables, principalement à des universités canadiennes, dans le cadre du programme des Centres d'études en administration internationale (CEAI). Les remboursements effectués par les sociétés participantes ont atteint 3,62 millions de dollars, de sorte que le gouvernement s'est trouvé à effectuer un investissement net de 5,8 millions de dollars. Comparé à l'aide accordée en 1996-1997, ce montant représente un remboursement de 38,4 p. 100 de l'investissement, alors que dans les années 1970, les remboursements étaient en moyenne inférieurs à 10 p. 100 des dépenses annuelles du Programme.



Depuis la création du programme en 1971, les ventes ou contrats à l'étranger attribués aux initiatives appuyées par le PDME ont atteint 13,918 milliards de dollars. Les ventes déclarées pour 1996-1997 se sont élevées à 373,6 millions de dollars. Les 9,42 millions de dollars investis dans des activités entreprises par l'industrie ont produit un ratio ventes-investissement de 40 à 1 (si l'on compare ce montant au total des contributions remboursables pour 1996-1997).

“Le PDME est fondamentalement un excellent programme et, dans de nombreux cas, y compris le nôtre, nous n'aurions pas pu effectuer des visites et assurer le suivi de projets, façon importante d'assurer notre visibilité, sans l'aide du PDME.

“Le PDME répond très rapidement aux demandes d'aide, et tous les employés à qui nous avons parlé ont été très serviables et très efficaces.” - *E. Ross Amerie, Président, Canedcom International Ltd., Toronto, Ontario*

“En premier lieu, permettez-nous de vous souligner notre vive satisfaction relativement au programme, dont nous bénéficions depuis 1991. Il s'agit à notre avis d'un appui précieux à nos activités d'exportation, comme en fait foi l'augmentation de 22% de nos ventes sur l'Amérique du Sud lors des deux dernières années.” - *Pierre Turbis, Communications, Le Groupe Multimédia du Canada, Montréal, Québec*

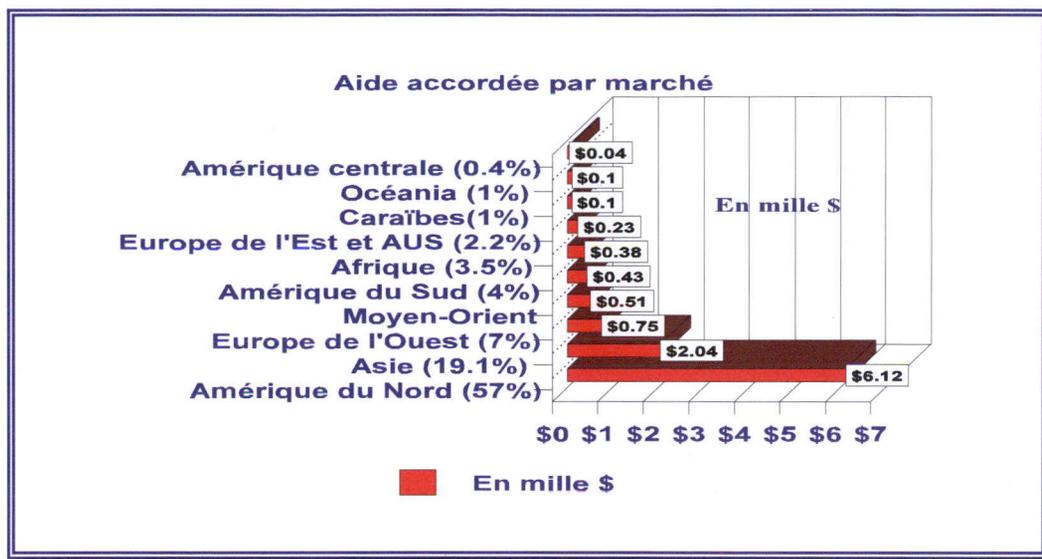
“L'aide reçue du PDME par le passé nous a été très profitable et a grandement contribué à notre succès. Le programme a permis à Daxxes GSG d'obtenir un certain nombre de contrats sur son marché d'exportation cible.

“Le programme s'est avéré satisfaisant à tout point de vue, et nous recommandons fortement aux exportateurs canadiens de profiter de ce programme très efficace et très accessible.” - *Gary Zhang, Président, Daxxes Geospatial Systems Corporation, Calgary, Alberta*



DEMANDES

En 1996-1997, 994 demandes ont été reçues dans le cadre du PDME. En tout, 727 demandes de sociétés et d'associations industrielles ont été approuvées, la valeur de l'aide autorisée s'élevant à 24,4 millions de dollars. Sur ce montant, 10,73 millions de dollars ont été réclamés en 1996-1997.

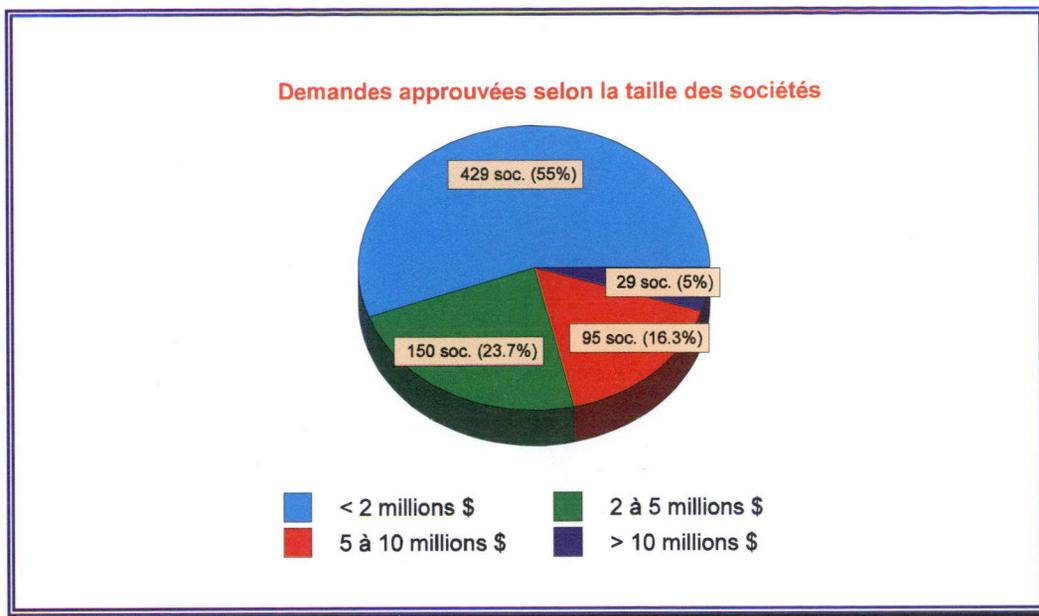


En 1996-1997, les partenaires du Canada dans le cadre de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), les États-Unis et le Mexique, comptaient pour 6,12 millions de dollars ou pour 57 p. 100 des dépenses du PDME au titre des activités de développement des marchés. Le principal marché cible pour le PDME était les États-Unis, avec 361 demandes approuvées et 5,5 millions de dollars d'aide (52 p. 100 du total). Il était suivi de la région de l'Asie-Pacifique, avec 2,04 millions de dollars (19, 1 p. 100). L'Europe de l'Ouest comptait pour 752 000 dollars (7 p. 100), suivie du Moyen-Orient avec 515 000 dollars (4,8 p. 100).

AIDE DU PDME SELON LA TAILLE DES SOCIÉTÉS

Parmi les 703 sociétés dont la demande d'aide du PDME a été approuvée en 1996-1997, 429 étaient de très petites entreprises dont le chiffre d'affaires annuel était inférieur à 2 millions de dollars. Un montant de 12,5 millions de dollars du PDME a été attribué à ce groupe de sociétés, soit 55 p. 100 de toute l'aide approuvée pour les sociétés en 1996-1997.





Les demandes de 150 sociétés au chiffre d'affaires annuel compris entre 2 et 5 millions de dollars ont été approuvées, soit 5,39 millions de dollars en aide du PDME ou 24 p. 100 de toute l'aide approuvée.

Les demandes de 95 sociétés au chiffre d'affaires annuel compris entre 5 et 10 millions de dollars ont été approuvées, soit 3,725 millions de dollars en aide du PDME ou 16 p. 100 de toute l'aide approuvée.

Les autres 29 sociétés au chiffre d'affaires supérieur à 10 millions de dollars ont surtout obtenu une aide au titre du volet des Soumissions pour des projets d'immobilisations (SPI) du PDME. Cette aide a totalisé 1,08 million de dollars ou 4,75 p. 100 de toute l'aide approuvée. Comme les demandes d'aide ont été reçues avant le 1^{er} avril 1995, elles ont été étudiées en fonction des critères de la taille des sociétés qui s'appliquaient avant cette date et selon lesquels toutes les sociétés, indépendamment de leur taille, étaient admissibles à une aide pour des SPI. Le comité d'approbation d'Industrie Canada n'a finalisé l'approbation de ces demandes qu'au début de l'exercice financier 1996-1997.



“Nous sommes heureux de faire savoir que, grâce à l’appui du PDME, nous connaissons énormément de succès sur notre marché cible des États-Unis. Notre chiffre d’affaires s’est accru de 400% pendant la première année du programme et il augmentera de 50% cette année. En fait, j’ai dû hier prendre des dispositions en prévision de l’ajout de 2000 pi² à notre aire de production le mois prochain. Nous recruterons aussi un autre employé à temps plein pour nous aider à répondre à la demande.

“J’ai trouvé que l’accès au programme et son exécution étaient plus que satisfaisants. Mes relations avec le personnel ont été les plus agréables de tous les rapports que j’ai eus avec des organismes ces dix dernières années. Le personnel affecté au PDME s’est montré extrêmement serviable chaque fois que j’exprimais une préoccupation ou que je posais une question.

“J’estime que le PDME joue un rôle déterminant dans la croissance des exportations canadiennes, croissance absolument cruciale étant donné la mondialisation actuelle des marchés.” - *Robert A. Jackson, Président, Prestige Glass, Elliot Lake, Ontario*

“Le principal avantage du PDME est certainement d’aider les entreprises canadiennes à explorer de nouveaux marchés, et il le fait très bien. Le programme est présenté de façon satisfaisante et il est convivial. G. N. Plastics continuera sûrement à avoir recours au PDME chaque fois qu’elle le pourra.”

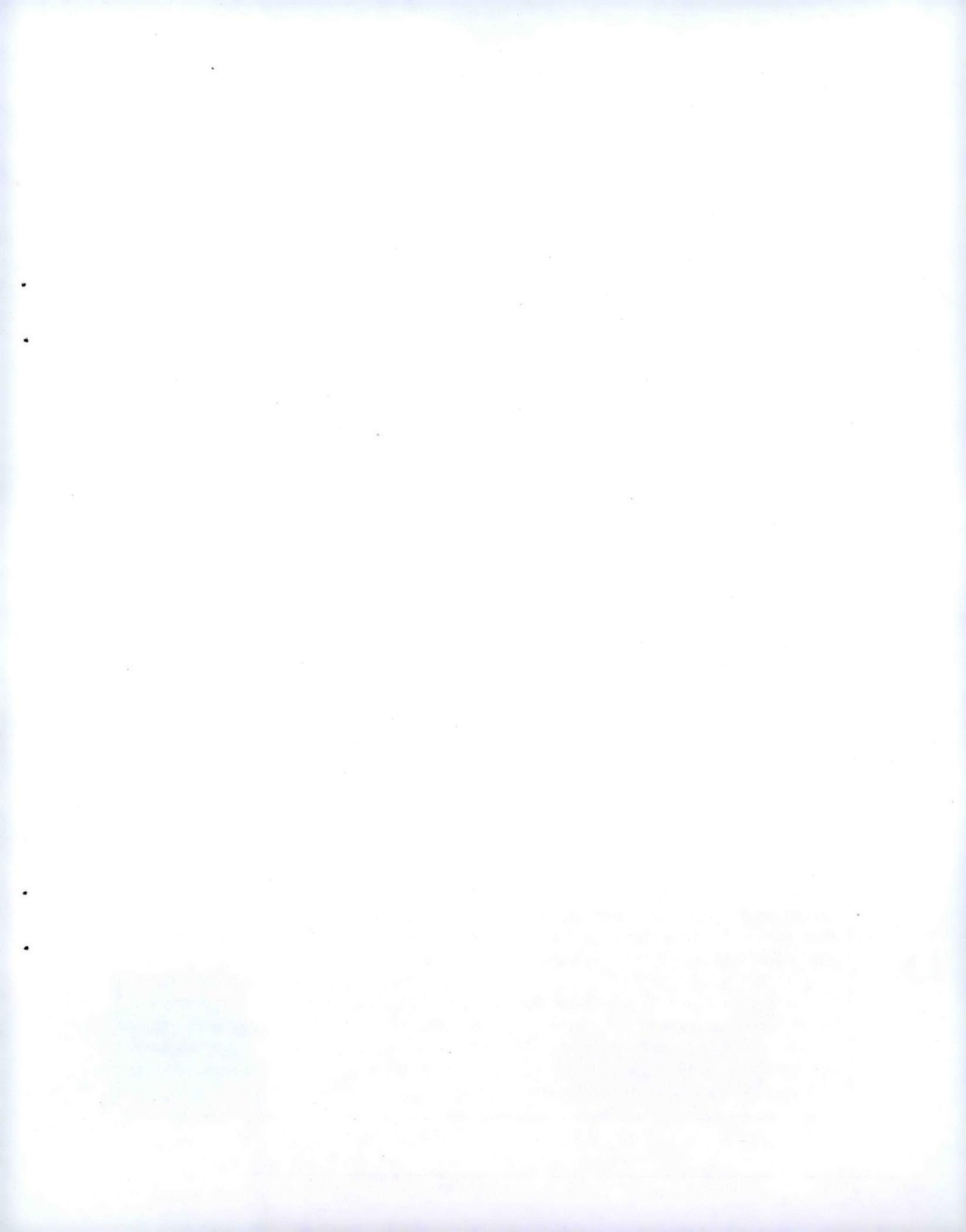
- *Jerome Romkey, Conseiller en Marketing, G. N. Plastics Company Limited, Chester, Nouvelle-Écosse*

“Duo Vac Inc. a bénéficié de l’aide financière dans le cadre de ces programmes. Cette contribution financière nous a permis de développer de nouveaux marchés et d’augmenter considérablement nos ventes sur le marché visé.

“L’apport financier qui nous a été accordé était essentiel afin que nous puissions poursuivre notre développement à l’exportation.

“Nos succès à l’étranger sont très concluants. Nos ventes à l’exportation ont augmenté de 60% par rapport à l’année dernière et c’est en grande partie dû au fait que nous avons développé de nouveaux marchés à l’étranger.

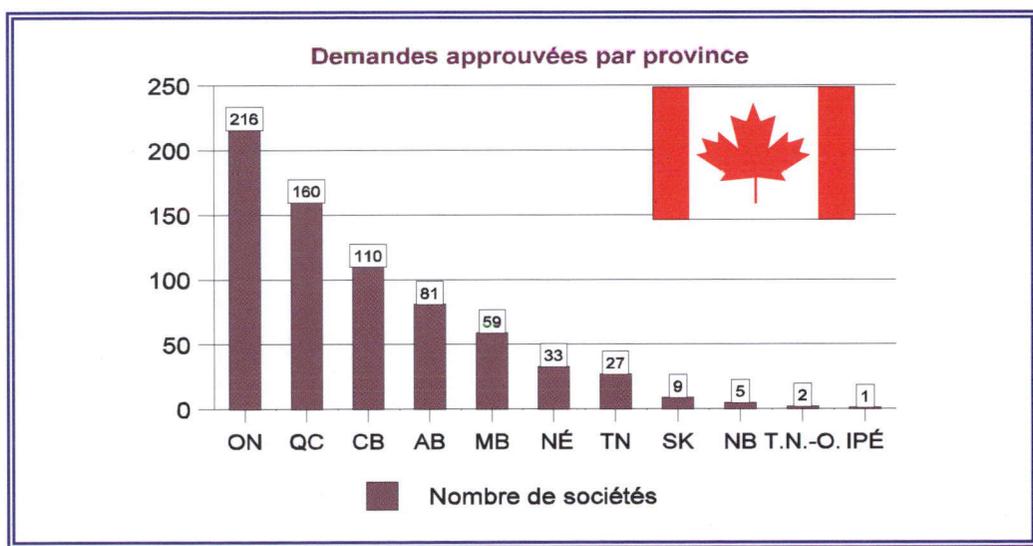
“Votre aide financière est nécessaire pour des PME comme la nôtre compte tenu du fait que les budgets doivent être considérables à l’exportation et sont nécessaires afin d’assurer l’expansion de l’entreprise.” - *Lyne Malboeuf, Conseiller en Marketing, Duo Vac Inc., Laval, Québec*



DEMANDES PDME PAR PROVINCE

Les 216 entreprises de l'Ontario ont représenté 31 p. 100 des 703 demandes approuvées en 1996-1997, suivies de celles du Québec avec 23 p. 100 (160 entreprises) et de la Colombie-Britannique avec 16 p. 100 (110 entreprises).

C'est au Québec qu'on a enregistré la plus forte augmentation du nombre des demandes approuvées. Le nombre des sociétés du Québec dont les demandes ont été approuvées est passé de 131 en 1995-1996 à 160 en 1996-1997. Les entreprises québécoises ont également accès au programme provincial APEX (Programme d'aide à la promotion des exportations), qui fournit une aide non remboursable servant à appuyer des activités de développement des marchés d'exportation. Le PDME est donc une source d'aide de dernier recours pour les entreprises québécoises lorsqu'elles sont inadmissibles à l'APEX, notamment en raison de leur taille, ou que le budget de ce programme est épuisé. La plus grande accessibilité du PDME au Québec (grâce à l'aide des bureaux du BFDR(Q)), conjuguée à une certaine réduction du programme APEX et aux changements qui lui ont été apportés, semble toutefois avoir plus que compensé ce facteur en 1996-1997.





“Le PDME a joué un rôle fondamental en aidant Aiolos à soumissionner des contrats à ses débuts. Nous avons en recours au PDME surtout pour les marchés en bordure du Pacifique, où les frais de marketing et les risques sont élevés. Sans le soutien du PDME, nous n’aurions pas soumissionné la plupart des projets.

“Le PDME est très profitable pour notre entreprise et il joue un rôle crucial dans certains cas. En outre, nous recevons sur place un solide appui des ambassades ou des consulats. Le soutien que nous obtenons sur ces deux plans est inestimable.” - *Dr. Gary M. Elfstrom, Directeur de développement des affaires, Aiolos Engineering Corporation, Toronto, Ontario*

“À titre de bénéficiaire du PDME, notre entreprise est heureuse de faire savoir qu’elle connaît beaucoup de succès sur le marché international en grande partie grâce au PDME. Nous avons débuté en 1993, et nos produits sont maintenant employés activement dans une quinzaine de pays. Sans un programme comme de PDME, il aurait été difficile pour nous de connaître un tel succès aussi rapidement. Nous appuyons ce programme et espérons qu’il demeurera en place.” - *John Simmons, Président, StreetPrint Pavement Texturing, Victoria, Colombie Britannique*

“Le PDME a permis à Ulscan de pénétrer certaines parties du marché des États-Unis qu’elle n’aurait pas pu pénétrer pour des raisons financières. L’entreprise a, par conséquent, augmenté son chiffre d’affaires, qui est passé de 300 000 \$ en 1993 à 2 625 000 \$ en 1997.

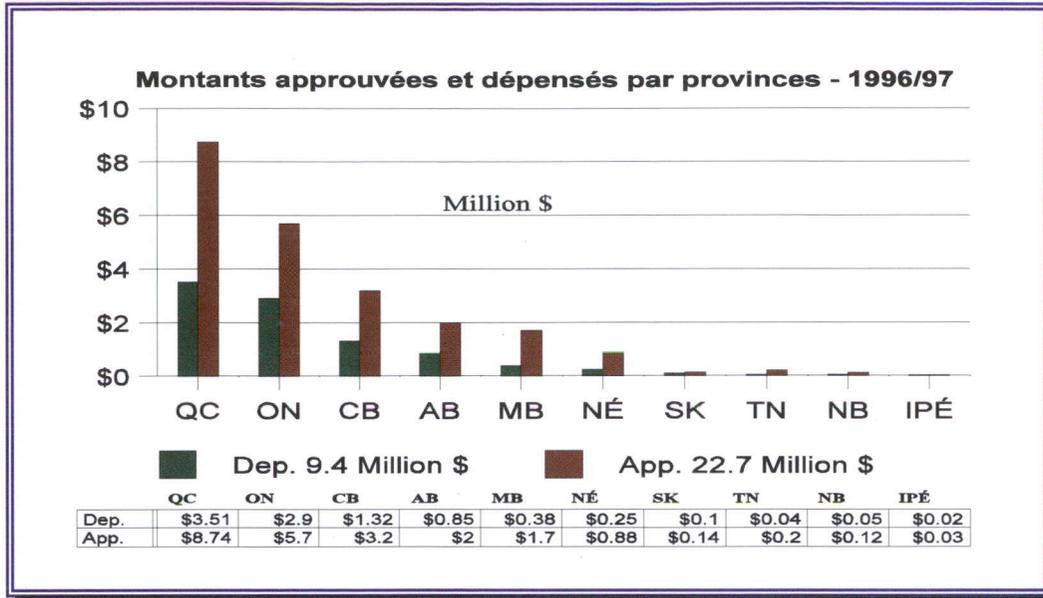
“Le nombre d’employés et de fournisseurs de MIFAB s’est accru, passant de 20 en 1993 à 65 en 1997.” - *Mike Whiteside, Président, MIFAB, A division of Ulscan Mechanical Sales Ltd., Mississauga, Ontario*

MONTANTS APPROUVÉS ET DÉPENSÉS PAR PROVINCE

Pour la première fois dans l'histoire du Programme, les entreprises du Québec ont dépassé celles de l'Ontario pour les montants approuvés et dépensés. Depuis que l'élément Stratégies de développement des marchés (SDM) du PDME et l'aide aux nouveaux exportateurs ont été transférés aux douze bureaux du BFDR(Q) au Québec, en 1995, l'utilisation du Programme s'est accrue chaque année.

