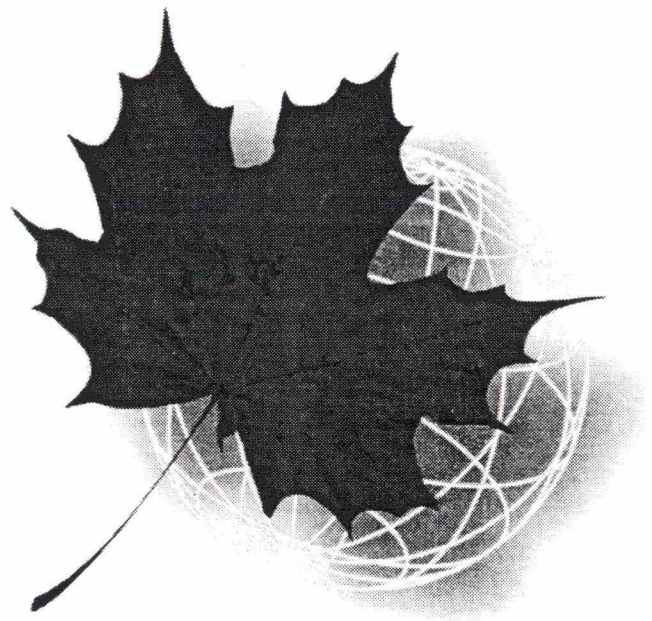




Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Réalisations du Programme de développement du commerce international 1997-1998



Équipe Canada inc • Team Canada Inc

Canada

LIBRARY E A / BIBLIOTHÈQUE A E



3 5036 01047606 0



J'ai le plaisir de présenter le deuxième rapport annuel au Parlement sur les réalisations du Programme de développement du commerce international du Canada. Le développement du commerce international apporte une contribution importante à la croissance économique et à la création d'emplois au Canada. En fait, un emploi canadien sur trois dépend des ventes réalisées à l'étranger.

En 1997, les exportations canadiennes ont augmenté de 7,4 p. 100 pour atteindre un niveau record de 343 milliards de dollars. Un bon 40 p. 100 du produit domestique brut du Canada est lié au commerce. Il s'agit de la plus grande proportion pour les pays du G7. Cette croissance vigoureuse des exportations se traduit par de nouveaux emplois pour les Canadiens.

Le pilier central de ce programme est le réseau d'Équipe Canada inc, qui a été récemment créé pour regrouper les fournisseurs de services des trois ministères fédéraux concernés par le développement du commerce international : le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Industrie Canada, et Agriculture et Agro-alimentaire Canada. Ces ministères se sont associés pour fournir des programmes et des services améliorés aux entreprises canadiennes

Les 125 missions diplomatiques du Canada dans le monde font partie intégrante du programme. Les délégués commerciaux affectés à ces missions ont rencontré plus de 12 000 visiteurs en 1997, dont beaucoup ont reçu de l'aide pour percer sur ces nouveaux marchés.

Lorsque l'assistance requise comporte des services de gestion du risque et de gestion financière, la Société pour l'expansion des exportation (SEE) est prête à aider les Canadiens à affronter la concurrence dans l'arène mondiale. En 1997, la SEE a servi plus de 3 700 clients, et a atteint un chiffre d'affaires de 28,6 milliards de dollars.

La mesure du rendement fait l'objet d'une attention particulière. Le Service des délégués commerciaux cherche à obtenir une rétroaction des entreprises à propos des divers programmes et services de développement du commerce international, afin de déterminer la meilleure façon de répondre aux besoins des entreprises canadiennes désireuses de s'aventurer à l'étranger.

Le Canada poursuit son programme de libéralisation du commerce, ouvrant la porte des marchés étrangers à un nombre croissant d'entreprises canadiennes. Nous continuons également de promouvoir les attraits du pays pour les investisseurs étrangers. Selon une étude comparative effectuée par la firme de comptables KPMG en 1997, entre le Canada, les États-Unis et cinq des principaux pays européens, il est moins coûteux d'établir une nouvelle entreprise au Canada.

Nos efforts de développement du commerce international produisent des résultats solides. En collaborant dans le cadre d'Équipe Canada inc, nous connaissons des réussites encore plus importantes, au pays comme à l'étranger.