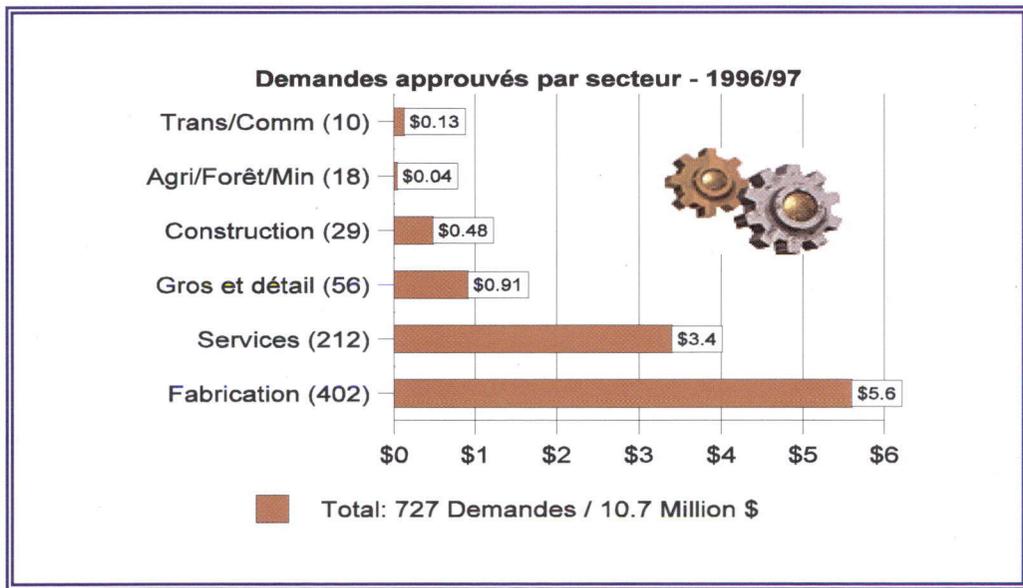
Les entreprises du Québec ont obtenu 8,7 millions de dollars en aide approuvée, dont 3,1 millions de dollars ont été dépensés, suivies de celles de l'Ontario, qui ont obtenu 5,5 millions de dollars en aide approuvée, dont 2,6 millions de dollars ont été dépensés. Ces deux provinces étaient suivies de la Colombie-Britannique et de l'Alberta pour lesquelles des montants de 3,1/1,2 millions de dollars et de 2,0/0,69 millions de dollars ont été respectivement approuvés/dépensés.

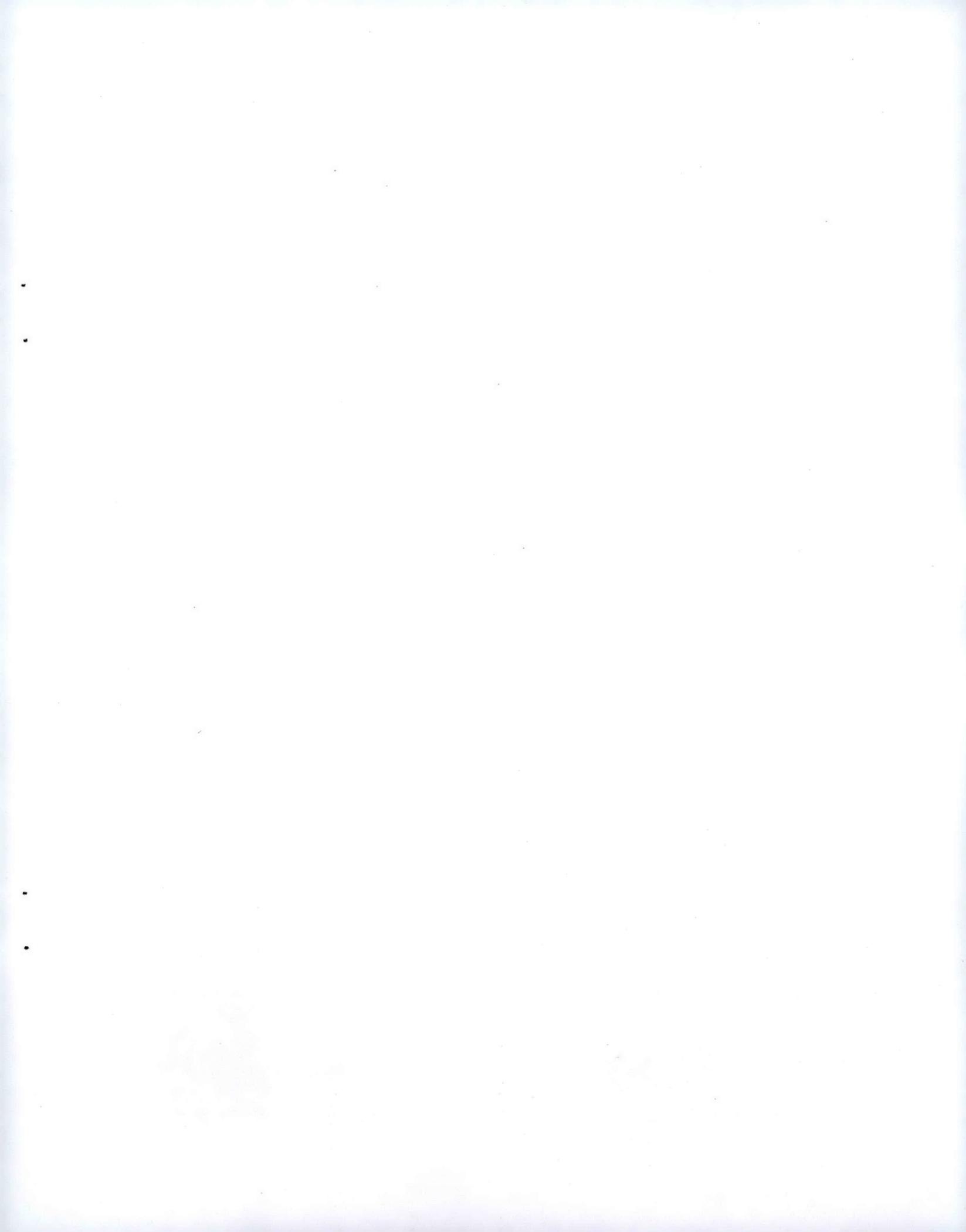




DEMANDES APPROUVÉES PAR SECTEUR DE L'INDUSTRIE

Les 727 demandes de sociétés et d'associations industrielles qui ont été approuvées reflétaient toute la gamme des secteurs industriels du Canada. Dans le secteur manufacturier, 402 entreprises se sont partagé 5,6 millions de dollars d'aide PDME approuvée. Ce secteur était suivi de celui des services, dont 212 entreprises se sont partagé 3,4 millions de dollars.





Les entreprises de construction ont reçu 483 000 dollars et les sociétés de vente au détail et de vente de gros ont obtenu 906 000 dollars, ces montants étant répartis entre 56 entreprises. Seulement 18 entreprises des secteurs agricole, forestier et minier ont eu recours au PDME : elles ont reçu 41 000 dollars.

“Nous n’aurions pas eu les moyens de publier de la documentation (brochures et bulletins) sur nos principales exportations sans le soutien du PDME. Ces documents ont permis à notre petite entreprise canadienne de se tailler une place unique sur le marché dans une industrie dominée par de grandes multinationales. Bref, le soutien du PDME a permis à Westcan de diffuser son message sur des marchés asiatiques qui n’auraient autrement jamais entendu parler d’elle.

“Les ventes directement liées au PDME devraient atteindre 5 millions de dollars d’ici 5 ans. Étant donné le succès remporté sur les marchés d’exportation, nous avons dépensé 4 millions de dollars pour agrandir notre usine. Nous pourrions ainsi produire 20 000 tonnes de plus par année et créer 3 emplois. Le PDME nous a permis d’obtenir les fonds supplémentaires grâce auxquels nous avons pu entreprendre notre programme de commercialisation de nos exportations.” - *Art Froehlich, Président, Westcan Malting Ltd., Alix, Alberta*

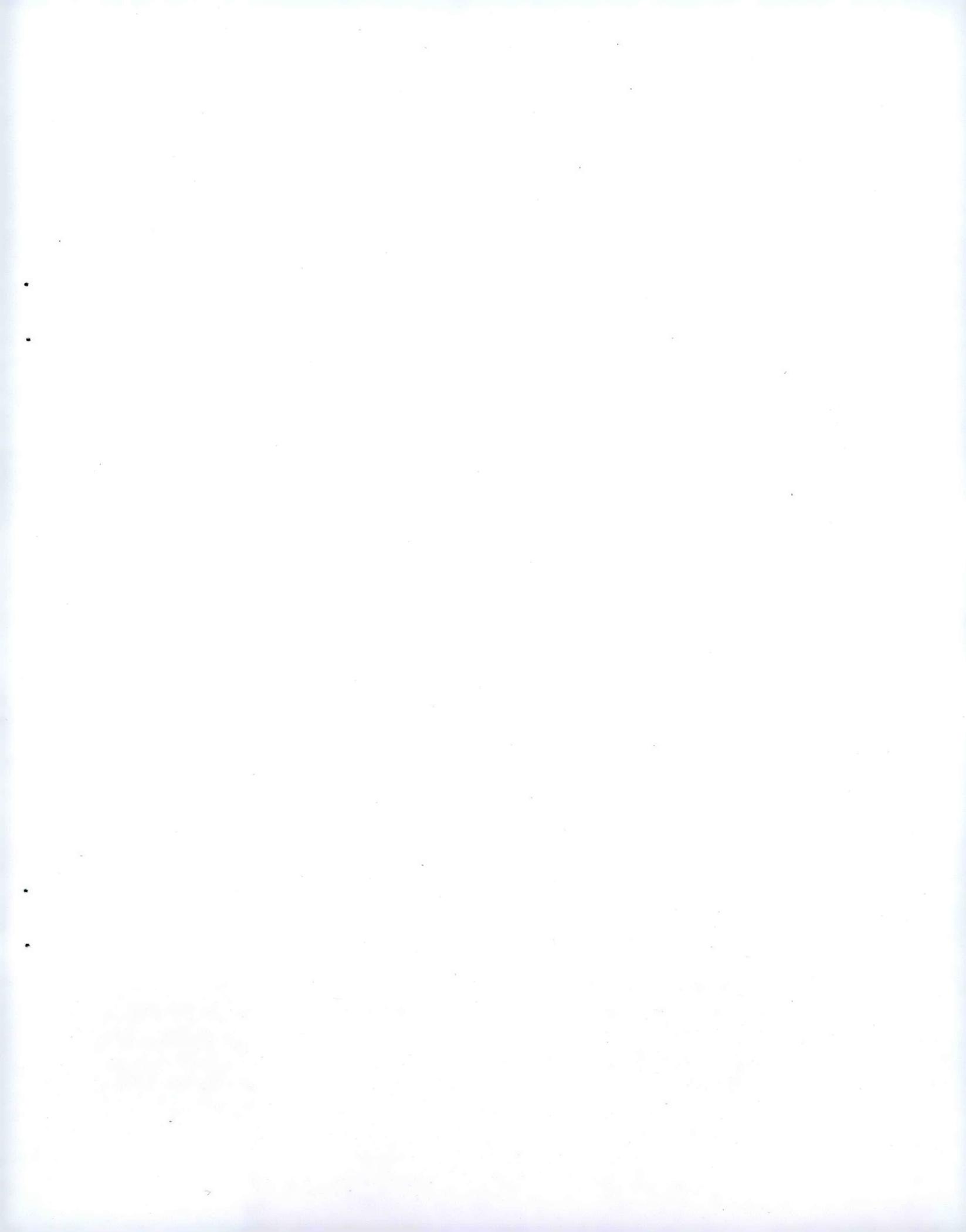
“Le PDME nous a procuré des ressources financières supplémentaires, qui nous ont permis de pénétrer le marché avec une plus forte présence aux États-Unis et d’attirer l’attention d’acheteurs éventuels beaucoup plus rapidement que nous aurions pu le faire autrement.

“L’une des forces du programme est qu’il est assez souple pour s’adapter aux réalités du monde des affaires. Nous sommes en outre très impressionnés par le fait que la création d’une page Web est maintenant une dépense admissible.

“Le PDME permet à tous d’être gagnants.” *John Michener, Directeur de la planification, Veriteq Instruments Inc., Richmond, Colombie Britannique*

“L’aide financière que notre entreprise a reçue du programme gouvernemental a été très utile, car elle nous a permis de participer à certaines foires commerciales afin de présenter notre nouveau produit ‘LUMI-2000’ sur le marché international.

“Votre programme et votre aide ont vraiment contribué à la décision d’A-1 Airtek de se lancer sur le marché international.” - *Normand Verret, Président, A-1 Airtek, Edmundston,*

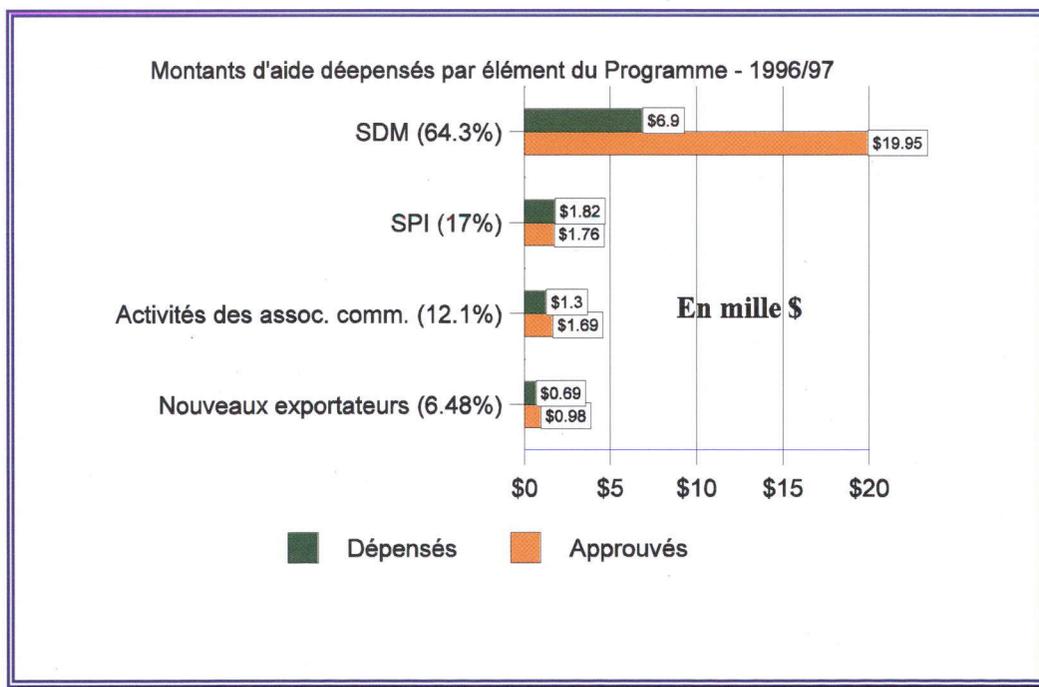


MONTANTS D'AIDE DÉPENSÉS PAR ÉLÉMENT DU PROGRAMME

La restructuration du Programme en 1993 a considérablement amélioré son efficacité. Elle visait à aider les sociétés à exécuter une Stratégie de développement des marchés (SDM) comportant plusieurs activités réparties sur un ou deux ans plutôt qu'à leur offrir une aide destinée à une seule activité, comme cela se faisait avant 1993. En plus de réduire la paperasserie et les coûts administratifs pour l'industrie et le gouvernement, elle a amené les entreprises à adopter une approche à long terme et davantage axée sur les marchés en ce qui a trait à l'établissement de leurs produits, technologies ou services sur un marché d'exportation. Les utilisateurs du PDME ont aussi considéré comme des améliorations importantes l'allongement notable de la liste des coûts admissibles et l'assouplissement du régime de remboursements.

STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS (SDM)

En 1996-1997, une aide de 19,95 millions de dollars pour les SDM a été approuvée, dont 6,9 millions de dollars ont été dépensés avant la fin de l'exercice. Ce montant correspondait à plus de 64 p. 100 de la somme totale de 10,73 millions de montant correspondait à 64,3 p. 100 de la somme totale de 10,73 millions de dollars dépensée par les entreprises et les associations en vertu du Programme, comparativement à 6,03 millions de dollars en 1995-1996.





ÉLÉMENT	\$ APPROUVÉS	\$ DÉPENSES
Nouveaux Exportateurs	980 930 \$	696 161 \$
Activités des Associations Commerciales	1 696 993 \$	1 304 646 \$
Soumissions pour des projets d'immobilisations	1 767 088 \$	1 823 384 \$
Stratégies de développement des marchés	19 955 873 \$	6 906 433 \$

“Alberta Garment Manufacturing a grandement bénéficié du premier voyage effectué aux États-Unis grâce à la contribution du PDME. Vous devriez être fier du PDME. Nous le sommes vraiment. Grâce à ce programme, notre chiffre d'affaires devrait grimper de 50% et une cinquantaine d'emplois devraient être créés.

“Sans le PDME, AGM ne serait pas l'un des principaux acteurs sur le marché des fournisseurs de pantalons sports de marque de distributeur. Je vous en prie, ne réduisez pas vos budgets. Il faudrait, au contraire, aider davantage les petites et moyennes entreprises à explorer les débouchés qu'offre le marché les États-Unis.” - *Adrian Bussoli, Vice-Président Étude des Marchés, Alberta Garment Manufacturing Co. Ltd., Calgary, Alberta*

“Grâce au programme, Canarail s'est vu octroyer un contrat de vente de locomotives au Gabon; programme qui nous a également permis de développer et de renforcer notre présence dans le marché de l'Afrique de l'Ouest.” - *Mathieu Abbott, Ajoint marketing, Consultants Canarail Inc., Montréal, Québec*

“Le PDME nous a aidés à faire davantage de publicité, à participer à plus d'expositions et à consacrer plus de temps à des projets. Nous avons recruté un employé à temps plein pour le marketing et la vente. Je crois que nous pourrons réaliser une percée cette année dans les marchés sur lesquels nous nous concentrons et, comme je le dis souvent, cela ne se produit pas du jour au lendemain.

“Notre expérience du PDME a été positive jusqu'à maintenant et je suis persuadé qu'elle le demeurera.” - *Bob Bona, Président, Scotian Homes, Enfield, Nouvelle-Écosse*



SOUSSIONS POUR DES PROJETS D'IMMOBILISATIONS (SPI)

Le PDME aide les sociétés en absorbant une part des coûts associés à la soumission de grands projets d'immobilisations à l'étranger. En 1996-1997, cet élément a représenté 1,8 million de dollars ou 17 p. 100 des dépenses du PDME. Ce total englobait 902 689 dollars en dépenses engagées par les centres de commerce international (les approbations ont totalisé 1,76 million de dollars) et 921 000 dollars en dépenses au titre de l'aide approuvée par l'AC d'Industrie Canada en vertu des critères d'admissibilité des sociétés aux SPI appliqués avant 1995. En 1995-1996, les approbations et les dépenses ont totalisé 3,54 et 2,39 millions de dollars, respectivement. La baisse d'utilisation de cet élément du Programme est attribuable au resserrement du critère d'admissibilité des sociétés en 1995. L'aide au titre des SPI, qui était auparavant accordée indépendamment de la taille des requérants, est maintenant concentrée sur les sociétés plus petites ayant un chiffre d'affaires de 10 millions de dollars ou moins. On peut comprendre que le risque et le coût élevés des soumissions pour des projets d'immobilisations à l'étranger, conjugués à leur nature très concurrentielle, en font une activité qui intéresse peu les petites entreprises.

NOUVEAUX EXPORTATEURS (NE)

Appliquée en 1993-1994 avec l'élément des SDM, cette composante du Programme est axée sur les besoins particuliers des petites sociétés n'ayant guère ou pas d'expérience dans le domaine de l'exportation. Une société de cette catégorie peut recevoir une aide maximale de 7 500 dollars pour effectuer une visite de marché ou participer à une foire commerciale sur un marché qu'elle veut explorer. La somme de 980 000 dollars a été approuvée, dont 696 000 dollars ont été dépensés par 234 sociétés. Ce montant a représenté 6,48 p. 100 du budget total du PDME.

ACTIVITÉS DES ASSOCIATIONS COMMERCIALES

La composante Activités des associations commerciales du PDME permet d'assurer un soutien non remboursable aux organisations commerciales ou industrielles nationales sans but lucratif qui entreprennent des activités de promotion, de collecte de renseignements sur les marchés ou d'amélioration de l'accès aux marchés au nom de leurs membres. Le Ministère a approuvé 1,69 million de dollars en aide destinée à 24 associations commerciales; la somme de 1,3 million de dollars a été dépensée en 1996-1997.



“Je ne saurais trop insister sur le fait que l’appui du PDME a aidé notre entreprise à pénétrer les marchés d’exportation qu’elle avait ciblés grâce au soutien financier du gouvernement. Les commandes confirmées provenant de la région visée par l’aide du PDME dépassent à ce jour les 1 600 000 \$, et des contrats supplémentaires devraient faire passer ce montant à environ 5 000 000 \$.” - *Dan L. Fritz, Queenship Yacht Works Inc., Maple Ridge, Colombie Britannique*

“Nous tenons à vous mentionner que sans ce programme, il nous aurait été impossible de faire nos travaux de recherche et de développement pour percer le marché japonais.

“Ce programme nous a permis:

- 1) Adapter notre produit au marché visé ainsi que l’adaptation de notre documentation;
- 2) Faire nos analyses relatives au marché;
- 3) Définir notre stratégie d’entrée sur ce marché.

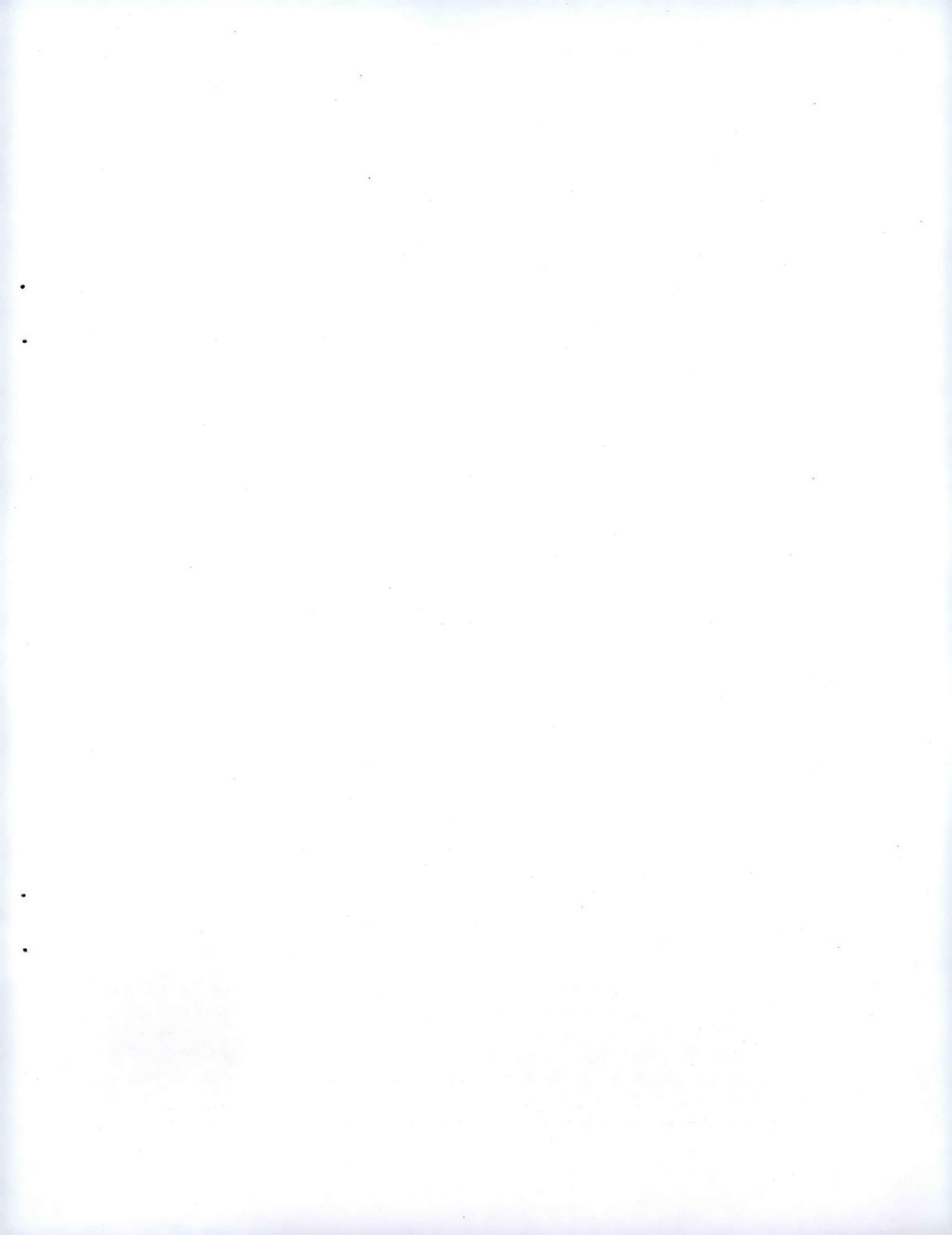
“Nos objectifs de vente ont été atteints et même dépassés lors des deux premières années. Dans notre secteur d’activités, il était crucial de débiter les activités sur le marché de l’exportation sinon nous aurions eu beaucoup de difficultés à assurer la survie de l’entreprise.” - *Céline Trépanier, Vice-présidente marketing, Les Industries Fermco ltée., St-Adelphe, Québec*

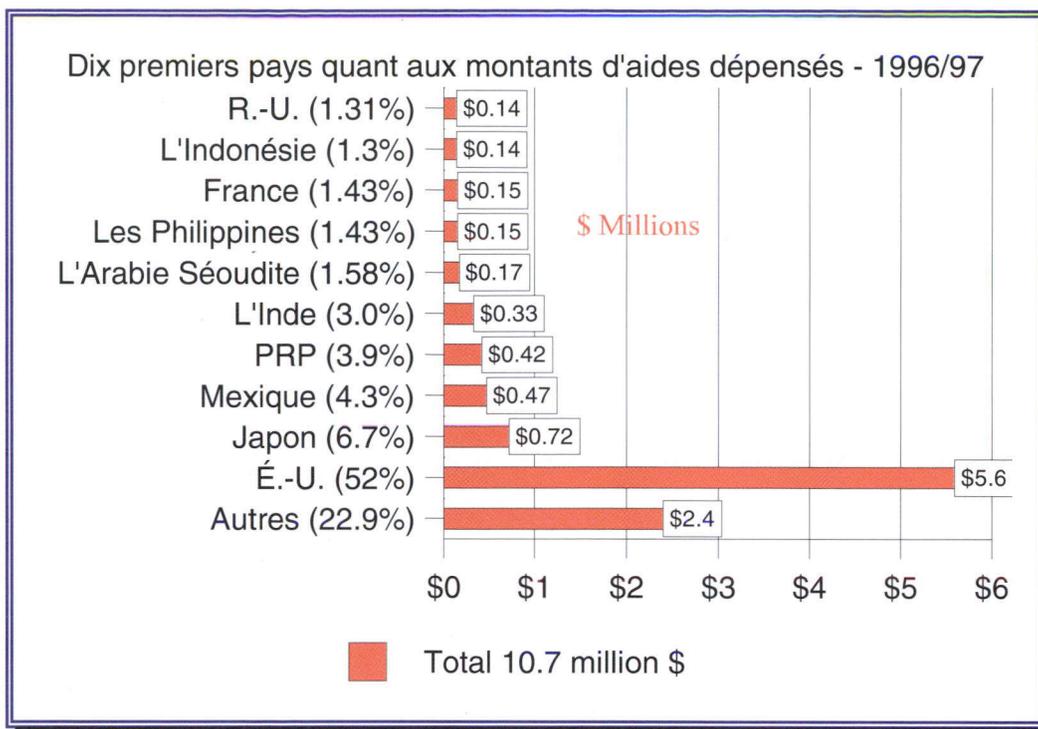
“La société Garneau est très satisfaite du PDME.

“Garneau n’a participé qu’au volet Soumissions pour projets d’immobilisation. Ce programme nous permet d’explorer les possibilités qu’offrent les grands projets internationaux, ceux que nous n’aurions peut-être pas soumissionnés auparavant étant donné les risques financiers possibles. Le programme a donc élargi nos débouchés et nous a encouragés à mettre davantage l’accent sur l’aspect marketing.” - *Darlene Drover, Gestion de Vente, Garneau Inc., Nisku, Alberta*

DIX PREMIERS PAYS POUR LES MONTANTS D'AIDE DÉPENSÉS

En 1996-1997, le premier marché visé par les activités de développement des marchés des sociétés canadiennes appuyées par le PDME était les États-Unis avec 5,5 millions de dollars ou 52 p. 100 des dépenses totales, soit 6,9 p. 100 de plus qu'en 1995-1996. Il était suivi du Japon avec 718 000 dollars ou 6,7 p. 100 des dépenses; l'année précédente, le Japon ne comptait que pour 270 000 dollars. Cette année, le Mexique s'est classé troisième avec 467 000 dollars ou 4,3 p. 100; l'année dernière, il occupait également la troisième place avec 440 000 dollars ou 4,6 p. 100.





La Chine et le Royaume-Uni ont connu une baisse marquée de popularité comme marchés cibles (les dépenses tombant de 970 000 à 424 000 dollars dans le cas de la Chine, et de 301 000 à 141 000 dollars dans celui du Royaume-Uni). Les pays qui ont été éliminés du peloton des dix premiers sont Hong Kong (de 170 000 à 72 000 dollars), le Liban (de 172 000 à 39 000 dollars) et la Corée (de 236 000 à 5 000 dollars).

Les dépenses pour l'Inde ont grimpé, passant de 77 166 dollars en 1995-1996 à 331 796 dollars en 1996-1997. L'Inde, qui ne se classait pas dans le peloton des dix premiers l'an dernier, s'est haussée à la cinquième place cette année.

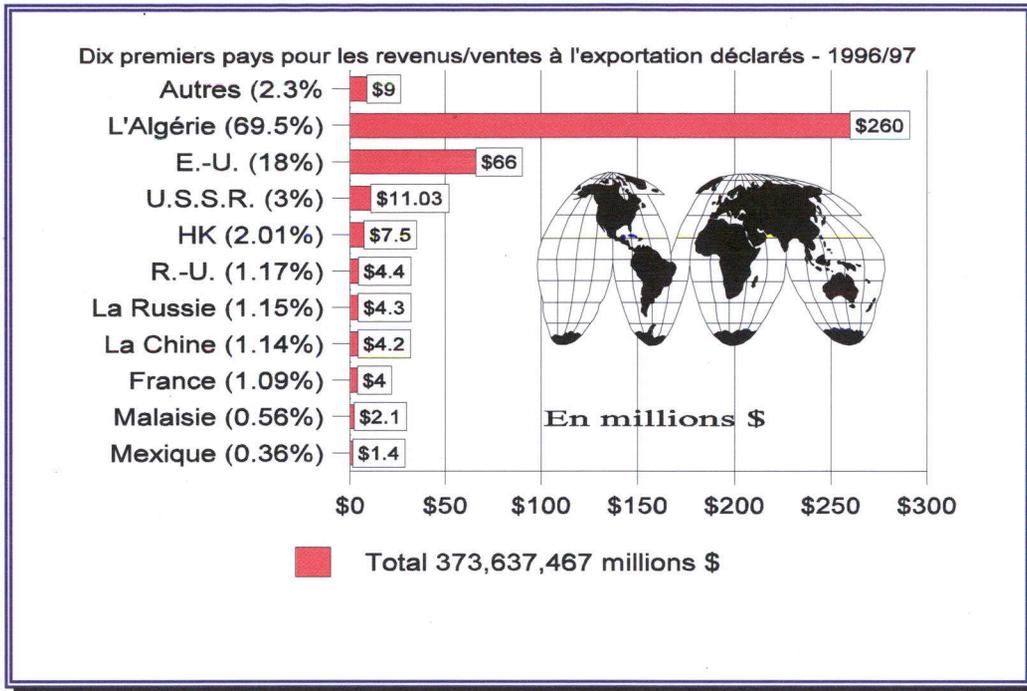
DIX PREMIERS PAYS POUR LES EXPORTATIONS/ REVENUS DÉCLARÉS

Les bénéficiaires de l'aide du PDME doivent déclarer toutes les ventes additionnelles effectuées sur le marché cible au cours de la période visée et pendant les trois années qui suivent. Le remboursement de l'aide est basé sur 4 p. 100 de ces ventes annuelles additionnelles.

En 1996-1997, 420 sociétés ont déclaré des exportations de 373,6 millions de dollars attribuables à leurs activités de développement des marchés appuyées par le PDME. Les ventes déclarées par les sociétés ayant reçu de l'aide en 1995-1996 avaient totalisé 233,3 millions de



dollars. Les ventes à l'Algérie déclarées en 1996-1997 se sont élevées à 260 millions de dollars ou 70 p. 100 de toutes les ventes déclarées, chiffres attribuables à la soumission d'un grand projet d'immobilisations, qui a été remporté par un soumissionnaire appuyé par le PDME. Suivaient les ventes déclarées aux États-Unis (65,8 millions de dollars ou 17,6 p. 100 du total des ventes déclarées) ainsi qu'à la Russie et à plusieurs anciens membres de l'Union des Républiques socialistes soviétiques (11 millions de dollars ou 0,3 p. 100 du total).



“Le PDME a joué un rôle déterminant dans notre pénétration du marché japonais. Nous n’aurions pas eu les moyens de pénétrer ce marché sans aide.

“Les formalités administratives ont été minimales, et le processus rapide. À titre d’entreprise qui avait besoin de l’aide de son gouvernement, je n’ai que des commentaires élogieux à faire.

“Notre entreprise a continué de croître considérablement ces derniers mois, et le nombre d’employés a doublé, passant de 4 à 9. Ces chiffres montrent l’importance que le PDME revêt pour notre entreprise.” - *Jim Holden, Président, Pacific Brewing Industries, White Rock, Colombie Britannique*



“Cette aide a été cruciale pour notre entreprise, car elle nous a permis d’obtenir de l’information commerciale et d’établir des relations avec d’éventuels acheteurs. Le programme s’est avéré des plus utiles, car les sommes qui peuvent être consacrées au marketing sont limitées vu l’importance des frais de démarrage d’une telle entreprise. Ce soutien financier a donc contribué à notre effort de marketing.” - *Steve Nicks, Président, Cape Shore Seafoods, St. Mary’s Bay, Terre-Neuve*

“...l’aide que nous avons reçue du programme PDME a contribué de façon significative à notre implantation en Asie.

“En effet, même si nous n’avons pas obtenu le projet pour lequel nous avons sollicité une aide financière, le fait que nous ayons pu réduire grâce à l’aide gouvernementale notre coût d’accès à cet appel d’offres, nous a permis de consacrer l’équivalent à d’autres offres, pour lesquelles nous avons eu du succès, ce qui se traduit par 3 - 4 années personnes pour des spécialistes canadiens dans le domaine de l’éducation.” - *Claude Beaudry, Ph.D., Vice-président, International, Tecsalt Eduplus Inc., Montréal, Québec*

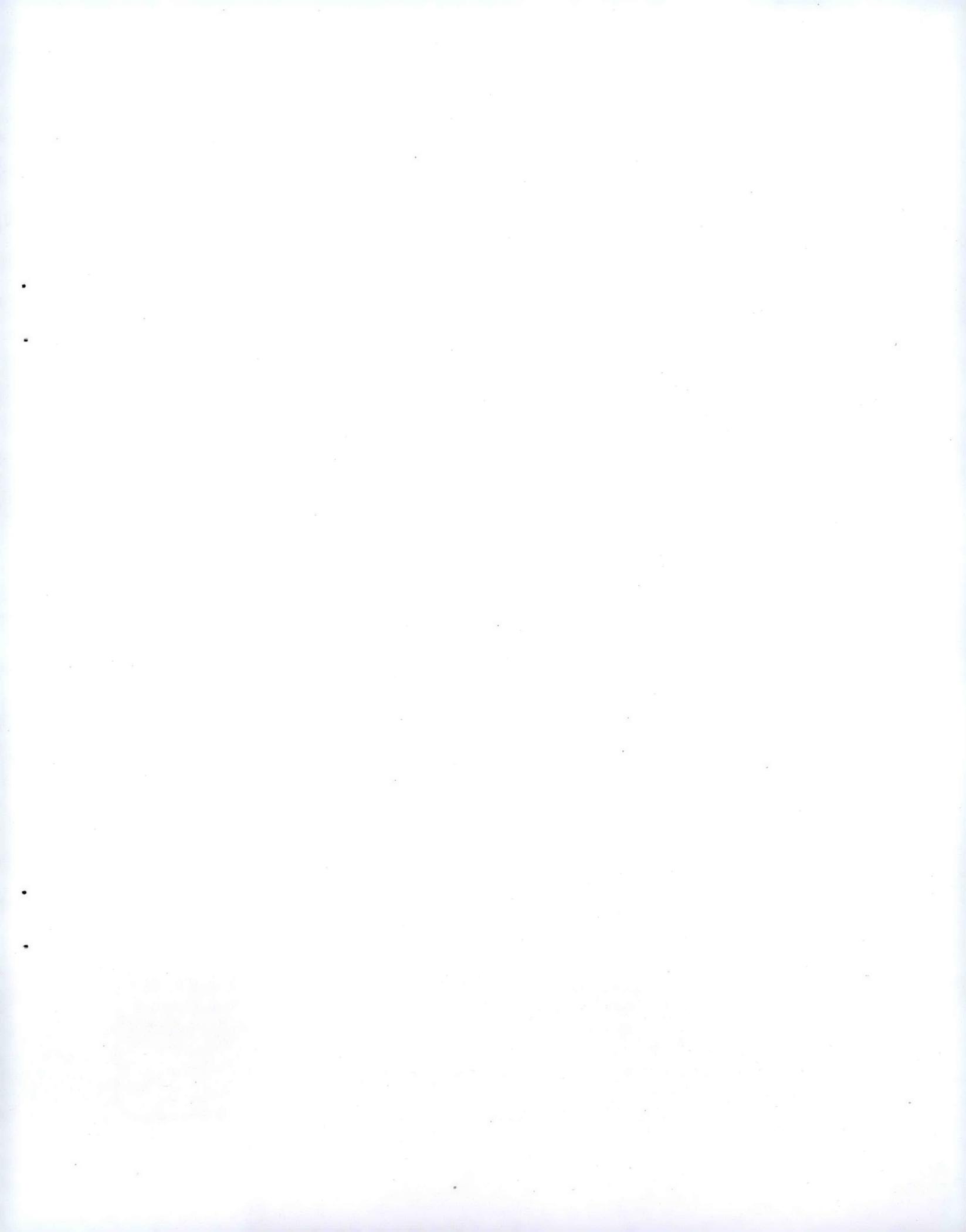
Résultats de l'enquête de 1996-1997 auprès des utilisateurs du PDME

Comme en 1995 et 1996, toutes les sociétés qui ont reçu une aide du PDME pendant l'exercice 1996-1997 ont été sondées par la Direction du développement des exportations du MAECI en juin 1997. Sur les 685 sociétés sondées par la poste, 140 ou 20 p. 100 ont répondu au questionnaire.

L'objectif de l'enquête était de déterminer si l'aide accordée à la société bénéficiaire avait contribué à son succès sur son marché cible, d'évaluer l'utilité du Programme et d'obtenir les vues de la société sur la façon dont le Programme pourrait être amélioré.

Aux fins de cette enquête, le « succès » est défini par des exportations ou des contrats réels, par un accord de distribution ou de représentation, par une coentreprise, par l'identification de représentants, de distributeurs ou d'acheteurs potentiels ou par la collecte de renseignements sur les marchés et d'informations commerciales utiles.

Sur les 140 répondants, 43 p. 100 ont déclaré que l'aide reçue du PDME avait contribué à la réalisation d'exportations ou à la conclusion de contrats et qu'ils anticipaient d'autres succès. En outre, 16 p. 100 ont déclaré prévoir certaines ventes d'ici un an même s'ils n'avaient pas encore réalisé de ventes ou signé de contrats. De plus, 23 p. 100 ont déclaré s'être trouvé un distributeur ou un agent pour les représenter sur le marché cible.



Parmi les 140 répondants, 15 p. 100 ont mentionné avoir établi de bons contacts (c.-à-d. trouvé des acheteurs ou des représentants potentiels sur le marché cible) ou avoir recueilli des renseignements sur les marchés ou des informations commerciales utiles en raison de leurs activités appuyées par le PDME.

Seulement trois répondants, soit moins de 3 p. 100, n'ont déclaré aucun résultat utile ou tangible à la suite de leurs activités de développement des marchés d'exportation appuyées par le PDME.

“Notre entreprise a grandement bénéficié de votre récente contribution. Grâce à votre aide, elle a pu participer à la foire commerciale de l’ITSEC à Orlando, en Floride. Il s’agit de la plus vaste et de la plus importance foire de l’industrie de la simulation et de la formation. Notre présence à cet événement nous a permis de repérer directement un client éventuel et de conclure rapidement une transaction.

“Le PDME s’avère utile en fournissant aux exportateurs de l’aide sur le plan du marketing. Contrairement à de nombreux programmes gouvernementaux, le processus de demande d’aide est simple et direct, et il y a peu de formules à remplir. Nous avons pu constater en outre que le traitement des demandes s’effectue rapidement, ce qui présente un autre avantage important.” - *Aaron Friedman, Vice-président, Finances, Virtual Prototypes Inc., Montréal, Québec*

“Sepp’s poursuit sa progression aux États-Unis. Nous trouvons chaque mois de nouveaux distributeurs et de nouveaux courtiers, mais cela n’est pas facile. Le PDME s’est avéré utile à des égards auxquels je n’aurais pas pensé au début.

“Il nous a entre aidés à supprimer la peur de dépenser qu’ont généralement les petites entreprises. Les États-Unis sont un grand pays, et lorsque vous vous lancez sur un vaste marché vous pouvez en sortir soit gagnants soit perdants.

“Le programme nous a également aidés à nous attaquer à un territoire plus grand que nous l’aurions normalement fait. Sepp’s vend maintenant ses gaufres, ses pains d’épice et ses produits de charcuterie de marque de distributeur sur la côte est des États-Unis.” - *Ted Lawson, Directeur des ventes nationale, Sepp’s Gourmet Foods Ltd., Langley, Colombie Britannique*



“L’aide du PDME a contribué au succès de notre entreprise au fil des ans, car nous y avons recours depuis 1980. La plupart des produits sont vendus partout dans le monde. Il faut donc se rendre notamment en Europe, en Asie et en Amérique du Sud et participer à des foires commerciales, où nous présentons des biens d’équipement. Sans le PDME, une entreprise de la taille de Canbar trouverait les coûts prohibitifs.

“Chez Canbar, nous avons toujours perçu le programme comme un outil inestimable pour la commercialisation et la vente de nos produits. Il nous permet de participer à des foires commerciales à l’étranger et d’effectuer des visites de suivi dans des pays qui ne nous seraient pas accessibles si nous devions nous limiter à notre propre budget.

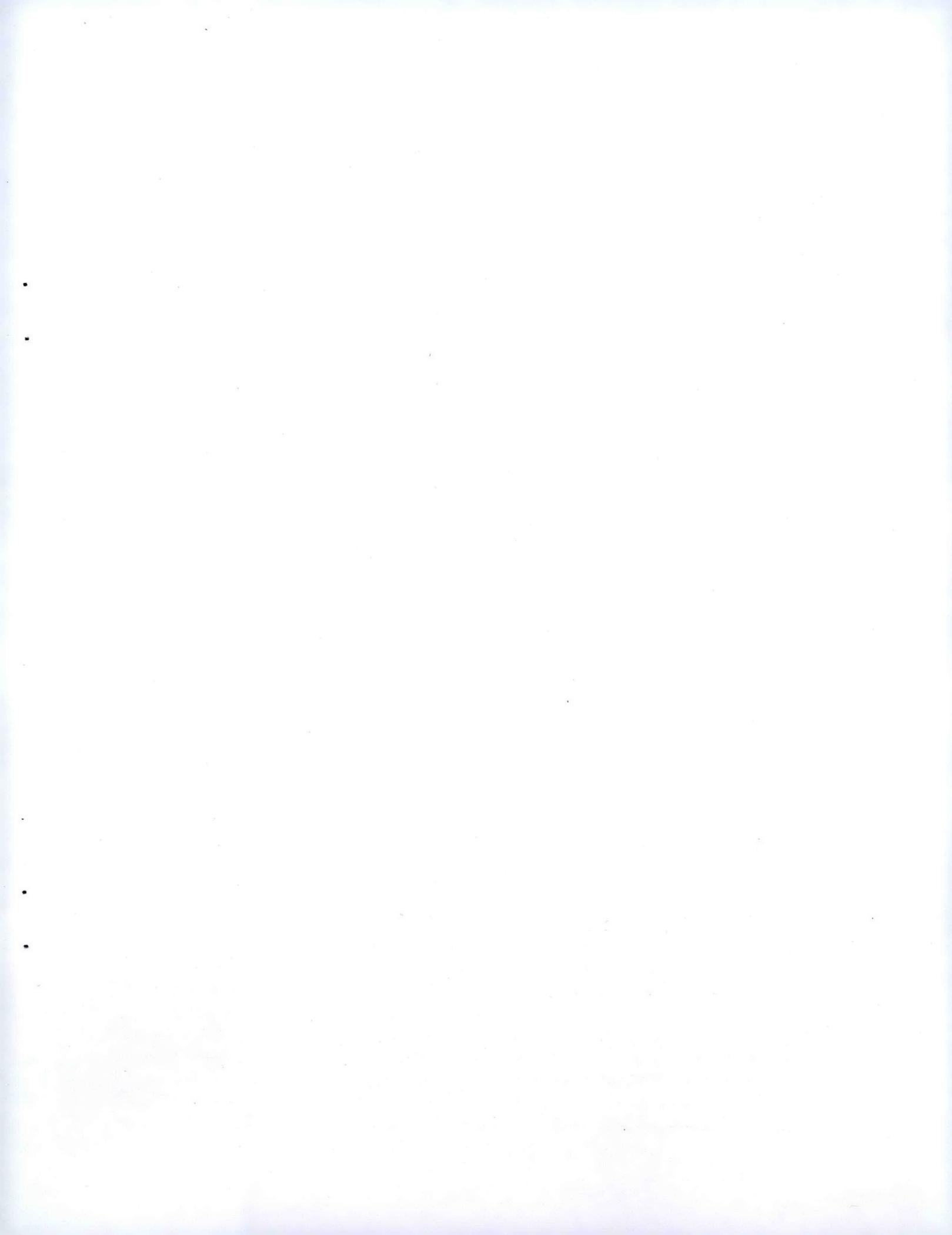
“La force du programme est, à mon avis, qu’il est accessible aux petits fabricants qui exportent ou qui envisagent d’exporter pour la première fois. Le partage des coûts aide à réduire les répercussions initiales sur les petits budgets de vente, et le système de remboursement n’impose pas de privation au cours d’une année donnée. La rapidité d’exécution et de réponse est extrêmement utile.” - *J. A. Smith, Vice-président, Marketing et ventes, Canbar Inc., Waterloo, Ontario*

Plus des deux tiers des 140 répondants ont rapporté plus d'un résultat attribuable à leurs activités appuyées par le PDME -- comme des ventes réelles et un accord de distribution et/ou de représentation.