Le ministre du Commerce international
Sergio Marchi

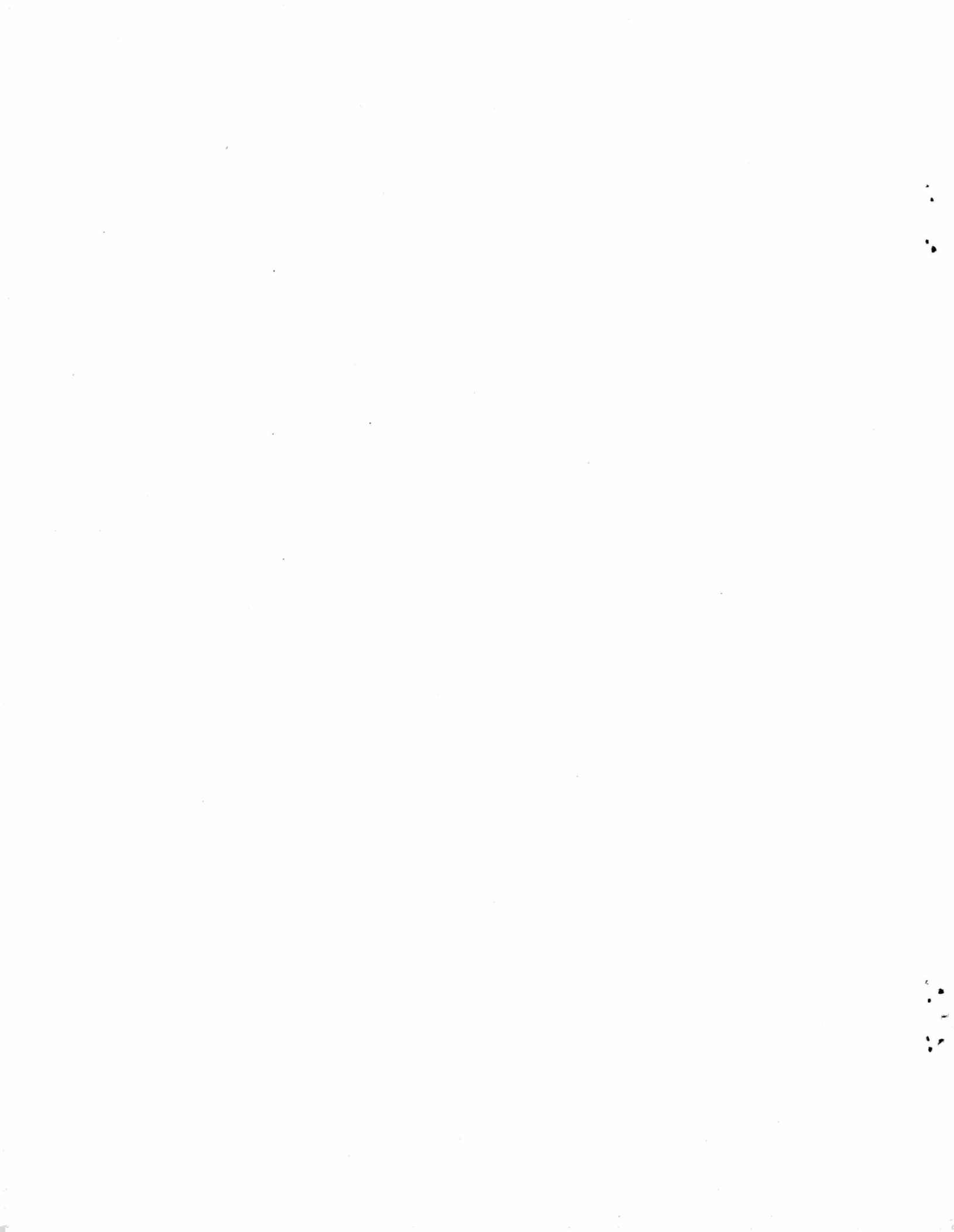


TABLE DES MATIÈRES

	Sommaire	
1.	Objectifs et défis du développement du commerce international	2
2.	Performance commerciale du Canada	2
3.	Réalisations de l'année	4
3.1	Accès aux marchés	
	Accord de libre-échange nord-américain	5
	Zone de libre-échange des Amériques	5
	Accord de l'Organisation mondiale du commerce sur les télécommunications de base	5
	Accord sur les technologies de l'information de l'Organisation mondiale du commerce	5
	Accord sur les services financiers de l'Organisation mondiale du commerce	5
	Accord de libre-échange Canada-Chili	6
	Accord de libre-échange Canada-Israël	6
	Forum de Coopération économique Asie-Pacifique	6
	Accords Canada-Union européenne	6
	Rapport sur l'accès aux marchés internationaux	6
3.2	Capacité d'exportation et état de préparation	
	Service amélioré 24 heures sur 24	7
	Centres du commerce international	7
	Réseaux commerciaux régionaux	7
	Programme de formation et d'orientation des nouveaux exportateurs	7
	Forum pour la formation en commerce extérieur	7
	Prix d'excellence à l'exportation canadienne	8
3.3	Développement des marchés internationaux	
	<i>Sources d'orientation stratégique</i>	
	Équipes sectorielles nationales	8
	Plans d'action sur les marchés prioritaires de produits agricoles et agroalimentaires	8
	Programme de promotion du Service des délégués commerciaux	8

Produits et programmes pour les exportateurs

Missions d'Équipe Canada	8
Mission commerciale des femmes à Washington	9
Nouveaux exportateurs aux États frontaliers	9
Service d'exportation agroalimentaire en direct	9

Services aux exportateurs

Société pour l'expansion des exportations	9
Corporation commerciale canadienne	9
Meilleures pratiques du Service des délégués commerciaux	9
Centre d'occasions d'affaires internationales	10

Concentration sur les PME

Unité des petites et moyennes entreprises	10
Forum de Coopération économique Asie-Pacifique	10

Ciblage des ressources

Équipe volante d'intervention à l'échelle mondiale	10
Délégués commerciaux supplémentaires à l'étranger	10

Accords dans les domaines des sciences et de la technologie 11

Mesure du rendement

Initiative de mesure du rendement du Service des délégués commerciaux	11
---	----

Présentation des résultats 11

3.4 Développement de l'investissement

Création d'un climat favorable à l'investissement	12
Efforts de promotion de la « marque Canada »	12
Participation au Forum économique mondial de Davos	12
Campagne de jumelage des sous-ministres avec certains pays	12
Stratégies par pays et par secteur visé	13
Investissements à l'étranger	13

Réalisations du Programme de développement du commerce international (1997-1998)

Sommaire

Faits saillants des réalisations de l'an dernier en développement du commerce international