Plus du tiers des 137 répondants qui ont déclaré que l'aide reçue les avait aidés dans leurs efforts de développement des marchés d'exportation ont mentionné que cette aide avait été « essentielle », « cruciale » ou « très importante ». Seulement trois répondants ont explicitement mentionné que le Programme ne leur avait pas été utile.

Dans la lettre accompagnant le questionnaire, les sociétés sondées étaient aussi priées de formuler leurs vues sur l'accessibilité du Programme et sur la façon dont il était exécuté. Le quart des répondants ont mentionné que l'accessibilité et l'exécution du Programme étaient bonnes ou satisfaisantes; une autre tranche de 24 p. 100 des répondants les ont décrites comme étant « excellentes », « très bonnes pour l'utilisateur », « extrêmement utiles » ou « très bonnes ».

Seulement quatre répondants ont exprimé des réserves quant à l'accessibilité et à l'exécution du Programme et environ la moitié des 140 répondants n'ont exprimé aucune opinion. Les préoccupations exprimées par les quatre répondants concernaient le temps requis pour obtenir une approbation ou l'inattention du personnel d'exécution. Toutefois, 60 p. 100 ont suggéré des modifications ou des améliorations au Programme, dont certaines touchant son exécution. Onze répondants ont suggéré qu'on pourrait accélérer l'approbation des demandes et le remboursement des dépenses. Les changements les plus communément suggérés (par 32 p. 100 des répondants) touchaient toutefois l'offre d'une aide supplémentaire et notamment l'admissibilité des frais de logement et de repas.



Certaines des suggestions les plus intéressantes proposaient l'établissement d'un lien « automatique » ou « bien plus étroit » entre l'aide approuvée par le PDME et l'offre garantie d'un soutien et d'une aide de l'ambassade à l'appui du plan de développement des marchés approuvé par le PDME pour le marché cible de la société (suggestion faite par cinq répondants). Parmi les autres suggestions, mentionnons un relèvement du niveau de l'aide accordée aux sociétés qui connaissent du succès, l'intégration à l'élément SDM d'un avis d'intention de type SPI (les dépenses supportées à compter de la date de l'avis seraient admissibles si l'approbation était finalement donnée), et l'ajout à l'élément SDM d'une aide pour le premier voyage de prospection de tout requérant sur un marché.

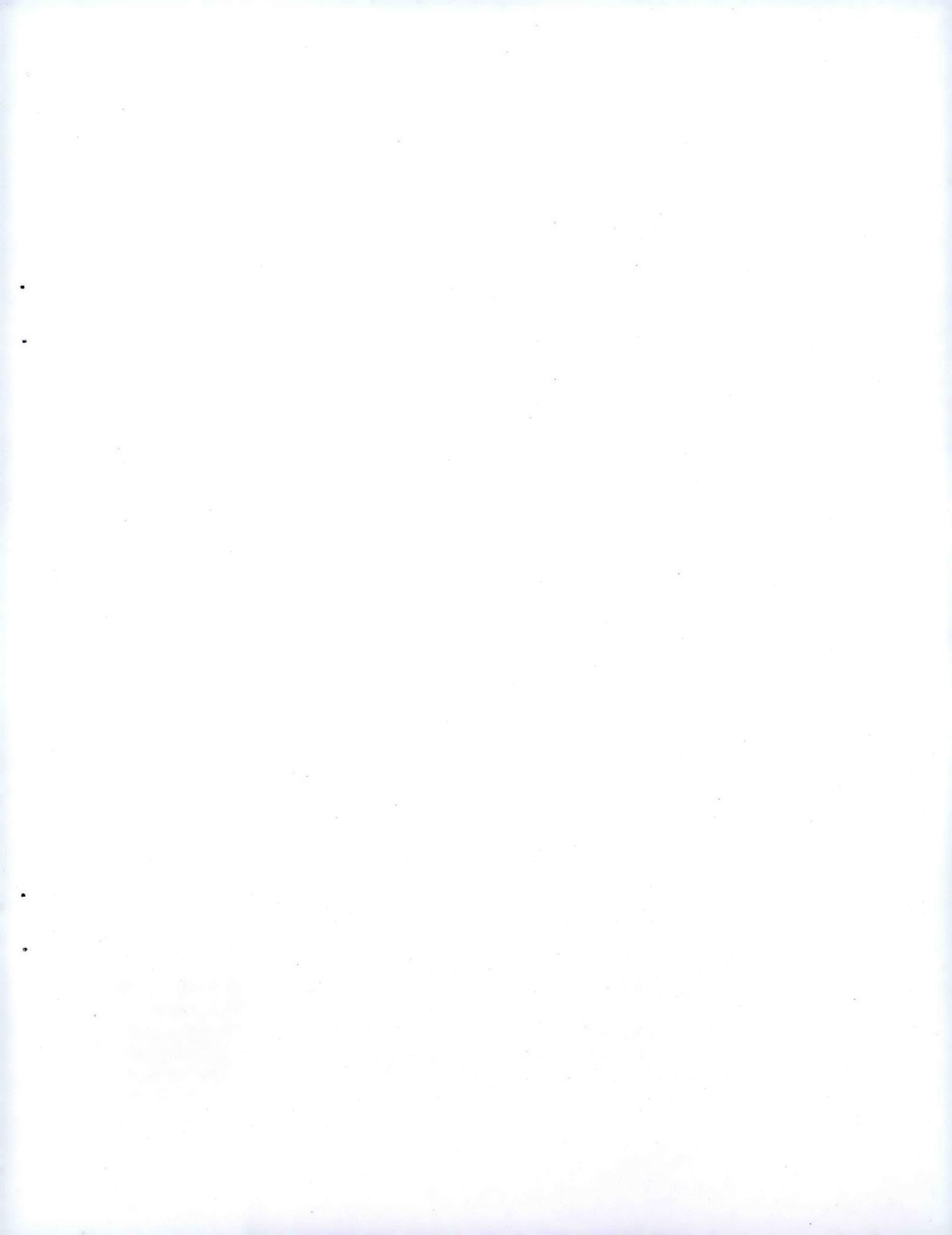
“Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) offre une excellente occasion aux petites entreprises d'occuper leur part du marché international. Sur le marché mondial concurrentiel, nous avons besoin de tout l'appui que nous pouvons obtenir. Le soutien et l'aide de ce programme se sont avérés très utiles pour les entreprises canadiennes.

“Avoir recours à ce programme en a valu la peine, et nous pouvons maintenant faire fond sur cette expérience. Le PDME est un excellent programme, qui aide les entreprises canadiennes à être compétitives dans l'économie mondiale très concurrentielle d'aujourd'hui.” - *Dr. Norman Kwan, Vice-président, Biomedical Implant Technology Inc., St. Catharines, Ontario*

“En tant que bénéficiaires du Programme de développement des marchés d'exportation, nous pouvons certifier que les démarches de mise en marché des produits en Europe de l'Ouest apporteront des retombées favorables à notre entreprise. Grâce à l'aide obtenu du PDME, des ententes avec les distributeurs sont en cour de négociation.” - *Gilles Routhier, Directeur Général, Monitrol Inc., Boucherville, Québec*

“Nous sommes reconnaissants pour les fonds reçus et constatons actuellement le succès et les emplois découlant du projet. En ce qui concerne l'administration de l'argent, nous avons trouvé le processus relativement simple et exempt de formalités administratives. Nous avions craint le contraire au début du processus.

“Finalement, ce programme nous a aidés à nous tailler une place sur le marché des États-Unis en tant que chef de file de l'industrie du logiciel immobilier dans ce pays. Il faut croire que ce genre de résultats correspondent exactement au but du programme.” - *Allan Lambert, Exécutions directeur général, Top Producer, Richmond, Colombie Britannique*



“Grâce à l’appui de PDME, nous avons ciblé le marché japonais en 1989 et de nouveau en 1995. Ce marché est très difficile à pénétrer surtout en raison des différences culturelles. Ce n’est qu’au cours de la dernière année environ que nos efforts ont commencé à porter des fruits.

“Sans le soutien de programmes comme le PDME, nous n’aurions pas fait les premières démarches nécessaires pour nous faire connaître sur les marchés mondiaux.” - *Richard Myers, M2M International Ltd., Wallaceburg, Ontario*

“Sans cette aide, il ne nous aurait pas été possible de participer à ce concours d’architecture international, sur invitation, pour le Musée d’ethnographie de la Ville de Genève.

“...notre proposition pour le nouveau Musée d’ethnographie de la Ville de Genève n’a pas été retenue. Nous considérons cependant que le succès de notre entreprise ne doit pas être mesuré que sur ce résultat. En effet nous considérons notre participation à titre de seule équipe nord-américaine comme une mesure de notre succès, affirmant notre présence, et par là celle de la communauté architecturale canadienne, dans le circuit des concours internationaux d’où les architectes canadiens sont généralement exclus.” - *Marc Laurendeau, Architecte, Jodoin Lamarre Pratte et Associés Architectes, Montréal, Québec*

“Nous avons demandé et reçu l’aide du PDME pour la présentation de nos produits à une foire extérieure en Angleterre l’an dernier parallèlement à la désignation d’un nouveau distributeur pour cette région. La foire a été une réussite, et nos exportations vers le Royaume-Uni se sont accrues de façon constante depuis. Étant donné le succès de la foire, nous y retournerons encore une fois cette année pour resserrer nos relations avec la clientèle et établir de nouveaux rapports. Sans l’appui du PDME, une petite entreprise comme la nôtre n’aurait probablement pas eu les moyens d’effectuer un premier voyage l’an dernier.” - *Evan Jones, Président, Integral Manufacturing Inc., Calgary, Alberta*

“Le Programme de développement des marchés d’exportation (PDME) est très important pour notre entreprise, car il nous aide financièrement à développer un marché potentiel pour nos produits en Asie. Nous n’avons pas encore réussi à vendre nos produits sur le marché de Singapour, mais notre présence a été très bénéfique. Nous avons en outre établi un certain nombre d’importantes relations tant à Singapour que dans d’autres pays d’Asie. Le développement d’un marché asiatique s’effectuera relativement lentement, mais nous croyons que d’ici trois ans nous vendrons nos produits dans tous les grands pays maritimes de l’Asie. Nous avons signé une entente avec un agent à Singapour et nos efforts ont permis indirectement d’en signer une autre avec un agent au Japon. Une troisième entente devrait être signée avec un agent en République de Corée du Sud d’ici deux mois.” - *Barry Allcock, Président & CEO, Offshore Systems Ltd., North Vancouver, Colombie Britannique*



“Il est pour nous évident que le programme a contribué à notre succès. Les résultats exposés ci-dessous sont modestes. Cependant ils constituent la base stable d’une implantation réussie sur laquelle nous allons bâtir notre expansion en Europe.

“A notre avis, ce programmes est excellent et equitable. Il impose aux bénéficiaires potentiels un effort d’analyse, de mise en marché et un apport financier qui garantissent le sérieux de leur démarche. Les demandes sont analysées et évaluées avec rigueur. Le suivi est également rigoureux comme il se doit avec des fonds publics.” - *Daniel Tate, Président, Magenta, Inc., Mont Saint-Hilaire, Québec*



doc
CA1
EA60
A56
EXF
1996/97

Department of Foreign Affairs and International Trade
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Program for Export Market Development



1996-97
Report

Canada

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
MAY 5 1999
RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHÈQUE DÉPARTEMENTALE

SUMMARY

The Program for Export Market Development (PEMD) assists smaller companies that are new to exporting or that are expanding their business into a new market by helping them identify and exploit sales and capital project opportunities abroad. The program does this by sharing the cost and risk with companies of implementing their export development plans in new markets. It also shares the cost of preparing bids on major capital projects outside Canada. National trade and industry associations are assisted in representing their member companies and generically promoting their products and services in the international marketplace.

As in fiscal year 1995-96, in 1996-97 the program budget of \$11.52 million was fully utilized, and in fact exceeded it by \$900,000, due in large part to significantly increased demand and approvals of assistance to companies in Quebec. The expenditure overage was covered out of overall departmental budgetary surpluses.

\$9.4 million of program funds were invested in the international market development activities of companies in 1996-97, while repayments due to sales success in that same year totaled \$3.6 million, a repayment to assistance ratio of almost 2 to 5. Assistance to industry trade associations, including a \$500,000 contribution to the PEMD Agri-Food industry associations component, totaled \$1.8 million.

The bulk of the remaining program expenditures was in the form of a discretionary grant to the Centres for International Business Studies program.

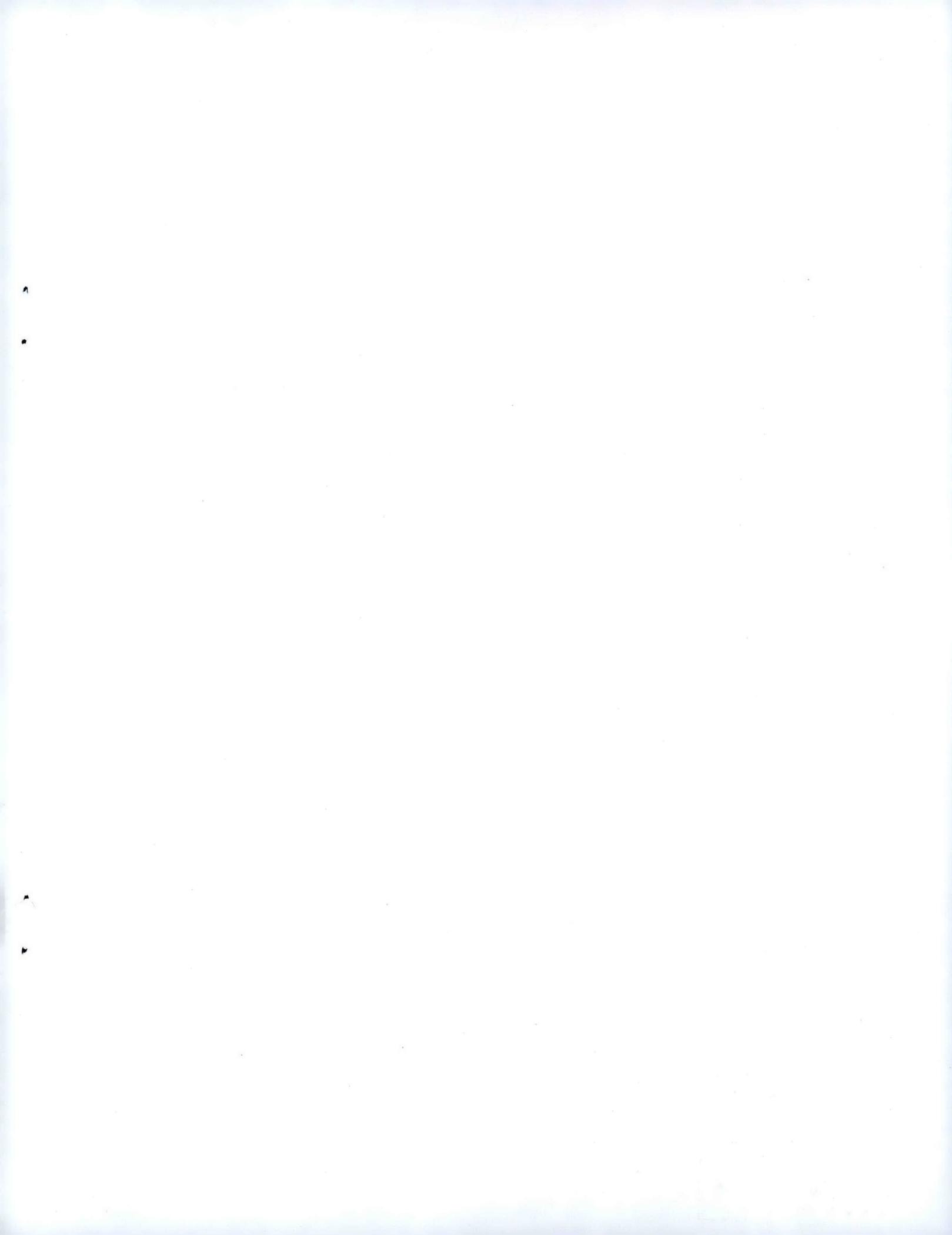
Sales reported in 1996-97 by companies, that resulted from PEMD assistance initiatives, totaled \$373.6 million. When compared to the 1996-97 repayable contribution total, this translates to a 40 to 1 sales to assistance ratio.

Seven hundred and three companies that had either never exported before or were trying to access a new export market were approved for PEMD assistance in 1996-97. As well, 24 national industry associations received \$1.3 million worth of assistance to generically promote their member's products and services or conduct market access improvement and market intelligence gathering activities.

A representative sample of the program's company users surveyed in 1996-97 indicated that all but three, or over 97%, of the 140 firms which responded said that the PEMD assistance had been useful and had contributed to their export market development success. Eighty-two percent indicated that the assistance had made a material contribution in the form of (i) export sales or contractual success (43%), (ii) anticipated sales in the short term (16%), or (iii) distributor/agency representation in the target market (23%), all as a result of their PEMD assisted export market development activities. The remaining respondents indicated that they had

55755165 (F-1)

55755162 (E-1)



made worthwhile contacts in the target market and/or obtained useful market intelligence and information which they believed would be beneficial to their export sales efforts in the future.

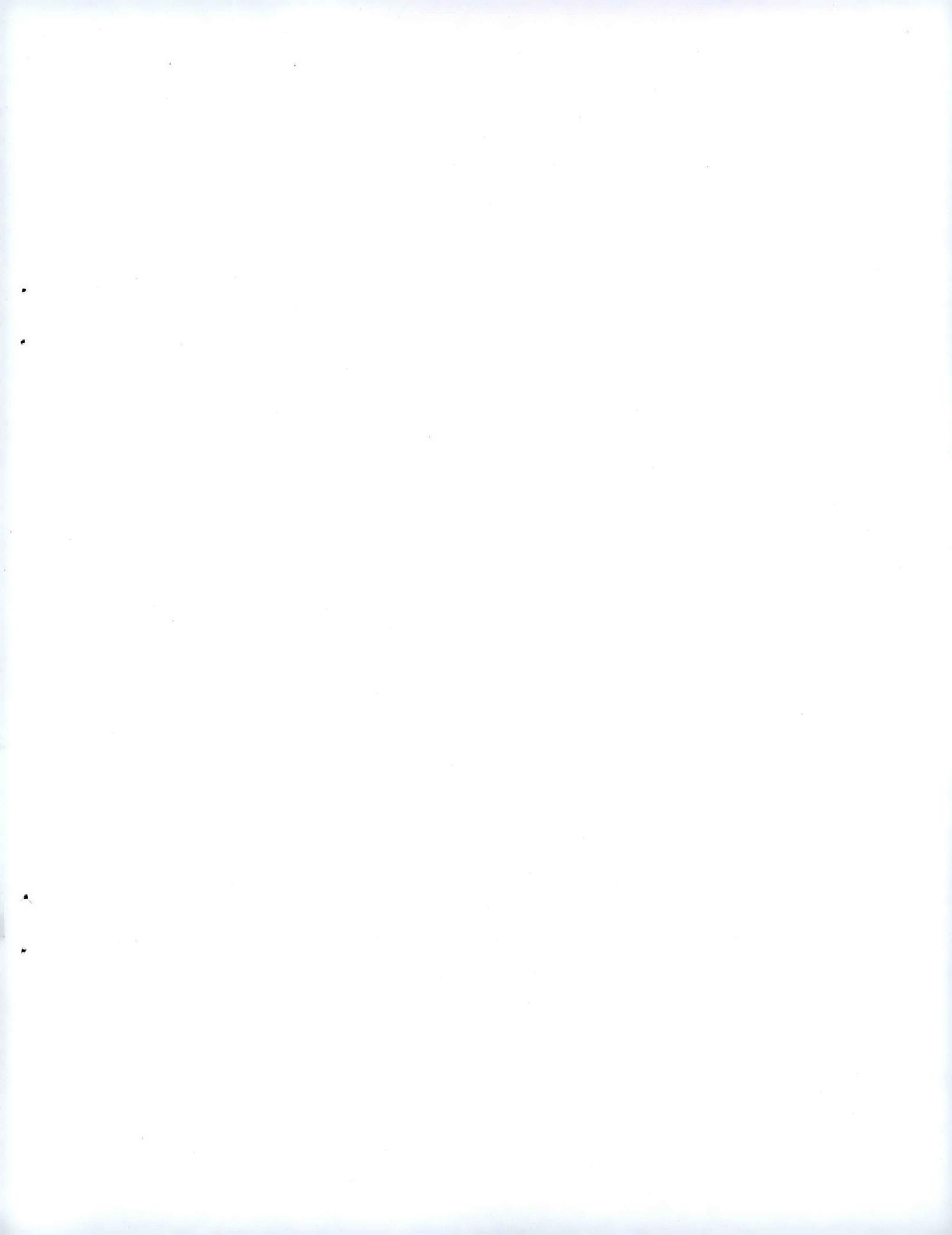
The most popular target market for PEMD assisted companies was the United States with 53% of total assistance followed by The People's Republic of China with 4.3% and Mexico with 4%.

The top countries with respect to company reported sales/contracts, resulting from PEMD assisted market development activity, were Algeria with almost 70% or (\$260 million) of total reported sales/contracts, followed by USA with \$11 million. Algeria is not usually a leading market with respect to company reported sales/contracts. However in 1996-97, one Canadian company, utilizing PEMD capital project bidding assistance, was successful in winning a tender in Algeria, valued at \$260 million.

Ontario and Quebec firms received 39% and 38.9% respectively, of total assistance claimed, followed by British Columbia with 17.4%.

Firms in the manufacturing sector utilized \$5.64 million of assistance followed by service industry firms with \$3.43 million.

Of the 703 companies approved for assistance in 1996-97, 429 were very small with less than \$2 million in annual sales. A further 150 companies had sales of less than \$5 million. These two groups of companies received 74% of the total assistance claimed.



INTRODUCTION

The Program for Export Market Development (PEMD) is a central element of the Canadian government's international business development strategy. Its mandate is to improve Canada's performance in international markets, by introducing smaller companies to exporting as well as to new markets, and as a consequence, contributing to increased domestic production and employment growth.

Thus, the PEMD partnership with Canadian business is an investment in a company's commitment to develop international export markets. It is not a grant, loan or entitlement, but rather a conditionally repayable contribution. Repayment of the contribution is based on contracts obtained or on incremental sales made by the recipient company as a result of the PEMD supported activities in the target market.

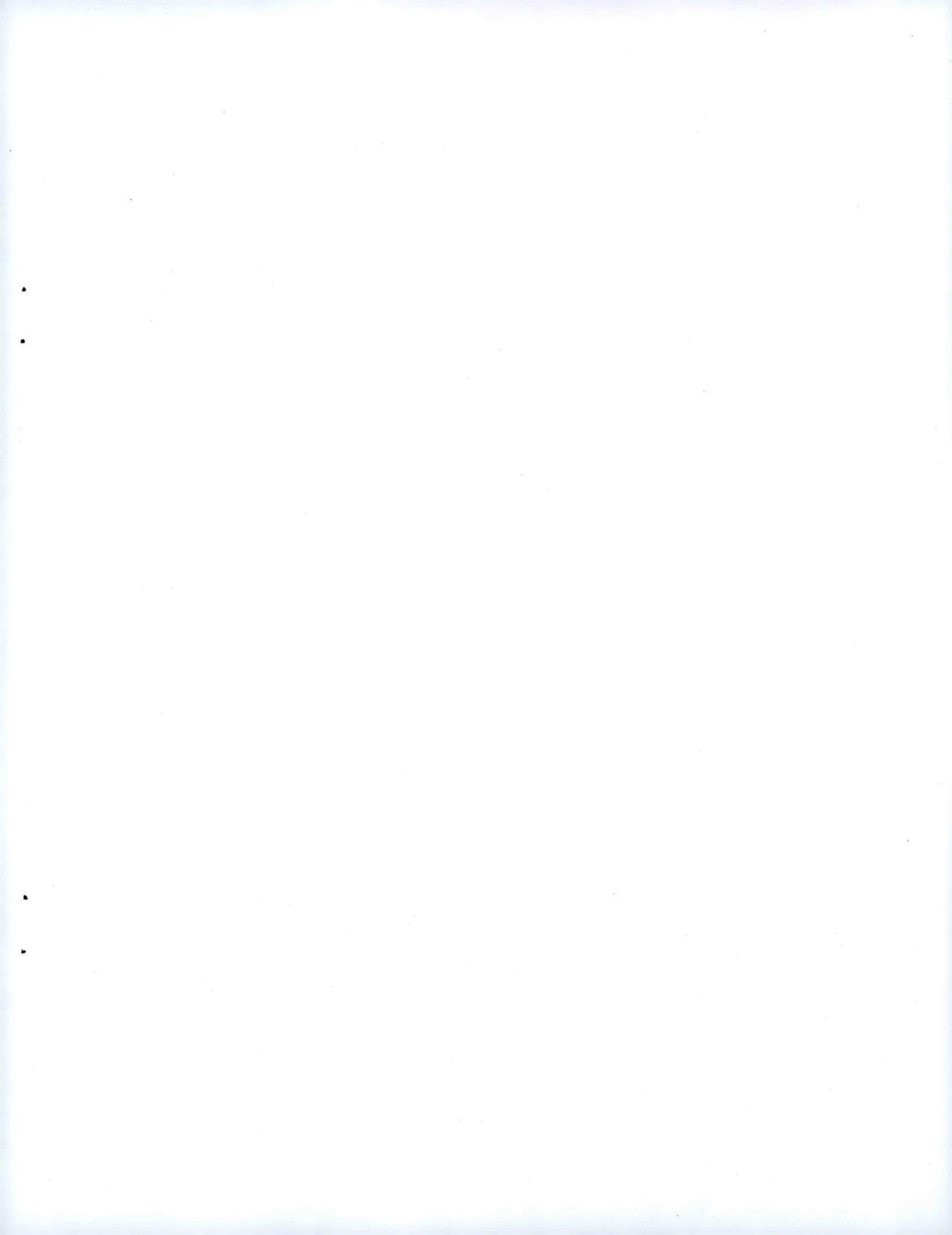
PEMD is managed by the Export Development Division (TCE), Trade Commissioner Service Overseas Programs and Service Bureau, of the Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT), and jointly administered with Industry Canada (IC), through the regional International Trade Centres. In Quebec, the regional offices of the Federal Office of Regional Development (Quebec) assist with the delivery of the program. The Department of Agriculture and Agri-Food also assists with the delivery of the program through its regional offices across Canada.

In September 1994, a committee of Canadian business people, appointed by the Minister for International Trade to review the government's international business development programs and services, reported back to the Minister with its recommendations. These recommendations included a refocusing of PEMD on smaller companies, i.e. those with annual sales of less than \$10 million, and a 40 per cent reduction in the program budget.

This report looks at the performance of the program in 1996-97. This was the second year of operation of a program refocused on smaller firms as a result of the above noted International Business Development (Wilson) Committee's recommendations.

As in 1995-96, the principal impact of the changes on the program was a full utilization in 1996-97 of the PEMD budget. This suggested that the program was now in equilibrium, i.e. the size of the budget was sufficient to satisfy the new user group of smaller companies. In fact in 1996-97 the program had a budgetary deficit of \$900,000, which was accommodated out of departmental surpluses in the Department of Foreign Affairs and International Trade.

In addition to providing an update on the program's performance, this report takes a first-hand look at how PEMD made an impact on the business decisions of Canadian companies. As in 1995 and 1996, a survey was conducted in June, 1997 of six hundred eighty-five companies that had received PEMD assistance in 1996-97. One hundred and forty companies responded - a response rate of 20%. All but three of the respondents, or over 97%,



indicated that the program had been useful and contributed to their export market development success. Several representative excerpts from these responses are included in the body of this report. As well, a summary of the survey result appears in the last section of this report.

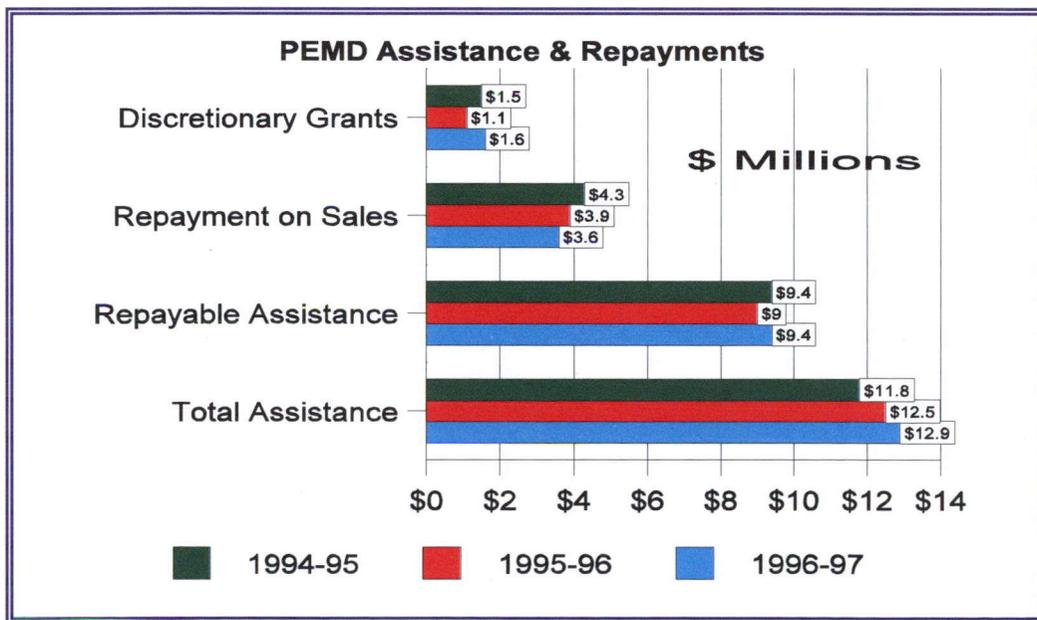
EXPORT AWARD WINNERS

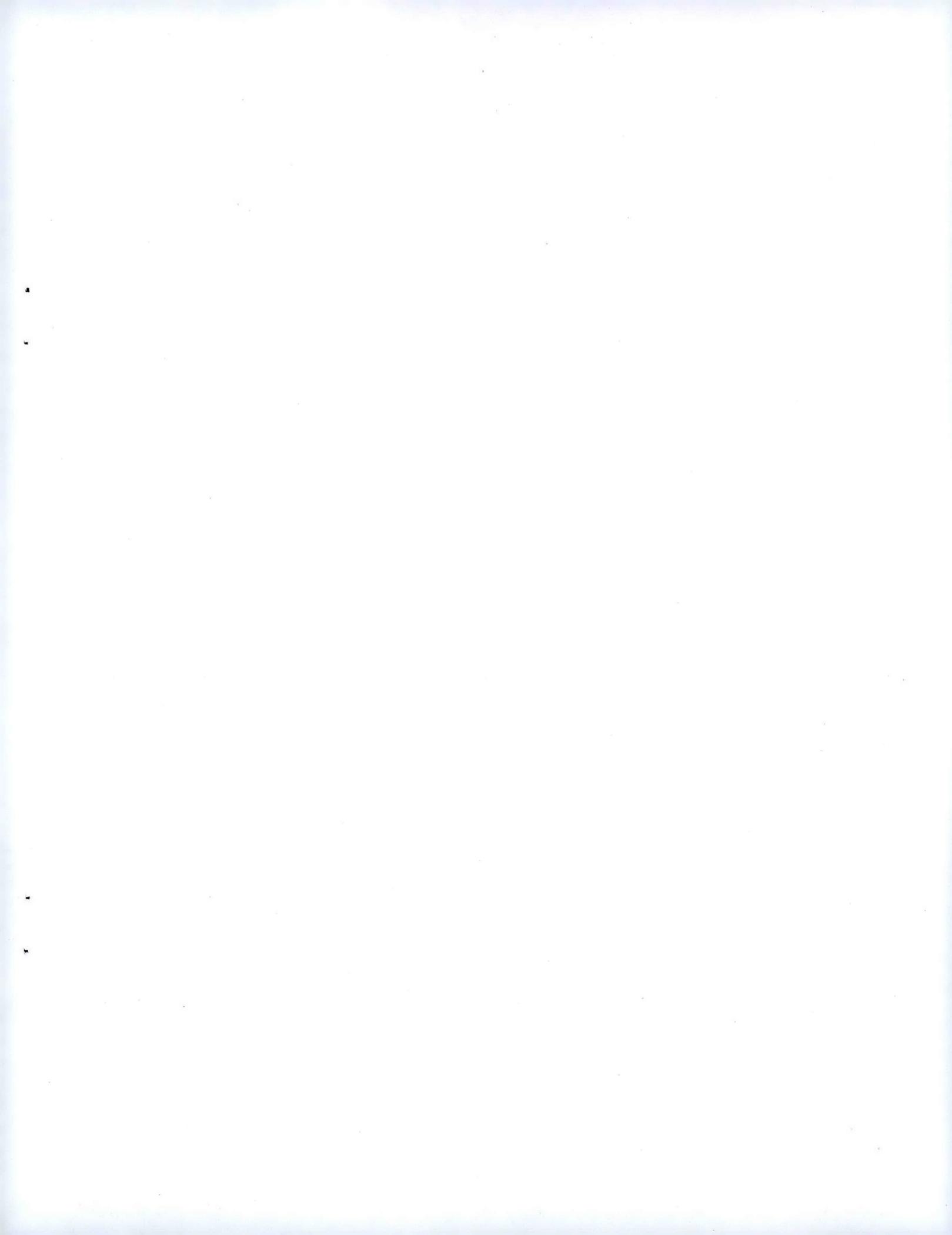
The Canada Export Awards are presented annually in October by the Department of Foreign Affairs and International Trade to Canadian companies in recognition of their achievements in exporting their products and/or services to markets around the world. Winning firms receive national publicity to recognize their success and encourage others to emulate their performance as exporters.

**Of the 154 companies that were Canada Export Award Winners
from 1983 to 1996, 138 were PEMD users.**

ASSISTANCE EXPENDITURES AND REPAYMENTS

In 1996-97, total program expenditures were \$12.9 million. As in 1995-96, the program budget, which had been reduced in 1995 by 40% from \$19.02 million to \$11.52 million proved to be insufficient to satisfy demand for assistance to industry. The shortfall was financed out of Departmental surplus funds.





Of total assistance expenditures, \$10.73 million was invested in the international market development activities of Canadian companies and industry associations. Of this amount, \$9.42 million was in the form of conditionally repayable contributions to companies. The contributions are repayable based on any incremental sales or contracts a company has in the target market over a four year reporting period. Additionally, there was \$1.65 million in the form of non-repayable discretionary grants, principally to Canadian universities under the Centres for International Business Studies (CIBS) Program. Repayments from participating companies totaled \$3.62 million leaving a net government investment of \$5.8 million. When compared to assistance expenditures in 1996-97, this represents a repayment of 38.4% of the investment as compared to the 1970's when repayments averaged under 10% of the annual program expenditures.

Since the inception of the program in 1971 export sales or contracts reported by companies as a result of PEMD assisted initiatives, total \$13.918 billion. Sales reported in 1996-97 were \$373.6 million. The \$9.42 million invested in industry initiated activities resulted in a sales-to-investment ratio of 40 to 1 (when compared to the 1996-97 repayable contribution total).

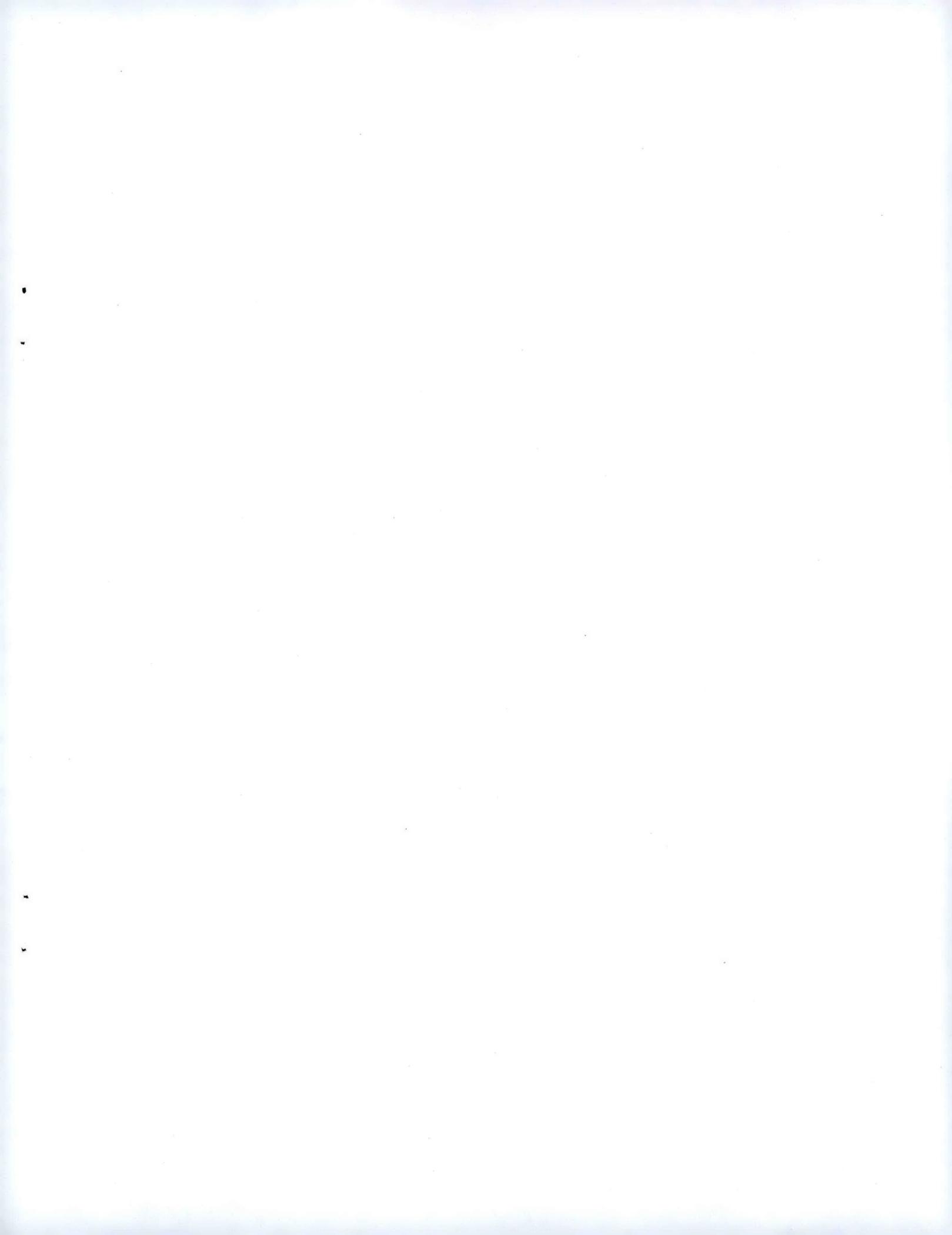
“The PEMD program in essence is an excellent one and in many instances, our own included, we would not have made the visits and followed up on projects, a most important component of ‘showing the flag’ without PEMD assistance.

“The PEMD program is very fast in responding to requests for assistance and all personnel spoken with are helpful and effective.” - *E. Ross Amerie, President, Canedcom International Ltd., Toronto, Ontario*

“To begin with, let me say how pleased we are with the Program, which has assisted us since 1991. In our opinion, it is a tremendous asset to us as exporters, as attested by the 22% increase in our sales to South America over the past two years.” - *Pierre Turbis, Communications, Le Groupe Multimédia du Canada, Montreal, Quebec*

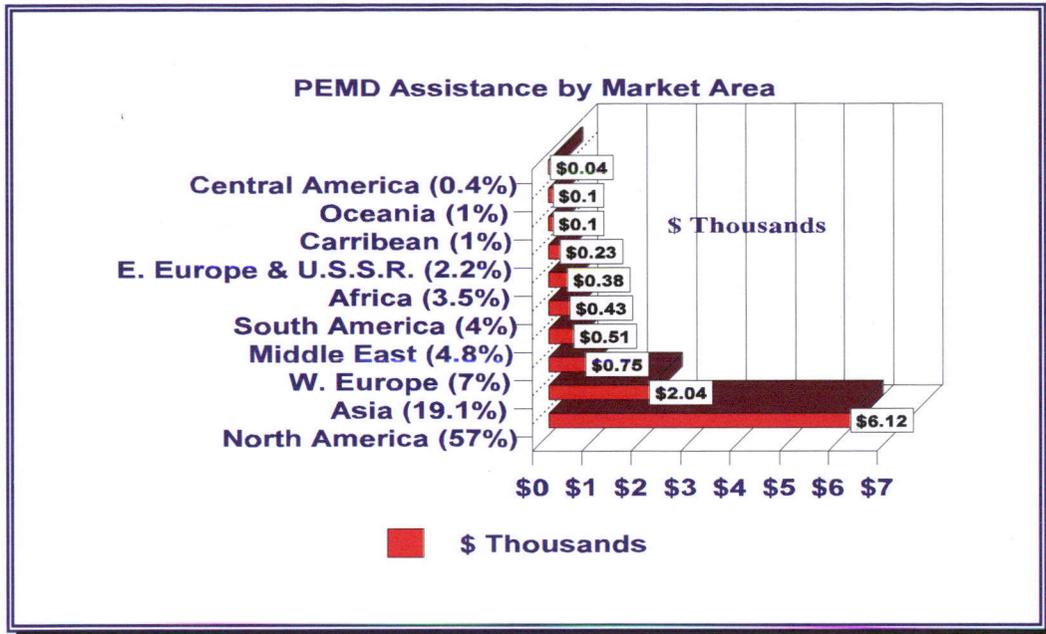
“...the PEMD assistance we have received in the past has been very beneficial and has contributed substantially to our success. As a direct result of the program, Daxxes GSC has been able to secure a number of contracts in our target export market.

“We believe the program is satisfactory on all levels and would strongly recommend Canadian exporters take advantage of this highly effective and accessible program.”
- *Gary Zhang, President, Daxxes Geospatial Systems Corporation, Calgary, Alberta*



APPLICATIONS

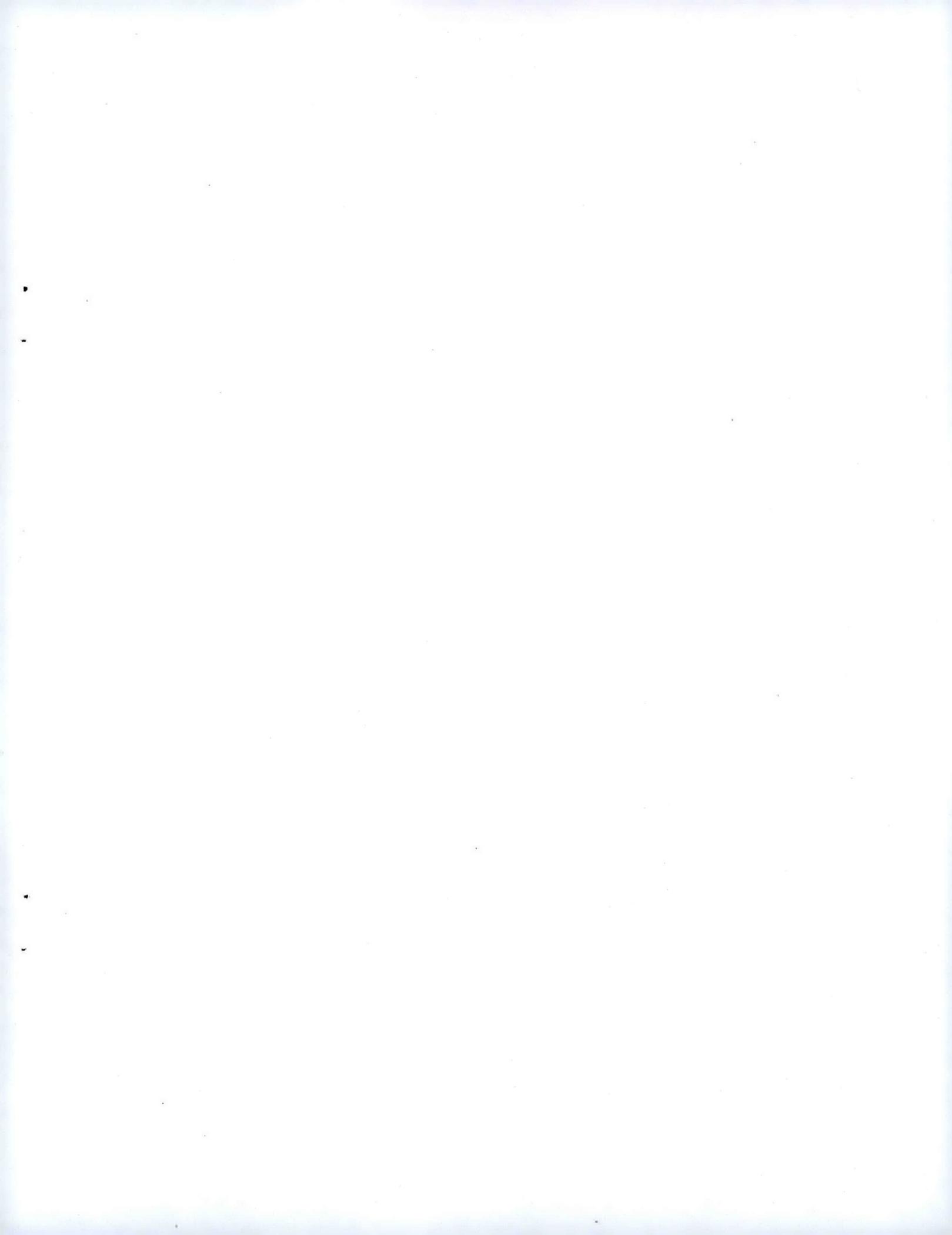
In 1996-97, PEMD received 994 applications. A total of 727 applications from companies and industry associations were approved, with authorized assistance valued at \$24.4 million. Of this amount, \$10.73 was claimed in 1996-97.