- Les exportations canadiennes ont atteint un nouveau sommet record, avec une hausse de 7,4 p. 100, pour atteindre 343 milliards \$.
- L'investissement étranger au Canada a augmenté de 13 milliards \$ en 1997, alors que l'augmentation était de 7 milliards \$ en 1996.
- La mission commerciale d'**Équipe Canada** en Amérique latine (au Mexique, au Brésil, en Argentine et au Chili) a abouti à un chiffre record de 306 transactions représentant une valeur de 1,78 milliard \$.
- Équipe Canada inc a été lancée pour fournir un point d'accès unique au réseau d'organismes du gouvernement fédéral qui fournissent des services de développement du commerce international.
- De nouveaux accords de libre-échange ont été signés avec le Chili et avec Israël.
- Des ententes conclues dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce ont permis au Canada de disposer d'un meilleur accès au marché mondial des télécommunications, de l'informatique et des services financiers.
- Des négociations ont été lancées pour l'établissement d'une zone de libre-échange des Amériques.
- Ayant atteint un chiffre record de 20 milliards \$ d'exportations en 1997, le secteur agroalimentaire s'est donné comme objectif de couvrir 4 p. 100 du marché mondial, ce qui représenterait 40 milliards \$ d'exportations, d'ici 2005.
- Le Conseil consultatif d'Équipe Canada inc a été créé pour offrir des conseils et des services d'orientation aux ministres sur des questions particulières de politique commerciale et de développement du commerce.
- Un nouveau système de « gestion par les résultats » a été conçu pour le Service des délégués commerciaux, et sera mis en oeuvre en 1998.
- Le site Internet d'ExportSource et la ligne améliorée pour appels sans frais portant le numéro 1 888 811-1119 ont été lancés pour faciliter l'accès aux membres d'Équipe Canada inc.

1. Objectifs et défis du développement du commerce international

Il n'existe aucun scénario futur de politique économique et industrielle canadienne qui n'accorde un rôle d'importance croissante au commerce international, aux investissements et à la technologie. Les perspectives de croissance économique et de création d'emplois du Canada dépendent de notre réussite sur le marché international.

Conscient de l'importance primordiale du commerce et de l'investissement pour la croissance économique et la prospérité du Canada, le gouvernement s'est fixé trois objectifs pour l'orientation de ses efforts de développement du commerce international :

- devenir le chef de file mondial du commerce international;
- devenir le marché nord-américain favori des investisseurs;
- jouer un rôle de premier plan dans la libéralisation du commerce mondial.

En réalisant ces objectifs, nous allons instaurer un environnement favorable à la création de nouveaux emplois de haute qualité.

Pour atteindre les objectifs ci-dessus sans perdre de terrain par rapport à nos concurrents, nous devons relever cinq principaux défis :

- améliorer l'accès aux marchés clés;
- augmenter le nombre d'entreprises exportatrices;
- élargir notre gamme de produits à l'exportation;
- diversifier nos exportations par rapport au marché américain;
- améliorer la part de l'investissement mondial que nous recevons.

Le gouvernement relève ces défis en concentrant ses activités sur quatre principaux domaines :

- l'accès aux marchés;
- les capacités d'exportation et l'état de préparation;
- le développement des marchés internationaux;
- l'attraction de l'investissement étranger direct.

2. Performance commerciale du Canada

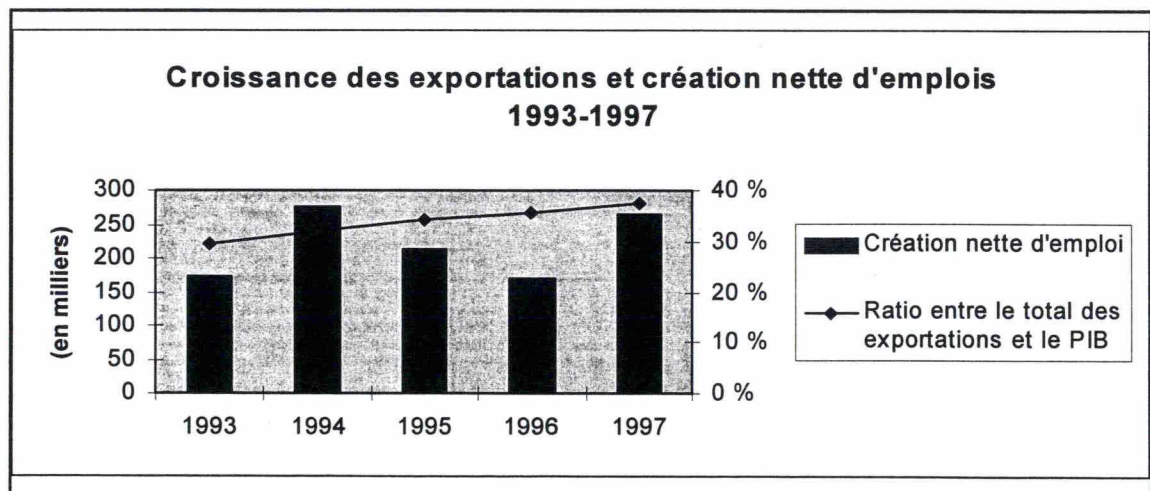
S'appuyant sur le succès de ces dernières années, les exportations de biens du Canada ont augmenté de 7,4 p. 100 en 1997, pour atteindre un niveau record de 343 milliards \$. Cela représente une augmentation encore plus vigoureuse qu'en 1996, lorsque la croissance des exportations a atteint 5,7 p. 100. Le surplus de la balance commerciale du Canada a été de 23,4 milliards \$ en 1997, en baisse par rapport au surplus record de 41 milliards \$ de 1996, reflétant une hausse des importations. Par ailleurs, le niveau des importations révèle l'expansion de l'économie interne du Canada.

Les trois secteurs de l'économie canadienne dont les exportations ont connu la croissance la plus rapide sont les produits de consommation, les produits du secteur automobile, et les secteurs du matériel et de l'outillage. En 1997, les exportations de matériel et outillage ont atteint 22,4 p. 100 du total des exportations canadiennes, soit un peu moins que le premier secteur, qui est celui des produits automobiles, lequel représentait 23,2 p. 100 du total des exportations. Les exportations de matériel et outillage ont plus que doublé au cours des cinq dernières années.

Les exportations de services sont également en hausse, ayant atteint 41,4 milliards \$ en 1997, soit 6,4 p. 100 de plus qu'en 1996. Malgré une balance commerciale négative pour le commerce des services, les exportations augmentent plus rapidement que les importations et l'écart est en train de disparaître. Le déficit du commerce des services a rétréci depuis 1994. La part représentée par les exportations de services commerciaux à fort contenu intellectuel a augmenté pour atteindre 48 p. 100 du total des exportations de services, alors que la part correspondante des importations de services commerciaux a augmenté pour atteindre 43 p. 100. Cela illustre un renforcement du secteur des services à fort contenu intellectuel au Canada.