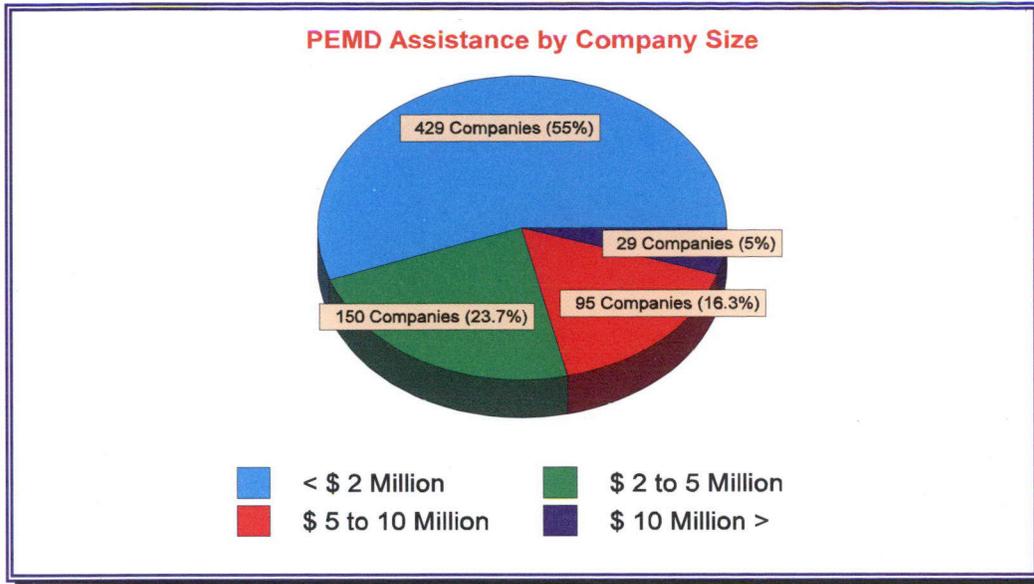


Canada's North America Free Trade (NAFTA) partners, the U.S. and Mexico, accounted for \$6.12 million or 57% of PEMD expenditures on market development activities in 1996-97. The largest single market for PEMD was the U.S. with 361 applications authorized and \$5.5 million in assistance, (or 52% of the total). This was followed by the Asia-Pacific region with \$2.04 million (or 19.1%). Western Europe accounted for \$752 thousand (or 7%), followed by the Middle East at \$515 thousand (or 4.8%).

PEMD Assistance by Company Size

Of the 703 companies approved for PEMD assistance in 1996-97, 429 companies were very small with less than \$2 million in annual sales. This group of companies received \$12.5 million in PEMD assistance. This was 55% of total approved company assistance in 1996-97.





There were 150 companies with \$2 -\$5 million in annual sales that were approved for \$5.39 million in PEMD assistance. This accounted for 24% of total approved assistance.

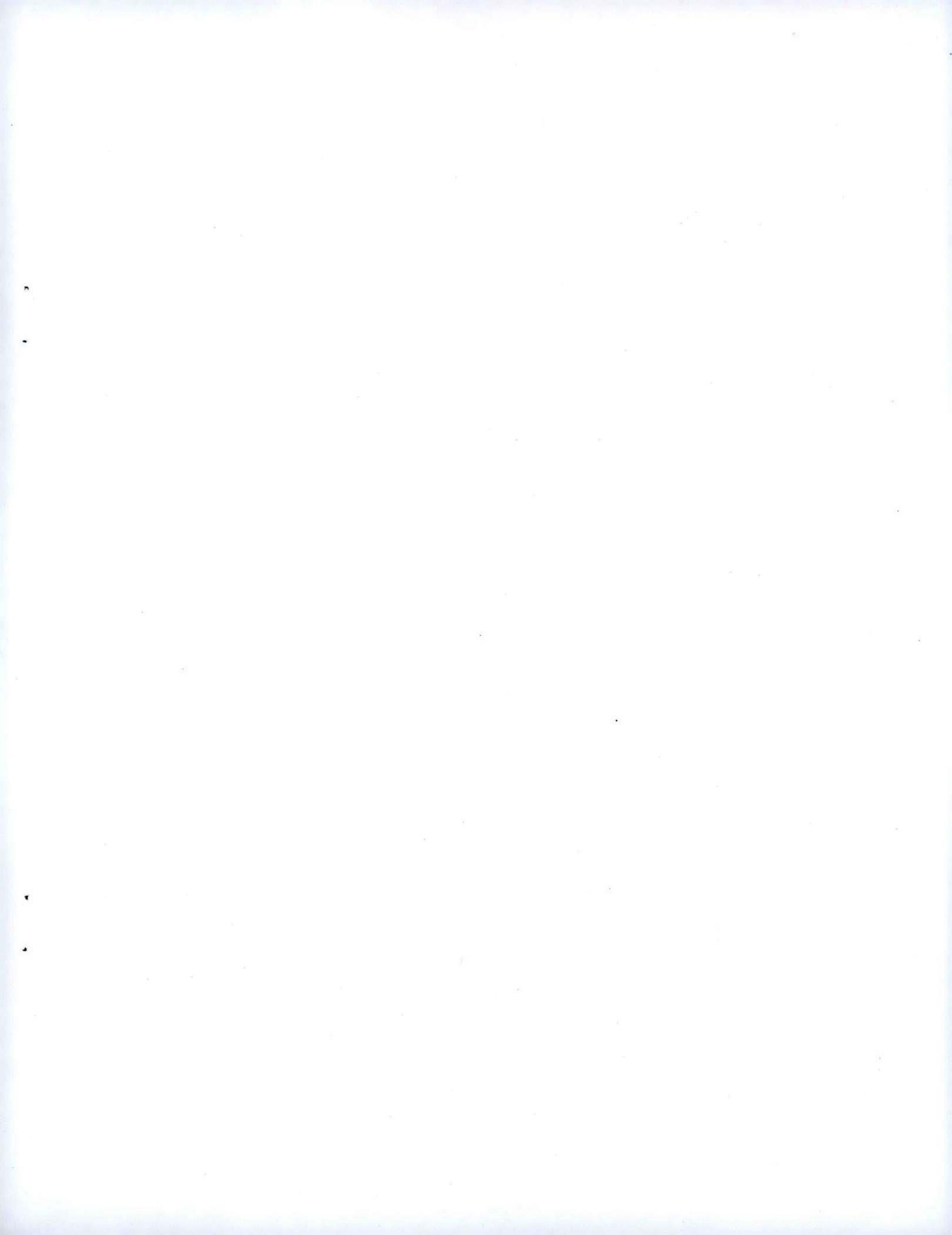
Ninety-five companies with annual sales between \$5 and \$10 million were approved for \$3.725 million in PEMD assistance or 16% of total approved assistance.

The balance of 29 companies with sales over \$10 million were primarily for Capital Projects Bidding assistance in the amount of \$1.08 million or 4.75% of total approved assistance. Since the applications for assistance were received prior to April 1, 1995, they were considered under the company size criteria, which applied prior to that date and which specified that companies of any size were eligible for CPB assistance. Actual approval of these applications by the Industry Canada approval committee was not finalized until early in the 1996-97 fiscal year.

“We are pleased to report that as a result of PEMD assistance we have had tremendous success in our target market of the United States. Our sales increased by 400% during the first year of the program and will increase another 50% again this year. In fact just yesterday I had to make arrangements to increase our production floor space by another 2000 sq. ft. next month. And we will be hiring another full time person to help meet demand.

“I found accessibility and delivery of the program more than satisfactory. My experiences with staff members was the most pleasant of any agency I have had to deal with over the past ten years. Cooperation by the staff at PEMD was excellent any time I had a concern or question.

“...I feel the PEMD program is critical to the growth of Canadian exports which is absolutely crucial in this age of a global market place.” - *Robert A. Jackson, President,*



“Certainly the main benefit of the PEMD is to assist Canadian companies explore new markets which it does very well. The program is presented satisfactorily and is user friendly. G. N. Plastics will certainly continue to use PEMDs whenever possible.” - *Jerome Romkey, Marketing Manager, G.N. Plastics Company Limited, Chester, Nova Scotia*

“This financial contribution has enabled us to develop new markets and to considerably increase our sales on the target market.

“Without the financial assistance, we could not have continued to develop our exports as we have.

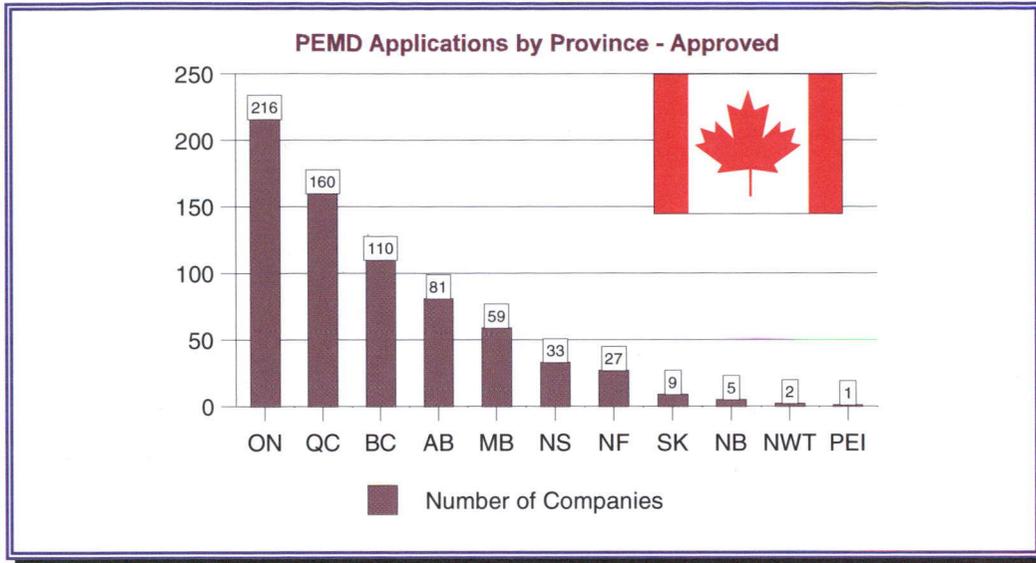
“Our successes abroad have been very conclusive. Export sales have increased by 60% over last year, largely because we have been able to develop new markets abroad.

“Your financial aid is essential to SMEs like ours, since the cost of getting into exporting is high, even though exporting is an essential part of business expansion.” - *Lyne Malboeuf, Marketing Advisor, Duo Vac Inc., Laval, Quebec*

PEMD Applications by Province

Ontario based firms accounted for 31% or 216 of the 703 approved company applications in 1996-97, followed by Quebec with 23% (160 firms) and British Columbia with 16% (110 firms).

The largest increase in approved applications was in Quebec which increased from 131 companies in 1995-96 to the above noted 160 companies in 1996-97. Quebec firms also have access to the provincial Programme d'aide à la promotion des exportation (APEX) which provides non-repayable assistance to support export market development activities. Accordingly, the PEMD program tends to be a source of last resort for Quebec firms when they are ineligible for APEX assistance because of their size or other reasons or when that program budget is exhausted. However, the broadened accessibility of the PEMD program in Quebec (through the assistance of the FORDQ offices) coupled with some downsizing and changes to the APEX program, seems to have more than compensated for this in 1996-97.

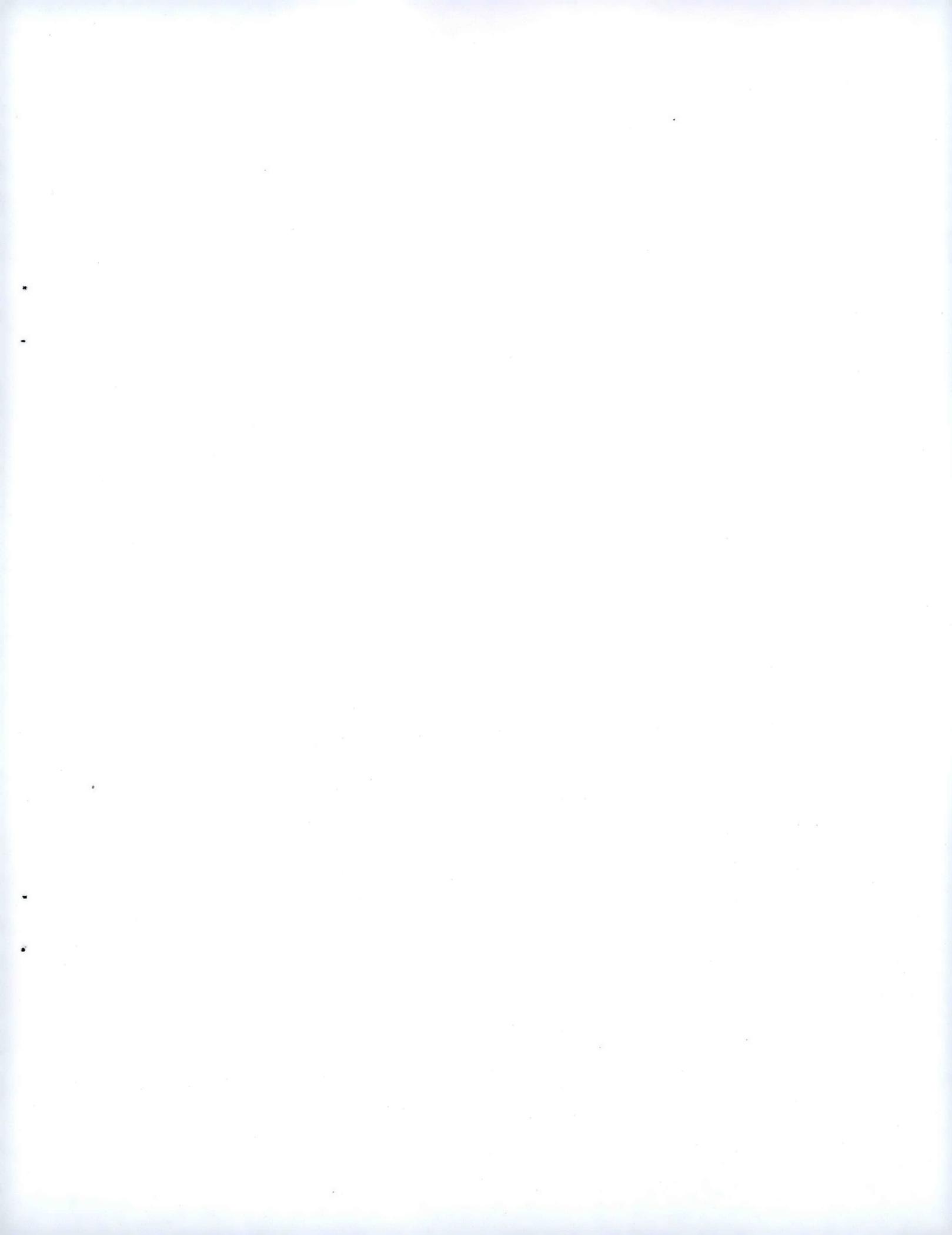


“The help of PEMD were fundamental in bidding when Aiolos was still in its infancy. Most of the PEMDs we have utilized are for the Pacific Rim market sectors, where marketing cost and risk are high. Without the PEMD backstop, we would not have bid on most of the project.

“...we find the PEMD program is very beneficial to our business, in some cases crucial. Coincident with this is the sterling support we receive from local embassy or consulate offices. Together, these two aspects provide incalculable support to Aiolos.”

- *Dr. Gary M. Elfstrom, Director of Business Development, Aiolos Engineering Corporation, Toronto, Ontario*

“As a user of the PEMD program, our company is pleased to report great success in international sales, due in no small part to the existence of PEMD. From start-up in 1993, our products are now being actively used in approximately 15 countries in the world. Without a program such as PEMD, it would have been difficult for us to achieve this success so quickly. We endorse the program and hope that it can stay in existence.” - *John Simmons, President, StreetPrint Pavement Texturing, Victoria, British Columbia*



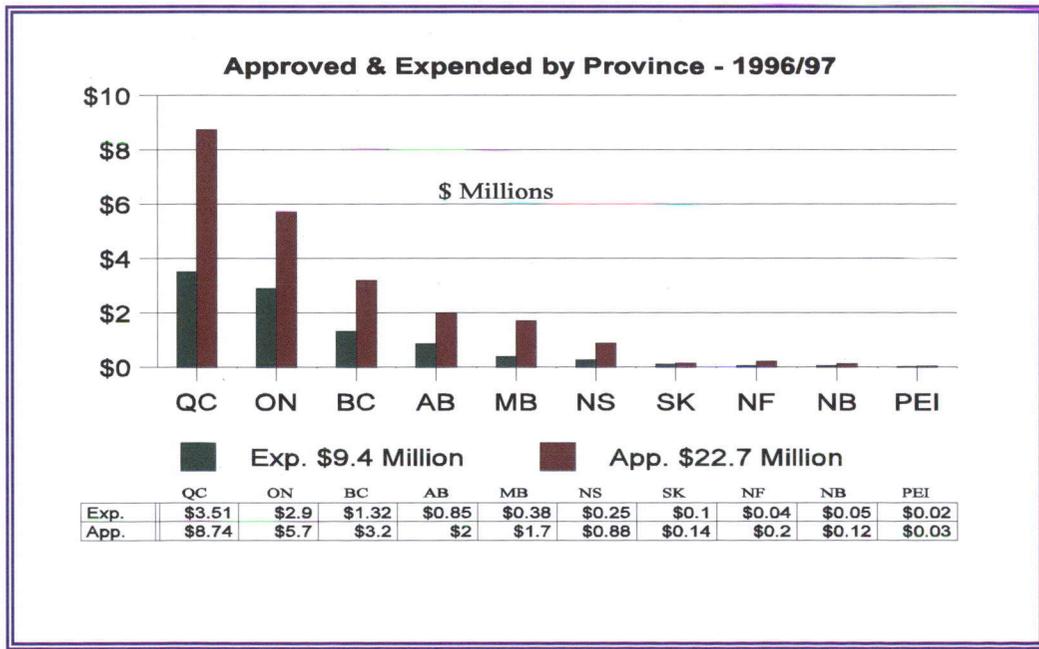
“The PEMD program has permitted Ulscan to enter parts of the U.S. market that it would not have been able to enter due to cash flow. This has resulted in company sales growing from \$300,000 in 1993 to \$2,625,000 in 1997.

“The number of employees at MIFAB and its related suppliers have increased from 20 in 1993 to 75 in 1997.” - Mike Whiteside, President, MIFAB, A Division of Ulscan Mechanical Sales Ltd., Mississauga, Ontario

Approved & Expended by Province

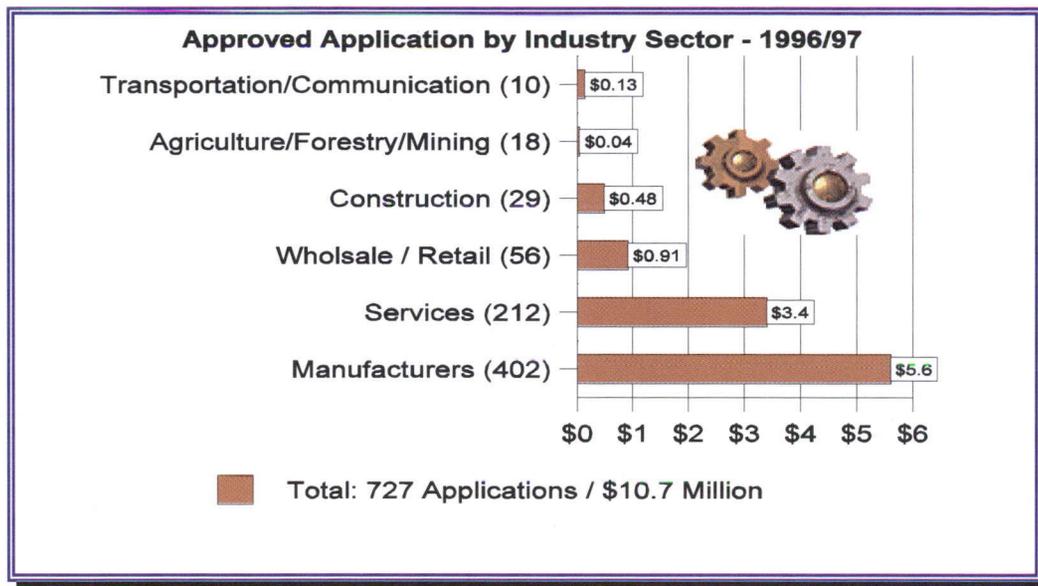
For the first time in the history of the program, Quebec based companies exceeded Ontario in the amount of assistance approved and expended. With the transfer in 1995 of the delivery of PEMD Market Development Strategies (MDS) and New-to-Exporting Companies (NEC) assistance to the twelve FORDQ offices in Quebec, program usage has been increasing annually.

Quebec firms had \$8.7 million in assistance approved, of which \$3.1 million was expended, followed by Ontario with \$5.5 million approved and \$2.6 million expended. British Columbia and Alberta followed with respective approved/expended amounts of \$3.1/\$1.2 million and \$2.0/\$0.69 million.



Approved Applications by Industry Sector

The 727 approved applications were from companies and industry associations across the full range of Canada's industry sectors. In the manufacturing sector, 402 firms utilized \$5.6 million of approved PEMD assistance. The service industry was next with \$3.4 million for 212 firms. Fifty-six construction and retail/wholesale companies received \$483 thousand and \$906 thousand respectively. Only 18 firms utilized PEMD in the agriculture/forestry and mining sectors, receiving \$41 thousand.



“We would not have been able to afford to develop our premium export material, (brochures and newsletters), without support from PEMD. These materials have been instrumental in helping to develop a unique market presence for our small Canadian company in an industry dominated by large multinational firms. In short, PEMD’s support provided Westcan with the tools to get our message across to Asian markets that otherwise would never have heard us.