Alors que les exportations continuent d'atteindre des niveaux de plus en plus élevés année après année, leur impact sur l'économie canadienne est visible au niveau de l'emploi. Près de quatre emplois canadiens sur dix sont maintenant directement liés aux exportations, contre moins de trois sur dix en 1992.

Le graphique montre que, à mesure que les exportations progressent et qu'elles représentent une part croissante de l'activité économique globale du Canada, la création nette d'emplois se chiffre en centaines de milliers :



L'investissement étranger direct au Canada a augmenté de 13,0 milliards \$ en 1997, alors qu'il avait augmenté de 6,96 milliards \$ en 1996. Les États-Unis sont restés le plus important investisseur au Canada, puisqu'ils représentaient 90 p. 100 de l'investissement étranger total reçu en 1997. Selon des études récentes, l'investissement étranger direct apporte une contribution majeure à l'expansion de la

3. Les réalisations de l'année

Le discours du trône de 1997 avait souligné que les missions commerciales d'Équipe Canada inc permettent non seulement de générer de nouvelles possibilités pour les entreprises canadiennes, mais aussi qu'elles illustrent ce qui peut être accompli lorsque l'État collabore avec le secteur privé. L'engagement a été pris de « ...s'appuyer sur ce succès en appliquant une stratégie bien définie, élaborée en consultation avec l'industrie, pour améliorer notre rendement économique international, en développant la base commerciale du Canada ». Le ministre Marchi a souligné cet engagement lors de l'assemblée annuelle de l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs, qui s'est tenue à Québec en octobre 1997.

Le Ministère s'était concentré sur un certain nombre de thèmes clés :

- l'attribution du nom d'Équipe Canada inc au réseau de services de développement du commerce international comprenant les ministères fédéraux, les provinces, les municipalités et le secteur privé;
- l'établissement d'un point de contact unique amélioré pour atteindre les membres d'Équipe Canada inc au moyen d'un numéro 1 888 et par l'intermédiaire du site Internet d'ExportSource;
- la création d'un conseil consultatif d'Équipe Canada inc représentant le secteur privé, pour fournir aux ministres des conseils de politique commerciale stratégique et de développement du commerce et de l'investissement;
- le déploiement d'un nombre accru de délégués commerciaux à l'étranger, pour atteindre un rapport de 70/30 entre les postes à l'étranger et à l'administration centrale, d'ici l'année 2006;
- la création à l'intérieur du Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) d'une unité destinée à promouvoir les besoins particuliers des petites et moyennes entreprises sur les marchés d'exportation;
- l'établissement d'un plan d'action intégré de développement du commerce international regroupant les trois principaux ministères qui font partie d'Équipe Canada inc.

Ces initiatives importantes ont toutes été lancées avec succès. Les pages qui suivent contiennent une description complète de la portée des initiatives clés et des réalisations de 1997 du gouvernement sur le plan du développement du commerce international.

Le ministre Marchi a lancé Équipe Canada inc afin de tirer le meilleur profit de l'esprit de coopération qui a été essentiel au succès des missions d'Équipe Canada inc. Équipe Canada inc n'est pas un organisme ni une société d'État dans le sens traditionnel. Il s'agit en fait d'un réseau « virtuel » permettant de fournir un point d'accès unique au large réseau d'organismes du gouvernement fédéral qui fournissent des services de développement du commerce international. Équipe Canada inc accueillera des membres supplémentaires dans l'avenir, représentant d'autres paliers de gouvernement et le secteur privé.

Le nouveau Conseil consultatif d'Équipe Canada inc, représentant le secteur privé, a

été créé en janvier 1998 et a tenu sa séance inaugurale un mois plus tard. Le Conseil, qui relève du ministre du Commerce international, veille à informer le gouvernement sur les points de vue du secteur privé concernant la politique commerciale internationale et les questions de développement du commerce international.

3.1 Accès aux marchés

- Bien qu'il soit difficile de décrire en détail l'impact de l'**Accord de libre-échange nord-américain (ALENA)**, on a observé une augmentation visible du commerce, de l'investissement et de l'emploi au Canada depuis la mise en oeuvre de cet accord.
 - Les exportations de marchandises du Canada à destination des États-Unis ont augmenté de 63 p. 100 depuis la mise en oeuvre de l'ALENA, pour atteindre 244 milliards \$ en 1997.
 - Les exportations canadiennes à destination du Mexique ont augmenté de 54 p. 100 au cours de la même période, pour atteindre 1,3 milliard \$ en 1997.
 - Les investissements étrangers provenant des partenaires du Canada dans l'ALENA ont également augmenté au cours des quatre dernières années; l'investissement étranger direct en provenance des États-Unis a progressé de 21 p. 100 en 1996 par rapport à 1993, qui était la dernière année avant l'établissement de l'ALENA, alors que l'investissement en provenance du Mexique était en hausse de 35 p. 100.
- Les dirigeants ont lancé des négociations pour l'établissement de la **Zone de libre-échange des Amériques (ZLEA)** au cours du sommet d'avril des Amériques qui s'est tenu à Santiago (Chili). Une structure de négociation pour la ZLEA a été convenue, le Canada présidant le processus pendant les 18 premiers mois.
- Le Canada a participé activement à une série d'initiatives de l'**Organisation mondiale du commerce (OMC)** en 1997 :
 - Un **accord sur les télécommunications de base** a été conclu en février 1997, avec la participation de pays représentant plus de 90 p. 100 des revenus mondiaux des télécommunications. L'accord, qui est entré en vigueur en février 1998, assure l'accès pour le Canada aux marchés clés des États-Unis et de l'Union européenne, améliore les possibilités de desservir certains pays de l'Asie et de l'Amérique latine, et offre les avantages d'un cadre commercial transparent et multilatéral fondé sur des règles.
 - En mars 1997, le Canada et 42 autres pays concluaient l'**Accord sur les technologies de l'information (ATI)**, créant ainsi un marché sans

barrières douanières représentant plus de 92 p. 100 du commerce mondial des produits informatiques, qui s'élève à 500 milliards \$US par an. Les réductions de droits de douane ayant commencé en juillet 1997, l'ATI se traduira par une amélioration de l'accès aux marchés, par une baisse des coûts d'approvisionnement des producteurs canadiens, et par une croissance des marchés.

- En décembre 1997, le Canada faisait partie d'un groupe de 70 pays ayant négocié avec succès un **accord sur les services financiers**. Cet accord, qui couvre des pays représentant plus de 95 p. 100 du commerce mondial des services financiers, donnera aux institutions financières canadiennes un meilleur accès aux marchés clés de l'Europe, de l'Asie et de l'Amérique latine.
- Le 5 juillet 1997, l'**Accord de libre-échange Canada-Chili** est entré en vigueur. Pendant la période de juillet à décembre 1997, les exportations canadiennes à destination du Chili ont augmenté de 21 p. 100 par rapport à 1996, pour atteindre 238,7 millions \$. Les importations canadiennes en provenance du Chili ont également augmenté au cours de la même période.
- L'**Accord de libre-échange Canada-Israël** a été mis en oeuvre le 1^{er} janvier 1997. Les exportations du Canada à destination d'Israël ont atteint 242 millions \$ en 1997, alors qu'elles étaient de 237 millions \$ en 1996. Les exportations d'Israël à destination du Canada ont augmenté considérablement, pour passer de 267 millions \$ en 1996 à 312 millions \$ en 1997.
- En novembre 1997, les membres du **forum de Coopération économique Asie-Pacifique (APEC)** convenaient de poursuivre un programme continu de libéralisation volontaire du commerce dans 15 secteurs, dont 9 domaines prioritaires : les produits chimiques, le secteur de l'énergie, les biens et services environnementaux, le poisson et les produits de la pêche, les produits forestiers, les pierres précieuses et les bijoux, les équipements et instruments médicaux, les équipements de télécommunications et les jouets. Plusieurs priorités à l'exportation canadiennes sont incluses dans cette liste.
- Le Canada et l'Union européenne ont signé deux accords en 1997. Le 4 décembre, un **accord de coopération douanière et d'assistance mutuelle** a été signé, pour faciliter le commerce et améliorer la capacité des deux parties à combattre les fraudes. Le 15 décembre, un accord a été signé sur les **normes de piégeage non cruel**, qui fournit un cadre efficace à une industrie employant un nombre important de personnes au Canada et dans l'Union européenne.
- En 1997, le gouvernement diffusait son premier rapport annuel sur les priorités du Canada pour l'amélioration de l'accès aux marchés étrangers pour les entreprises canadiennes. Le rapport décrit la façon dont le Canada cherche à améliorer l'accès pour les biens, les services et les investissements dans certains marchés clés, dont les États-Unis.

3.2 Capacité d'exportation et état de préparation

- Équipe Canada inc a amélioré l'accès aux services et aux programmes destinés aux exportateurs, qui est maintenant disponible 24 heures sur 24. Cet engagement se concentre principalement sur l'amélioration continue d'**ExportSource** (<http://exportsource.gc.ca>); ce produit Internet a rapporté une médaille d'or à Équipe Canada inc et constitue le point central de l'initiative fédérale en direct de soutien du commerce. Au cours des dix derniers mois, le site Internet ExportSource a reçu plus d'un demi-million de demandes. Les demandes mensuelles, qui se chiffraient à environ 20 000 en mai 1997, ont augmenté pour atteindre près de 80 000 en février 1998.

L'amélioration de l'accès aux services destinés aux exportateurs comprend également la **ligne nationale sans frais 1 888 811-1119**, qui permet de rejoindre le Service d'information sur les exportations affiliés à Équipe Canada inc, ainsi que d'autres fournisseurs de service du commerce international affiliés à d'Équipe Canada inc, répartis dans tout le pays. Un système de réponse automatique par télécopieur fonctionne 24 heures sur 24.

- **Les centres du commerce international** établis dans tout le pays ont joué un rôle de premier plan pour l'établissement et la consolidation des réseaux commerciaux régionaux, avec une participation provinciale.
- **Les réseaux commerciaux régionaux**, qui en sont maintenant à leur troisième année de fonctionnement, rationalisent l'exécution des services de commerce et d'exportation, en établissant au niveau local un lien entre les ministères et les organismes fédéraux et provinciaux et le secteur privé. En 1997, les réseaux ont relevé plus de 3 000 entreprises pour le conseil à l'exportation, dont 200 cherchaient à diversifier leurs marchés d'exportation. Les réseaux ont élaboré des plans triennaux continus de commerce régional et se sont donné comme objectif national d'offrir leur assistance à 6 250 nouveaux exportateurs, ou exportateurs à la conquête de nouveaux marchés, au cours des trois prochaines années.
- **Le Programme de formation et d'orientation des nouveaux exportateurs (NEXPRO)** a été conçu par la Banque de développement du Canada pour les propriétaires et les gestionnaires de petites entreprises qui ne disposent pas des connaissances et de l'expérience nécessaires pour aborder le processus d'exportation. Un total de 350 gestionnaires ont ainsi participé à des séances de formation dans le cadre de 17 projets de NEXPRO en 1997-1998.
- En 1997, le **Forum pour la formation en commerce extérieur (FITT)** est devenu le premier et le seul organisme du Canada à octroyer une désignation professionnelle en commerce international, le titre de Professionnel accrédité en commerce international. Depuis janvier 1998, le FITT a ainsi accrédité 18 professionnels en commerce international; depuis 1992, le FITT a formé plus de 3 500 particuliers au commerce international.