“...we expect that sales relating directly to the PEMD program will amount to \$5 million in the next 5 years. In light of this success in export markets, we have completed \$4 million expansion of our plant that will increase production by 20,000 tonnes/year and create 3 jobs. PEMD has been instrumental in providing us with the incremental funding that allowed us to undertake our export marketing program.” - *Art Froehlich, President, Westcan Malting Ltd., Alix, Alberta*



“PEMD has given us the additional cash flow to enter into the market with a stronger presence in the U.S. and has allowed us to attract attention of potential buyers much quicker than we would have otherwise.

“The strengths of the program are that it is flexible enough to reflect the realities of business operations and we are very impressed with the inclusion of web page development as a qualified expense.

“PEMD is a ‘win win’ program in our estimation.” - *John Michener, Director of Planning, Veriteq Instruments Inc., Richmond, British Columbia*

“...the financial assistance our company has received from the government’s program was very helpful in the fact that we could participate at some commercial exhibitions to introduce our new product ‘LUMI-2000’ on the international market.

“I believe that your program and assistance definitely contributed in taking a decision for A-1 Airtek to go on the international market.” - *Normand Verret, President, A-1 Airtek, Edmunston, New Brunswick*

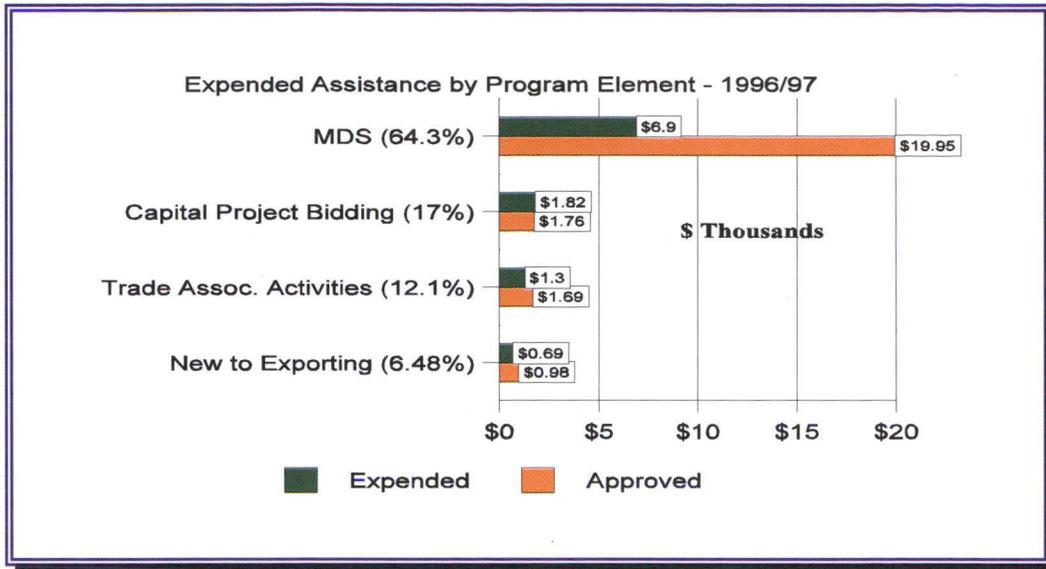
Expended Assistance by Program Element

The restructuring in 1993 of the program to facilitate the provision of assistance for the execution of a company’s multi-activity one or two year Market Development Strategy (MDS), as opposed to only single-activity assistance prior to 1993, is considered to have significantly improved the effectiveness of the program. In addition to reducing paperwork and administration costs for both industry and government, it has also contributed to a more focused and longer term planned approach on the part of the firms with respect to the establishment of their products, technologies or services in an export market. The greatly expanded list of eligible costs and the extended pay-back plan have also been viewed as important improvements by PEMD users.

Market Development Strategies (MDS)

\$19.95 million of MDS assistance was approved in 1996-97 with \$6.9 million expended before year end. This accounted for over 64% of the total \$10.73 million expended by companies and associations under the program, up from \$6.03 million in 1995-96.



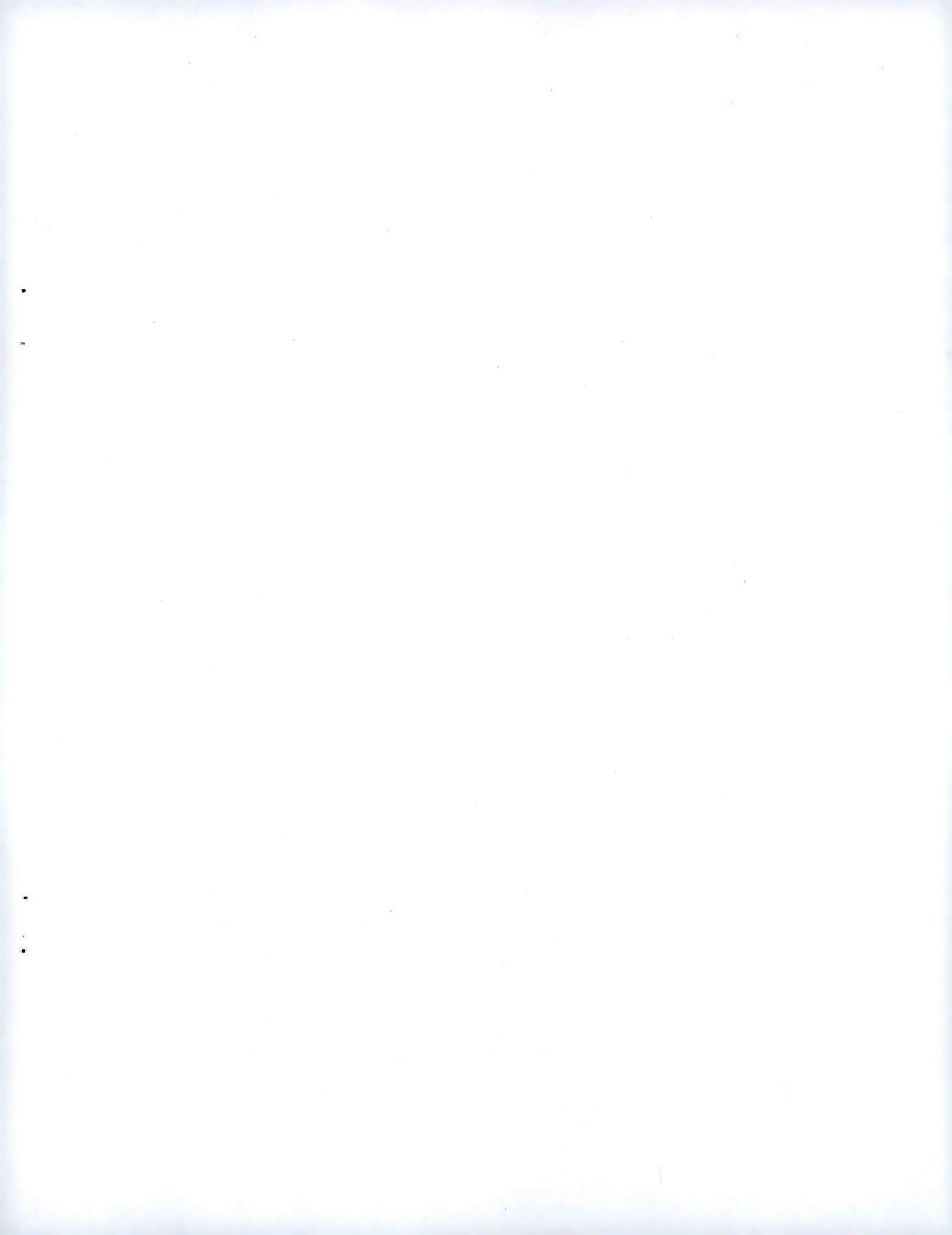


SECTION	\$ APPROVED	\$ EXPENDED
New to Exporting	\$ 980,930	\$ 696,161
Trade Associations	\$ 1,696,993	\$1,304,646
Capital Project Bidding	\$ 1,767,088	\$1,823,384
Market Development Strategies	\$19,955,873	\$6,906,433

“Alberta Garment Manufacturing benefitted greatly from our first PEMD assisted trip to the USA. You should be proud of the PEMD program. We sure are! As a result of this program we anticipate sales to increase by 50% and a job creation impact of nearly 50 positions.

“Without the PEMD program AGM would not be a major player in the private label casual bottoms supply market. Please do not cut any budget. If anything, more monies are required to assist small and mid sized companies explore the opportunities that exist in the USA market.” - *Adrian Bussoli, Vice President, Marketing, Alberta Garment Manufacturing Co. Ltd., Calgary, Alberta*

“Thanks to the program, Canarail obtained a contract to sell locomotives to Gabon; we were also able to develop and increase our involvement in the West African Market.” - *Mathieu Abbott, Marketing Assistant, Consultants Canarail Inc., Montreal, Quebec*



“PEMD has helped us do more promotion, do more shows, spend more time working on projects. We hired a full time marketing and sales person and I think this year is going to be a breakthrough for us in the markets we are concentrating on and like I tell most people, it doesn’t happen over night.

“Our experience has been good with PEMD up to now, and I am sure it will continue.” - *Bob Bona, President, Scotian Homes, Enfield, Nova Scotia*

Capital Project Bidding (CPB)

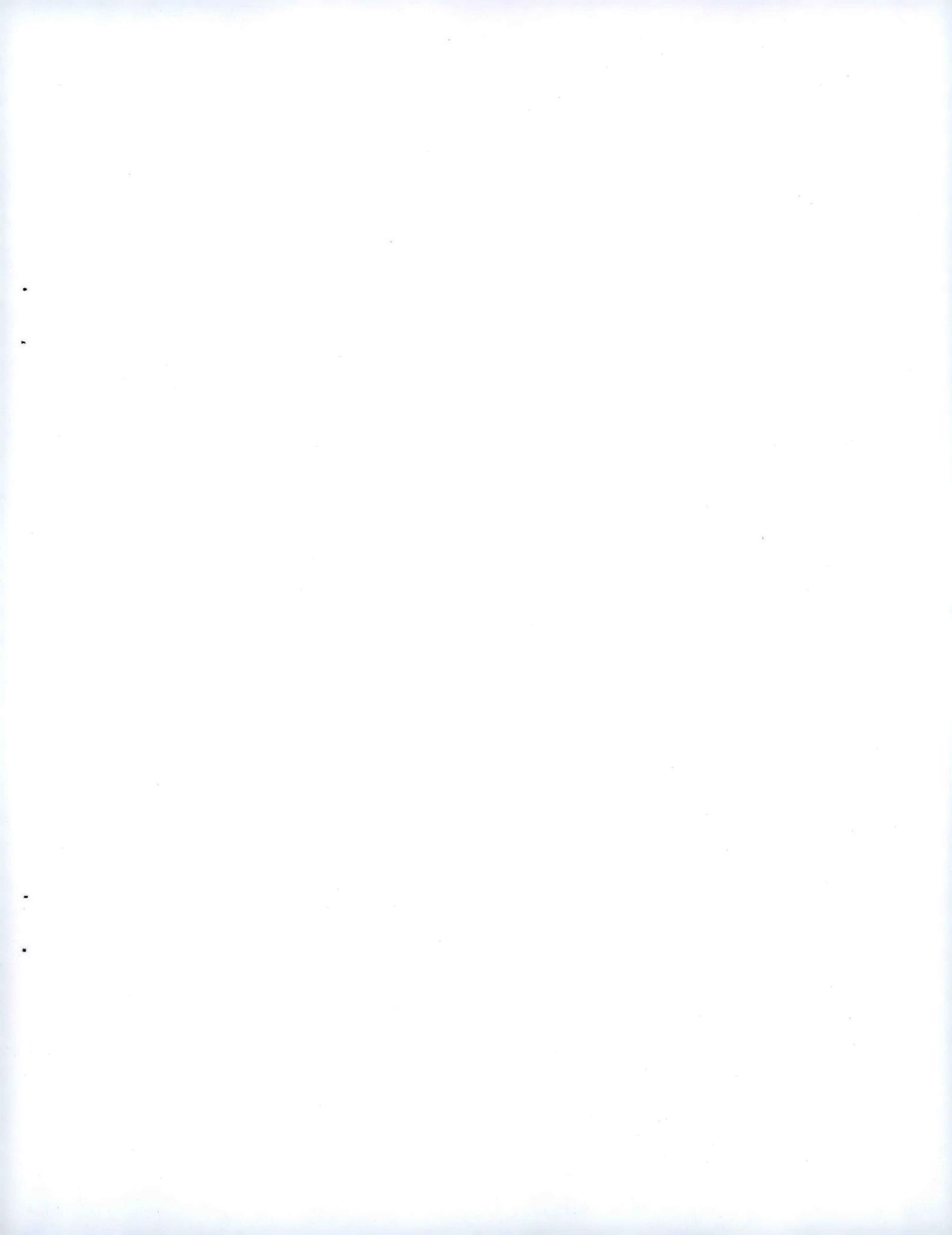
PEMD assists companies by sharing the costs associated with bidding on major capital projects outside of Canada. This element accounted for \$1.8 million or 17% of PEMD expenditures in 1996-97. This total was comprised of \$902,689 in expenditures by the International Trade Centres (based on \$1.76 million in approvals) and \$921,000 in expenditures representing assistance approval by Industry Canada HQ under the old CPB company eligibility criteria prior to 1995. In 1995-96, approvals and expenditures were \$3.54 million and \$2.39 million respectively. The decline in usage of this program element is due to the reduction in 1995 of the company size eligibility criterion from companies of any size to smaller companies with sales of \$10 million or less. Understandably the high risk and cost of bidding on international capital projects, coupled with its very competitive nature, is an activity of less interest to small firms.

New to Exporting Companies (NEC)

Implemented in 1993-94 with the MDS element, this program component focuses on the specific needs of smaller companies with little or no export experience. Such a company can receive up to \$7.5 thousand in assistance for a market visit or trade fair participation in a market it wishes to investigate. Nine hundred and eighty thousand dollars was approved and six hundred and ninety-ix thousand dollars expended by 234 companies. This expenditure accounted for 6.48% of the total PEMD budget.

Trade Association Activities

The Trade Association Activities component of PEMD provides non-repayable support to non-profit national trade or industry organizations that undertake generic promotional, market intelligence or market access improvement activities on behalf of their member companies. Twenty-four trade associations were approved for \$1.69 million of which \$1.3 million was expended in 1996-97.



“I can state quite emphatically that PEMD assistance contributed to our Company’s ability to penetrate the export markets which we targeted with the assistance of the government’s funds. So far, confirmed orders which were procured from the region where PEMD assistance was focused exceed \$1,600,000 with additional contracts circled to increase the contracts to approximately \$5,000,000.” - *Dan L. Fritz, Queenship Yacht Works Inc., Maple Ridge, British Columbia*

“We would like you to know that without this program, we would have been totally unable to do the research and development required to penetrate the Japanese market.

“Under the program, we have been able:

- 1) to adapt our product and our documentation to the target market;
- 2) to carry out our market analyses;
- 3) to outline our market entry strategy.

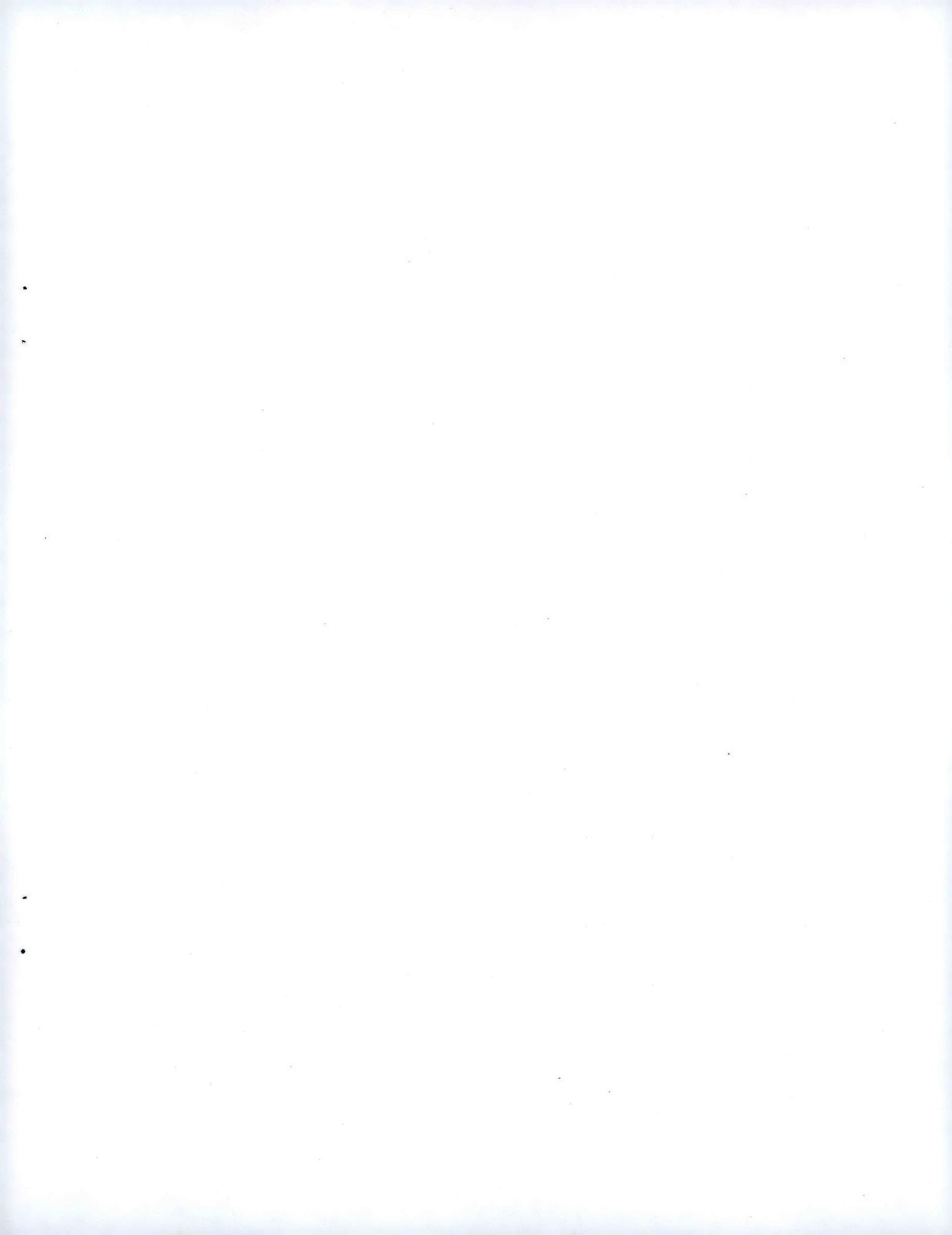
“Our sales objectives were attained and even surpassed during the first two years. In our field, we absolutely have to get into exporting - otherwise, we would have difficulty surviving.” - *Céline Trépanier, Vice-President Marketing, Fermco Industries, St-Adelphe, Quebec*

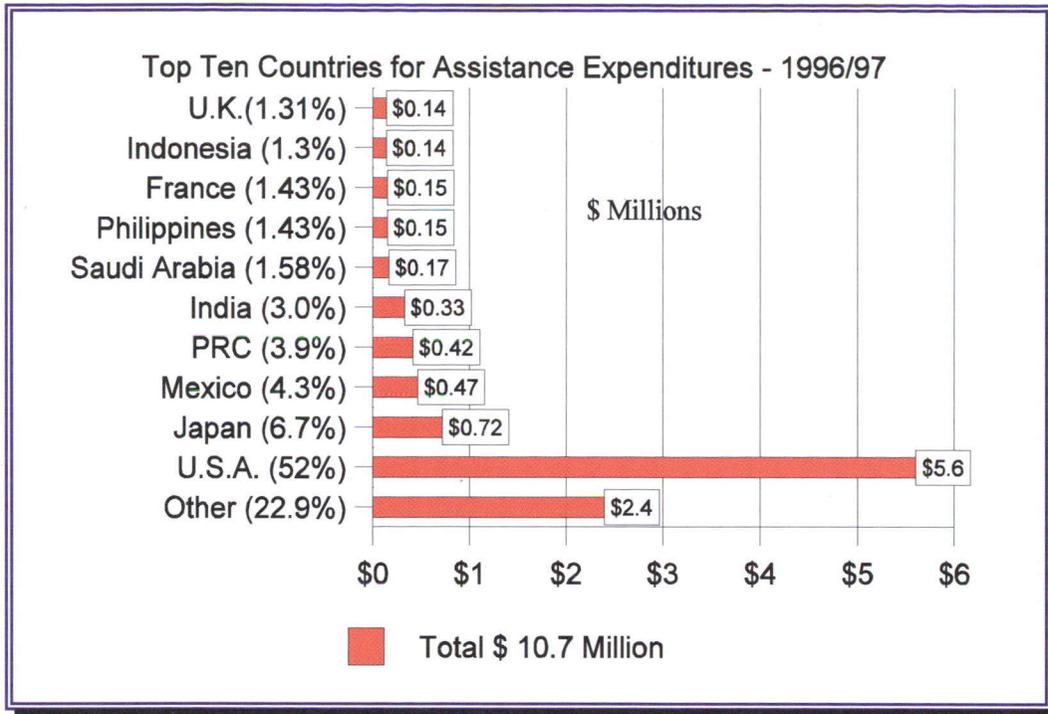
“Garneau is very satisfied with the PEMD program.

“Garneau has only been involved with the Capital Projects Bidding. This program allows for us to explore the larger international projects; ones we may not have bid upon previously, due to the possible financial risks. It has broadened our opportunities and encouraged us to become more involved in the marketing aspect of our business.” - *Darlene Drover, Marketing Administration, Garneau Inc., Nisku, Alberta*

Top Ten Countries for Assistance Expenditures

The top ten target markets for the PEMD-assisted market development activities of Canadian companies in 1996-97 were: the United States with \$5.5 million which was 52% of total expenditures. This was 6.9% higher than 1995-96. The next most popular country was Japan with \$718 thousand or 6.7% of expenditures (the year before Japan accounted for only \$270 thousand). Mexico was number three again this year at \$467 thousand or 4.3%; last year it was also the third highest with \$440 thousand or 4.6%.





Significant decreases in popularity as target markets were registered by China (from \$970 thousand to \$424 thousand) and the UK (from \$301 thousand to \$141 thousand). Dropping out of the top ten were Hong Kong (from \$172 thousand to \$72 thousand), Lebanon (from \$172 thousand to \$39 thousand), and Korea (from \$236 thousand to \$5 thousand).