- 1997 aura été la 15^e année du **Prix d'excellence à l'exportation canadienne**. Le ministre Marchi a honoré dix firmes canadiennes, allant des PME jusqu'aux multinationales, pour leur excellence en exportation. Les prix sont une source d'inspiration pour les autres entreprises canadiennes, qui sont ainsi incitées à établir et à développer leurs propres têtes de pont dans les marchés étrangers.

3.3 Développement des marchés internationaux

Sources d'orientation stratégique

- Les **équipes sectorielles nationales** coordonnent les efforts de développement du commerce international du secteur public et du secteur privé au niveau sectoriel. Par la création de groupes de travail sectoriels par pays, chaque équipe a ainsi travaillé avec les délégués commerciaux du Canada à l'étranger pour planifier des activités de développement du commerce international dans les marchés prioritaires. Les détails de ces activités (il y en a eu 1 500 au total) sont disponibles en direct dans la Stratégie canadienne pour le commerce international (SCCI).
- Dans le secteur de l'agriculture, de l'alimentation et des boissons, **huit plans d'action sur marchés prioritaires** (États-Unis, Japon, Mexique, Brésil, Union européenne, Taïwan, Chine/Hong Kong et Corée du Sud) ont été élaborés par le Conseil consultatif fédéral-provincial de développement des marchés, en consultation avec le Conseil canadien de commercialisation des produits agroalimentaires (CCCPA) et d'autres participants. Quatre marchés émergents ont également été sélectionnés.
- Le **Programme de promotion du Service des délégués commerciaux**, une initiative de « sensibilisation des exportateurs » établie en fonction de la demande, envoie les délégués commerciaux des ambassades du Canada visiter de petites localités canadiennes dans le but de conseiller les entreprises à propos des défis et des possibilités que représentent les marchés d'exportation. En 1997, 175 délégués commerciaux ont ainsi rencontré plus de 1 100 entreprises dans 110 localités canadiennes.

Produits et programmes pour les exportateurs

- Les **missions commerciales d'Équipe Canada** ont été un point tournant de l'approche du développement du commerce international par le Canada, en montrant ce qui peut être réalisé lorsque l'État et le secteur privé collaborent entre eux. Le premier ministre Jean Chrétien a conduit cinq missions commerciales au cours desquelles 856 transactions ont été conclues, ce qui représentait une valeur d'environ 24 milliards \$. La mission la plus récente, qui a eu lieu en janvier 1998 et qui couvrait le Mexique, le Brésil, l'Argentine et le Chili, a abouti à la signature d'un chiffre record de 306 transactions représentant une valeur approximative de 1,78 milliard \$.

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

Services aux exportateurs

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

- Le **Centre des occasions d'affaires internationales** continue de transmettre aux fournisseurs canadiens potentiels des renseignements provenant du monde entier. Le Centre a répondu à plus de 8 500 demandes de renseignements commerciaux provenant de 142 missions diplomatiques canadiennes à l'étranger en 1997, et a pris contact avec plus 14 000 entreprises réparties dans l'ensemble du Canada, dont 75 p. 100 appartiennent à la catégorie des PME.

Concentration sur les PME

- Une **unité spéciale pour les petites et moyennes entreprises (PME)** a été créée au MAECI, pour adapter les services de promotion commerciale aux besoins des PME et à ceux de segments spécifiques du marché des PME, dont les femmes, les autochtones, les entreprises multiculturelles et les jeunes entrepreneurs. L'unité des PME a d'ores et déjà les réalisations suivantes à son actif :
 - la création d'une Coalition pour la recherche commerciale, regroupant le secteur public et le secteur privé, pour soutenir les femmes propriétaires d'entreprises;
 - le lancement du site Web *Les femmes d'affaires et le commerce*;
 - la formulation d'une stratégie de développement du commerce international pour les entreprises autochtones; et
 - l'élaboration d'un programme de jeunes ayant pour but d'inclure des étudiants et de jeunes entrepreneurs dans les missions commerciales.
- Le **forum de Coopération économique Asie-Pacifique (APEC)** a élaboré un cadre permettant de tenir compte des préoccupations et des priorités des PME dans ses travaux. Le forum d'entreprises et l'exposition organisés par le ministère pour les PME à Ottawa en septembre ont attiré plus de 190 exposants et 2 500 visiteurs de toute la région de l'APEC.

Ciblage des ressources

- Au cours de sa deuxième année d'exploitation, l'**équipe volante** d'intervention rapide formée de délégués commerciaux a continué d'exploiter de nouvelles possibilités de commerce résultant des missions d'**Équipe Canada inc.**, d'accords commerciaux, et de l'évolution des conditions des marchés. En 1997, les agents d'équipes volantes ont été déployés pour des périodes durant jusqu'à six mois dans les Philippines, en Corée, en Thaïlande, au Chili, en Chine, en Israël, au Brésil, en Argentine et au Mexique.
- Des délégués commerciaux supplémentaires ont été déployés à l'étranger en 1997, le but visé étant d'atteindre un rapport de 70/30 (entre les postes à l'étranger et les postes à l'administration centrale) d'ici 2006. De nouveaux postes ont été créés en Chine, à Taïwan, en Indonésie, au Chili, au Brésil, en Inde et aux Royaume-Uni. Des postes supplémentaires doivent être créés outre-mer en 1998.

Accords dans les domaines des sciences et de la technologie

- Les accords bilatéraux existants dans les secteurs des sciences et de la technologie (avec l'Union européenne, la France et l'Allemagne) offrent des possibilités de collaboration. Une entente conclue en mars 1998 entre le Canada et la Communauté européenne de l'énergie atomique permettra à l'industrie nucléaire du Canada de se joindre à des partenaires européens dans le cadre de projets de recherche et développement du secteur nucléaire.

Mesure du rendement

- Un système complet de « **gestion par les résultats** » a été mis au point pour le Service des délégués commerciaux (SDC). Le système a été conçu pour fournir une image des résultats obtenus et pour aider à rencontrer les exigences essentielles à l'amélioration continue du service. L'introduction d'un système complet de mesures du rendement pour le SDC est particulièrement opportune parce que :
 - la demande croissante de services du SDC, associée à la diminution des ressources de l'État, exige une redéfinition des priorités et des activités principales;
 - la haute direction a besoin d'une source d'information plus complète et plus fiable pour soutenir le processus de planification stratégique permettant le renouvellement du SDC;
 - le Vérificateur général a demandé une comptabilisation plus détaillée des ressources consacrées aux activités et au programme de développement du commerce international.

Le système actuellement mis en place pour le SDC vise trois objectifs clés :

- l'obligation de rendre compte des résultats;
- la définition et le classement prioritaire des services essentiels et des clients;
- une amélioration des rapports et des consultations avec les clients, les clients potentiels et les employés.

Présentation des résultats

- L'an dernier, en dehors des missions d'**Équipe Canada inc**, les activités fédérales de développement du commerce international ont produit les résultats suivants :
 - la participation de 1 347 entreprises canadiennes à des missions commerciales à l'étranger;
 - 80 183 demandes de service concernant les renseignements sur les marchés d'outre-mer et la recherche d'information;

- la participation de 1 622 exposants à des foires commerciales organisées par le MAECI;
- le passage de 12 291 visiteurs dans les missions à l'étranger;
- la réception par les missions à l'étranger de 151 361 demandes d'information (transmises par téléphone, télécopieur, lettre et courrier électronique).

3.4 Développement de l'investissement

- Grâce à des politiques budgétaires et monétaires saines et à une gestion prudente de l'économie, le Canada bénéficie aujourd'hui d'un climat favorable à l'investissement et d'une reprise économique positive. La croissance économique a dépassé 3,5 p. 100 en 1997, et on prévoit qu'elle restera vigoureuse en 1998. Les taux d'intérêt à long terme sont à leur niveau les plus bas depuis environ 30 ans, et les investissements des entreprises sont en hausse. Grâce à des allègements fiscaux sélectifs, à une plus grande déréglementation de l'économie et à des investissements ciblés pour soutenir l'éducation et augmenter l'emploi des jeunes et les activités de recherche et développement, le Canada deviendra encore plus attrayant comme lieu d'investissement.
- Des campagnes précises et bien coordonnées de promotion de la « **marque Canada** » à l'étranger ont été lancées pour éliminer l'écart entre la réalité du renouvellement économique du Canada et les impressions dépassées qui subsistent encore à l'étranger à propos du climat des affaires au Canada. Une série de nouveaux outils de marketing ont été élaborés pour atteindre cet objectif. Le plus important est l'étude comparative de coûts entre le Canada, les États-Unis et l'Europe qui a été effectuée par la firme de comptables KPMG; cette étude souligne les coûts d'exploitation considérablement inférieurs du Canada par rapport aux États-Unis et à l'Europe, dans un certain nombre de secteurs clés. D'autres nouveaux outils de marketing ont été créés, dont le service téléphonique sans frais et les vidéos présentés en vol.
- Le ministre du Commerce international et le ministre de l'Industrie ont participé au **Forum économique mondial** de Davos (Suisse) en 1998, qui rassemblait dans un cadre prestigieux des leaders internationaux des milieux d'affaires, du secteur de l'enseignement, des administrations gouvernementales et des médias. Plusieurs premiers ministres, des ministres provinciaux et environ 50 entreprises canadiennes y participaient également.
- Un certain nombre de sous-ministres ont été **jumelés avec certains pays** pour établir et maintenir des contacts de niveau supérieur avec des entreprises multinationales clés et pour promouvoir activement le Canada comme localisation d'investissement. Les marchés visés comprennent l'Asie, l'Europe et les États-Unis. Des sous-ministres ont appelé une sélection d'entreprises en Allemagne, au Royaume-Uni, aux Pays-Bas, en Suède et aux États-Unis pour leur parler d'investissement.

- Le gouvernement fédéral a lancé des campagnes de grande envergure pour attirer des investissements provenant d'une sélection de marchés étrangers, dont les États-Unis, l'Europe de l'Ouest et l'Asie-Pacifique. Des groupes de travail interministériels élaborent des stratégies de placement pour certains secteurs prioritaires tels que les sciences de la vie, les semi-conducteurs, les technologies de l'information et des télécommunications, le secteur agroalimentaire, le secteur automobile, l'aérospatiale, les mines, les produits forestiers et les matériaux de construction, et les produits chimiques.
- Les entreprises canadiennes manifestent de plus en plus leur maturité en tant qu'entreprises d'envergure mondiale, en améliorant leur accès aux marchés étrangers par l'établissement d'une forte présence d'investissement à l'étranger, ce qui se traduit par une croissance des exportations, de l'emploi et des retombées au Canada. Les missions diplomatiques canadiennes viennent en aide aux entreprises canadiennes le cas échéant pour investir à l'étranger, pour développer les exportations et pour établir une présence sur le marché local. L'**investissement canadien direct à l'étranger** a atteint un total de 16,6 milliards \$ en 1997, soit une augmentation de 7,2 p. 100 par rapport au niveau de 15,5 milliards \$ de 1996. Les secteurs des services financiers et des assurances ont représenté la part la plus importante (32 p. 100) de l'investissement canadien direct total à l'étranger, suivis par les secteurs de l'énergie, des métaux et des minéraux (22,8 p. 100).