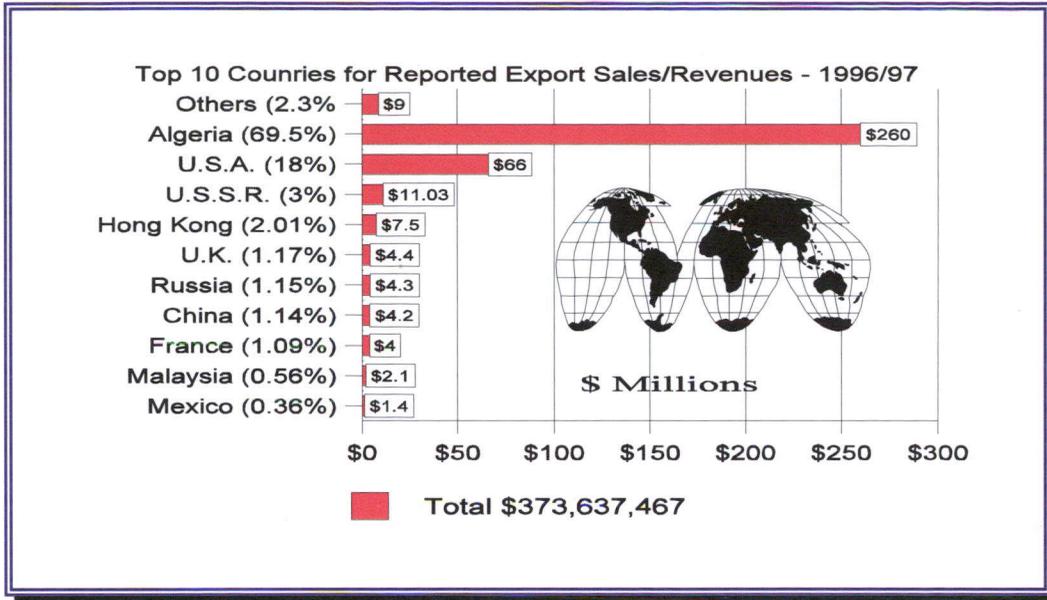
India jumped in expenditures from \$77,166 in 1995-96 to \$331,796 in 1996-97. From not being in the top ten last year, it reached 5th place this year.

Top Ten Countries for Reported Export Sales/Revenue

Under the program, recipients of PEMD assistance are required to report any incremental sales in the target market during the activity period and for three years thereafter. Repayment of the is based on 4% of these annual sales increments.

In 1996-97, 420 companies reported \$373.6 million in export sales as a result of their PEMD-assisted market development activities. Total reported sales of companies assisted in 1995-96 were \$233.3 million. Reported sales to Algeria in 1996-97 were \$260 million or 70% of the total sales reported. This was attributed to a large capital project bidding contract, that was won by a PEMD supported bidder. This was followed by the United States with \$65.8 million or 17.6% of total sales reported; next was Russia and several other former members of the Union of Soviet Socialist Republic reporting sales of \$11 million or 0.3% of total sales reported.





“PEMD was critical to our expansion into the Japanese market. We could not have afforded to enter this market without assistance.

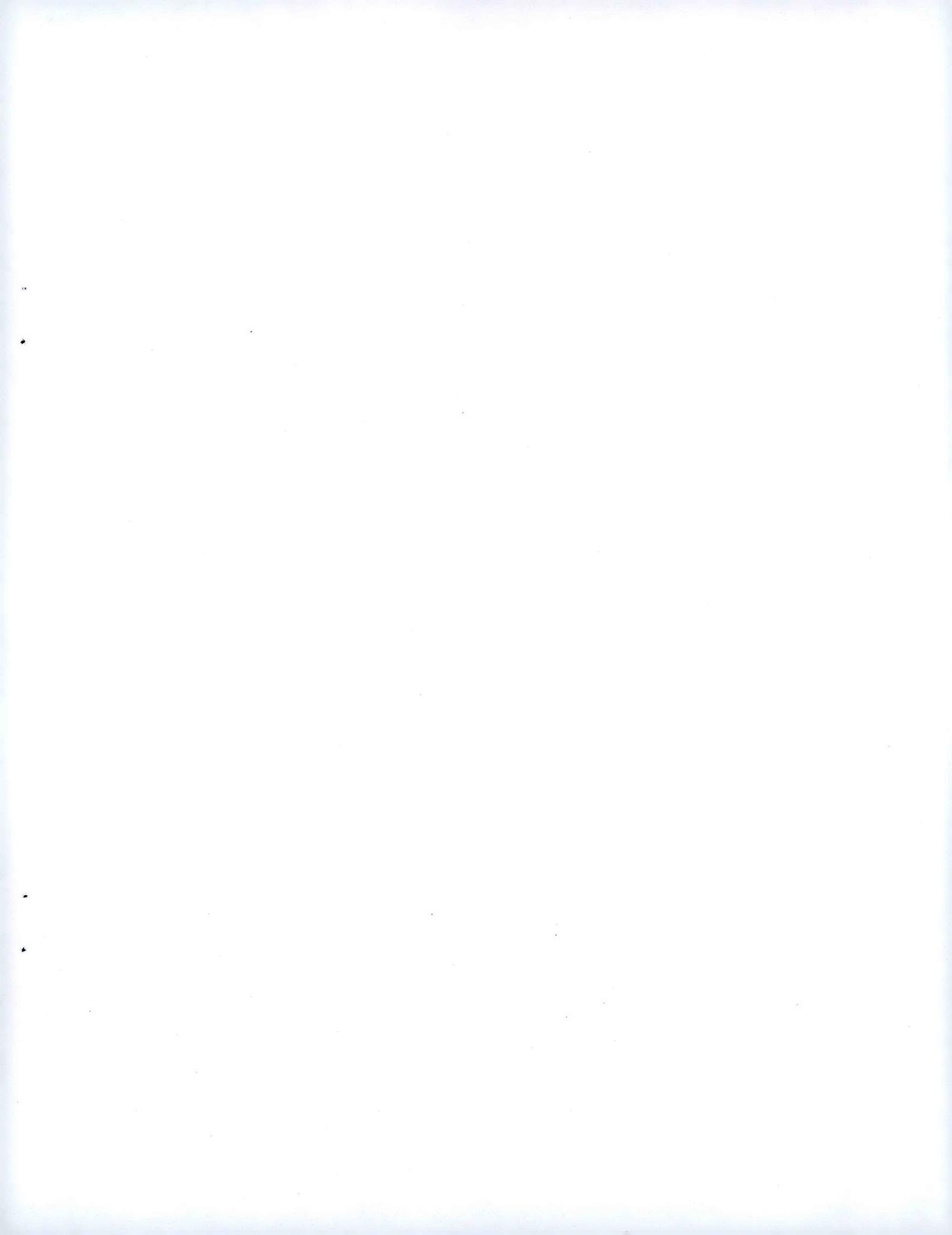
“...the ‘red tape’ was minimal and the process was expedited quickly. As a business needing help from it’s government, I can only speak highly of the end result.

“Our company has maintained significant growth in the last few months and the number of employees has doubled from 4 employees to 9. These figures should justify the importance of PEMD to our company.” - *Jim Holden, President, Pacific Brewing Industries, White Rock, British Columbia*

“This assistance has been vital in our company sourcing market information and establishing sales contracts. The program has proved invaluable to our company as the start-up costs of such a business limit what can be spent on marketing and this funding improved our marketing effort.” - *Steve Nicks, President, Cape Shore Seafoods Ltd., St. Mary’s Bay, Newfoundland*

“... the assistance we received under the PEMD was very helpful in getting us established in Asia.

“Even though we did not win the project for which we received financial aid, through the government aid we were able to reduce the cost of gaining access to this tender call. This in turn enabled us to devote more to other tenders which did turn out to be successful and resulted in three or four person-years of work for Canadian education specialists.” - *Claude Beaudry, Ph.D., International Vice-President, Tecslut Eduplus Inc., Montreal, Quebec*



Report on Survey of 1996-97 PEMD Users

As in 1995 and 1996, all of the companies that received PEMD assistance in the 1996-97 fiscal year were surveyed by letter by the Export Development Division of DFAIT in June, 1997. Of the 685 companies canvassed, 140 or 20% responded.

The objective of the survey was to determine from the recipient company whether the assistance had contributed to the company's success in its target market and the usefulness of the program, and to obtain the company's views as to how the program could be improved.

For the purpose of this survey "success" is defined as actual export sales or contractual success, a distributor/agent or joint venture relationship, the identification of potential representatives/distributors or buyers, or useful market intelligence/ information.

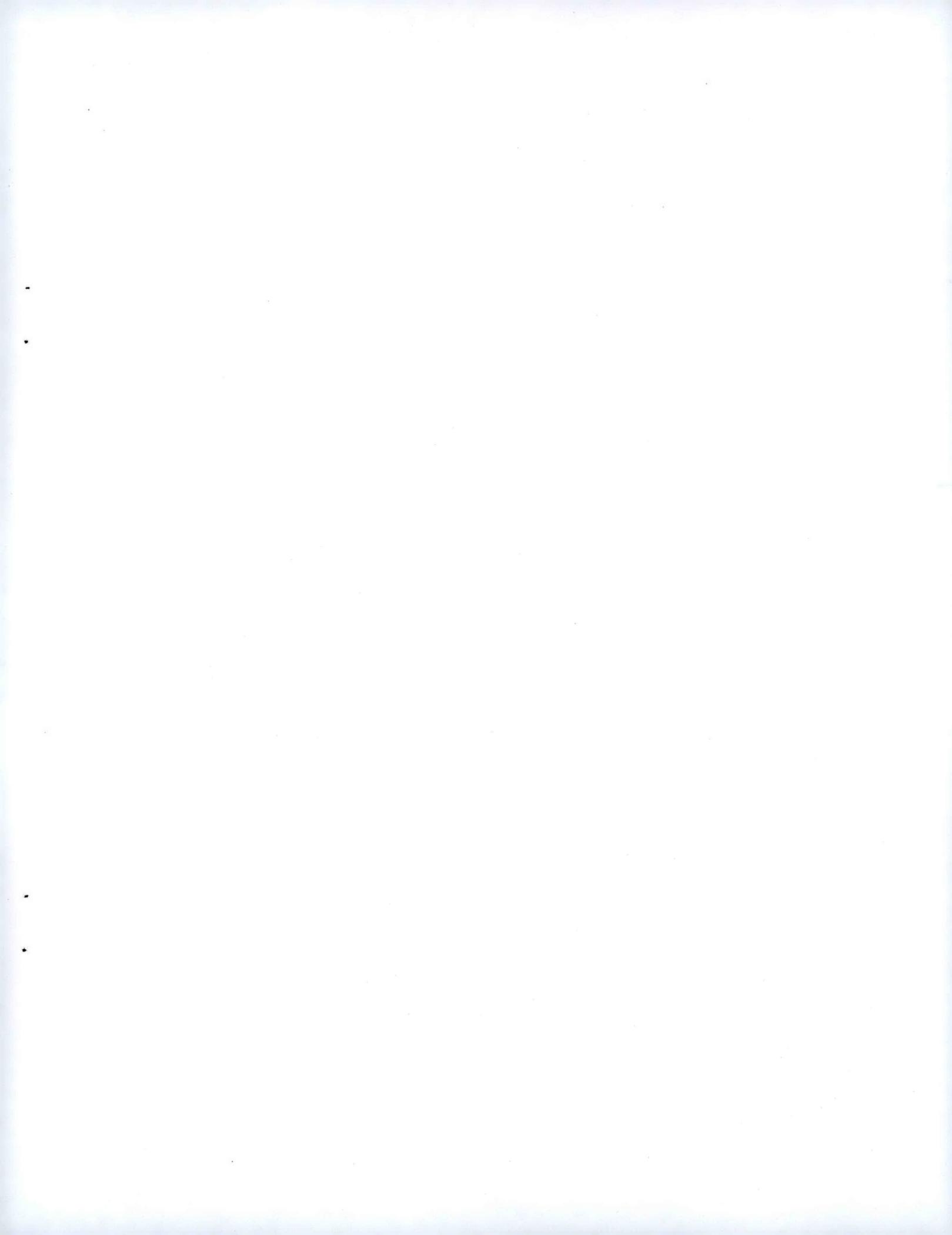
Of the 140 responding companies, 43% indicated that the PEMD assistance they received had contributed to their export sales or contractual success and they anticipated additional future success. Sixteen percent indicated that although they had not made any sales or had contractual success to date, they anticipated some sales within the next year. Twenty-three percent identified their success as finding a distributor or agent to represent them in the target market.

Fifteen percent of the 140 companies specified that they had either made good contacts, i.e. potential buyers or representatives in the target market, or garnered useful market information or intelligence from their PEMD supported activities.

Only three of the responding companies, or less than 3%, did not indicate any usefulness or material results from their PEMD supported export market development activities.

"...our company benefitted greatly from your recent contribution. As a result of the assistance, our company was able to attend the ITSEC trade show in Orlando, Florida; this is the largest and most important trade show in the Simulation and Training industry. Our attendance at the show resulted in a direct sales lead which quickly turned into an actual sale.

"The PEMD program serves a useful purpose, providing marketing assistance for exporters. Unlike many government programs, the PEMD application process is simple and direct, with a minimum of forms to complete. Furthermore, in our experience, processing of PEMD applications is prompt, another major benefit." - *Aaron Friedman, Vice- President, Finance and Administration, Virtual Prototypes Inc., Montreal, Quebec*



“Sepp’s continues to push ahead in the US. We are opening new distributors and brokers on a monthly basis but it is not easy. The PEMD program has helped in ways that I would not have imagined at the outset.

“One of the ways is that it has assisted us is in removing the conservative fear of spending that is common within a small company. The US is a big country and when you parachute into a large market you can come out of it with all or nothing.

“Another way in which it has helped us is to expand our territory of activity beyond that which we would normally attack. Sepp’s is now active on the East Coast of the US with our private label waffles, gingerbread, and deli products.” - *Ted Lawson, National Sales Manager, Sepp’s Gourmet Foods Ltd., Langley, British Columbia*

“The PEMD Assistance Program has contributed to our company’s success over the years as we have been users of the program since 1980. Most of the products...are sold around the world. This involves travel to distant places such as Europe, Asia, South America, as well as participation in Trade Shows where we display capital equipment. The costs would prove to be prohibitive for a company of Canbar’s size if it were not for the PEMD program.

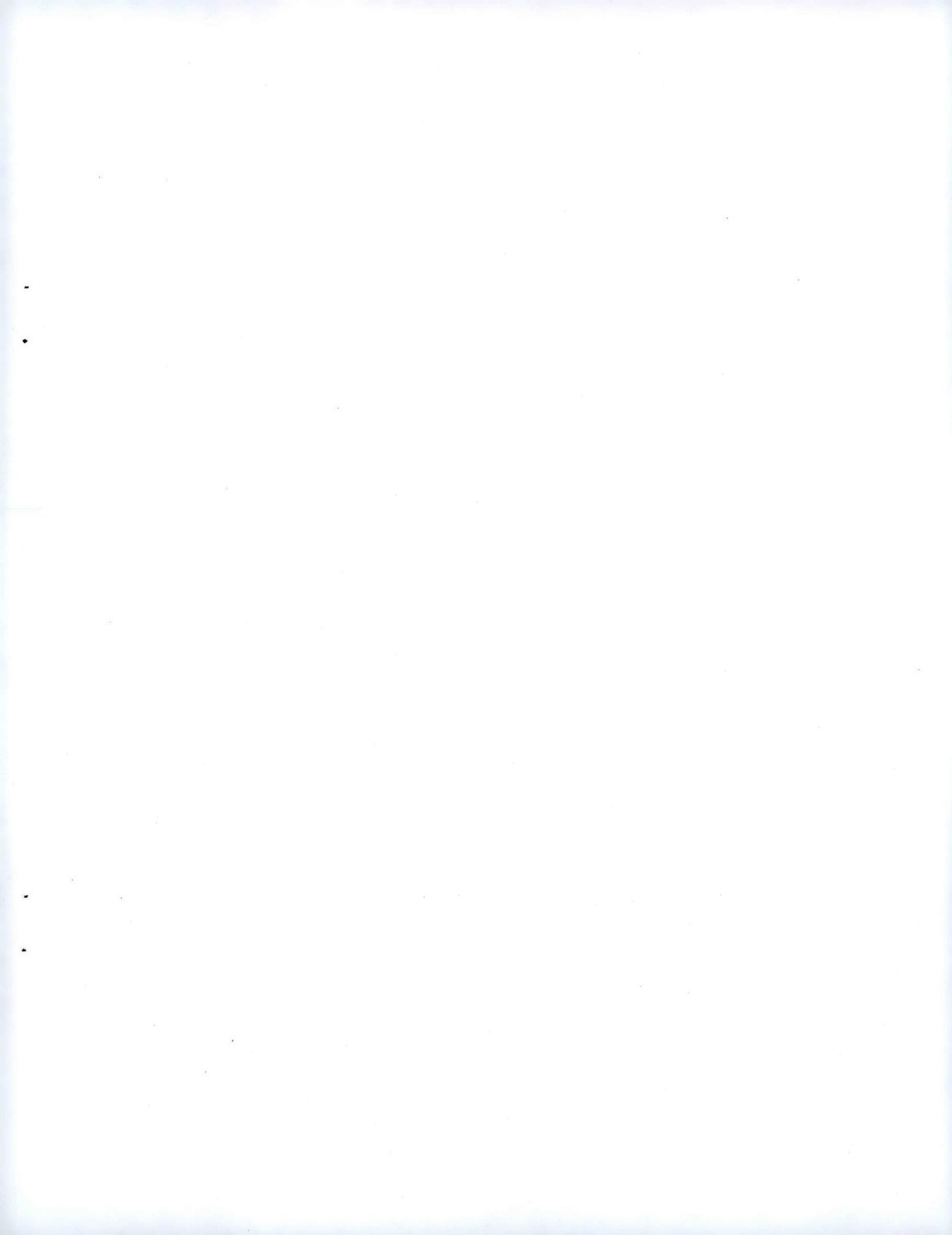
“We at Canbar have always viewed the program as an invaluable tool for international marketing and sales of our products. It enables us to go to distant Trade Shows and/or follow up visits to countries which would be denied if we were operating exclusively on our unassisted budget.

“I think that the strength of the program is its accessibility to small manufacturers who are involved in export or considering export for the first time. The cost sharing helps to reduce the initial impact on small sales budgets and the repayment system is such that it imposes no hardship in a given year. The quick turnaround and prompt responses are extremely helpful.” - *J. A. Smith, Vice-President, Marketing & Sales, Canbar Inc., Waterloo,*

Over two-thirds of the 140 respond-ing companies noted more than one result from their PEMD supported activities eg. both actual sales and a distributorship/ agency relationship.

Of the 137 companies that indicated the assistance had been useful to them in their export market development efforts, over one third indicated it had been “essential”, “crucial” or “very important”. Only three companies actually specified that the program had not been useful.

In the survey letter, companies were also asked for their views about accessibility to the program and the manner in which it was delivered. One quarter indicated that program accessibility/delivery was good or satisfactory, while another 24% were very complimentary using “extremely helpful” or “very good”.



Only four companies expressed concern about the accessibility and delivery of the program, with about half of the 140 respondents not expressing any opinion. The four concerned companies were unhappy with the length of time it took to obtain approval or with delivery staff inattentiveness. Nevertheless, 60% of the respondents did have suggestions for changes or improvements to the program, some of which touched on its delivery. Eleven companies suggested that with respect to approving applications and expense claims, the response time could be faster. The most commonly suggested changes however (at 32%) was for enriched assistance particularly making accommodation and meal expenses an eligible cost.

Some of the more interesting suggestions included “automatic” or “much closer” linkage between approved PEMD assistance and the assured provision of Embassy support and assistance to implement the company’s approved PEMD market development plan in the target market (mentioned by five respondents). Other suggestions were: increasing the assistance level for successful companies, including in MDS a capital project bidding type of notice of intent to apply (from which date incurred expenses would be eligible if approval ultimately received) and, an initial market identification trip element for all MDS applicants.

“The Program for Export Market Development (PEMD) provides an excellent opportunity for small businesses to develop its market share at the international level. In this global competitive market, we need all kinds of support we can get. The support and assistance from this program were both very helpful to Canadian businesses.

“Our experience with this program has been worthwhile and it has provided us with something to build upon. We feel that PEMD is an excellent program in helping Canadian businesses to compete in today’s challenging global economy.” - *Dr. Norman Kwan, Vice-president, Biomedical Implant Technology Inc., St. Catharines, Ontario*

“As beneficiaries of the Program for Export Market Development, we can attest that the efforts to market products in Western Europe will benefit our company. Agreements with distributors are being negotiated through assistance obtained under the PEMD.” - *Gilles Routhier, General Manager, Monitrol Inc., Boucherville, Quebec*

“We have appreciated receiving the funds and we are seeing the success, and the jobs that have been created with the project. In regards to the administration of the monies, we found the process relatively straightforward and not administratively cumbersome, which we feared it may be at the start of the process.

“In closing, this program has assisted us in building our US market position as the industry leader of Real Estate software in the United States. We have to believe these kinds of results are exactly the goal of this program.” - *Allan Lambert, General Manager, Operations, Top Producer, Richmond, British Columbia*

“With assistance from PEMD we targeted the Japanese market in 1989 and again in 1995. The Japanese market is very difficult to break in to, mainly due to cultural differences. It has only been in the past year or so, that our efforts have started to pay off.

“Without the support of programs such as PEMD, we could not have made the initial steps required to introduce ourselves to world markets.” - *Richard Myers, M2M International Ltd., Wallaceburg, Ontario*

“Without this assistance, we would never have been able to take part in this open international architecture competition for the Geneva Ethnography Museum.

“...our proposal for the new Geneva Ethnography Museum was unsuccessful. However, we do not believe that success should be measured on this basis alone. We feel that our having been the only North America team to participate is a measure of success, affirming our presence and that of the Canadian architectural community in the international competition circuit, which presently excludes Canadian architects.” - *Marc Laurendeau, Architect, Jodoin Lamarre Pratte et Associés Architectes, Montreal, Quebec*

“ We applied for, and received PEMD assistance to exhibit our products at an outdoor show in England last year in conjunction with our newly appointed distributor over there. It was a successful show and we have seen a steady increase in our export business to the UK as a direct result. Due to the success of that show, we are returning again this year to build up stronger customer relationships and make new contacts. Were it not for the PEMD program, a small company such as our’s would probably not have been able to afford to make that first trip last year.” - *Evan Jones, President, Integral Manufacturing Inc., Calgary, Alberta*

“The Program for Export Market Development (PEMD) is very important to our company in providing financial support in our endeavors in the development of a potential market in Asia for our products. To date, we have not been successful in selling our products into the Singapore Market, but the exposure has been very beneficial with a number of important contacts being made both in Singapore and other Asian countries. The development of the Asian Market will be a relatively slow process, but we believe that within three years, our company will actually be selling our products to all major maritime nations in Asia. We have signed an agent in Singapore and as an indirect result of our efforts, we have also signed an agent in Japan, with a third agreement expected for an agent in the Republic of South Korea within the next two months.” - *Barry Allcock, President & CEO, Offshore Systems Ltd., North Vancouver, British Columbia*

“It is clear to us that the program has contributed to our success. While the results set forth below have been modest, they have provided a stable foundation for our expansion in Europe.

“In our opinion, the Program is an excellent and equitable one. It requires potential beneficiaries to put forth an effort at analysis and marketing and to make a financial contribution that will prove just how serious they are. The applications are analyzed carefully, and a rigorous follow-up is conducted, as it should be with public funds.”

- *Daniel Tate, President, Magenta, Inc., Mont Saint-Hilaire, Quebec*