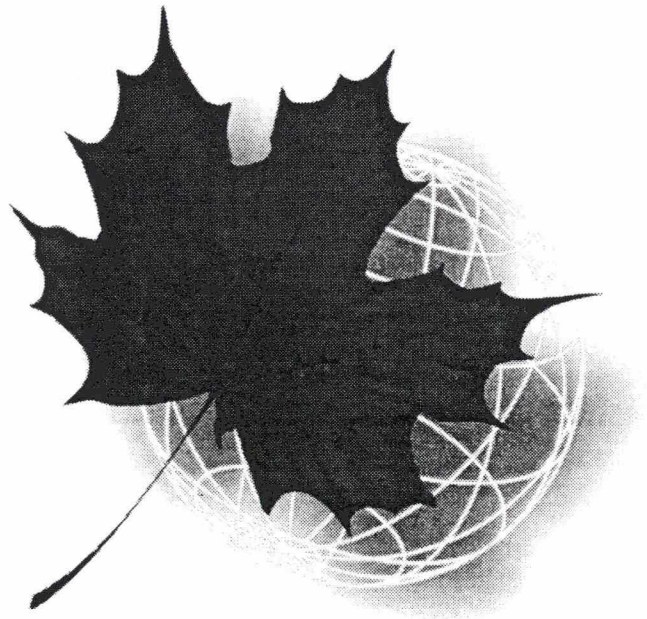
CA1
EA673
A13
1997/98
cop. 1
DOCS



Government
of Canada

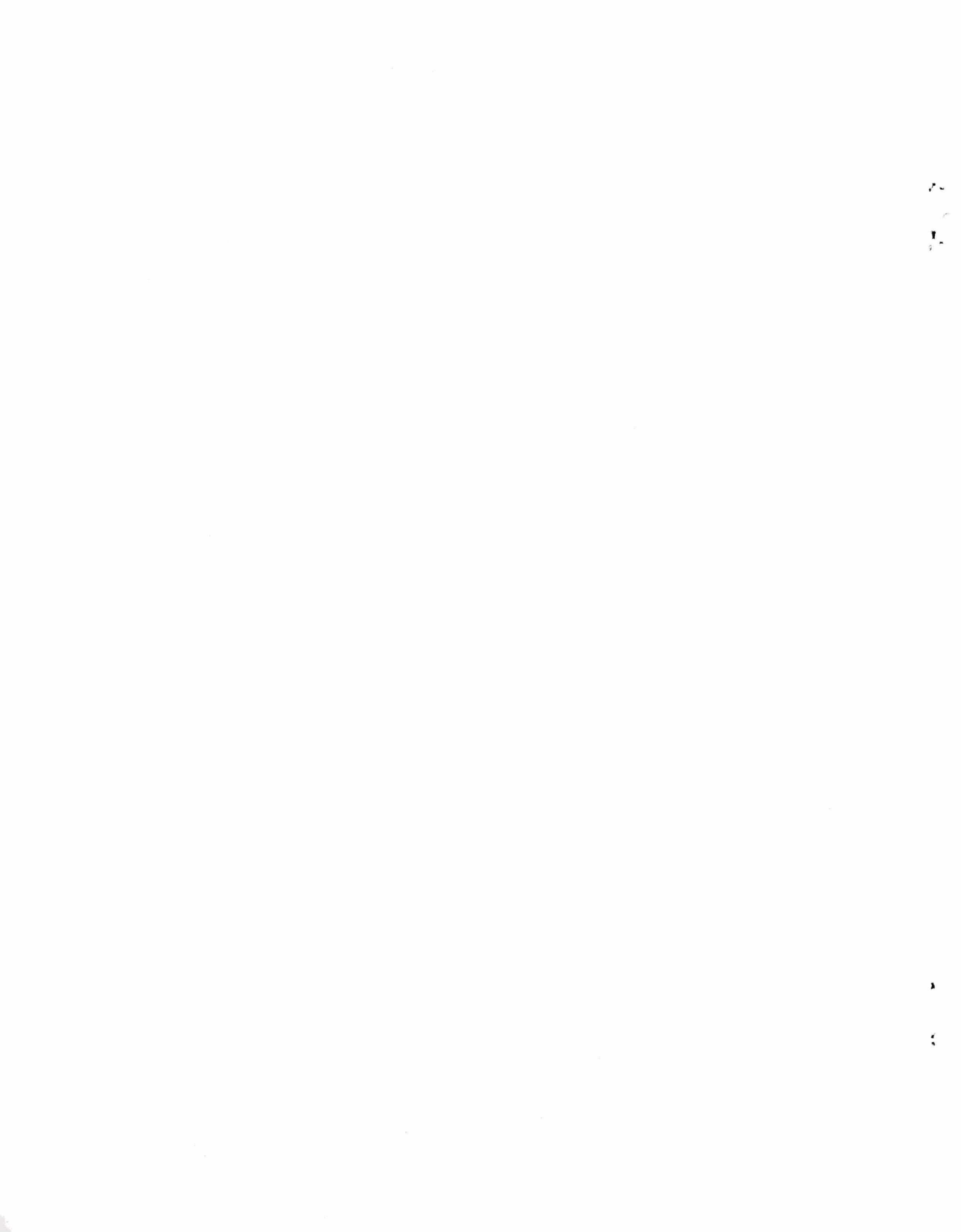
Gouvernement
du Canada

Achievements of the International Business Development Program 1997/98



Team Canada Inc • Équipe Canada inc

Canada



Minister for International Trade



Ministre du Commerce International

Ottawa, Canada K1A 0G2

I am pleased to table the second annual Report to Parliament on the achievements of Canada's International Business Development program. International Business Development (IBD) makes an important contribution to economic growth and job creation in Canada. In fact, one in every three jobs in Canada depends on sales made outside the country.

In 1997, Canada's exports increased 7.4% to a record level of \$343 billion. Fully 40% of Canada's gross domestic product is trade-related, the highest proportion in the G-7. This vigorous export growth means more jobs for more Canadians.

The centrepiece of the IBD program is the newly created Team Canada Inc network of service providers led by the three federal IBD departments: Foreign Affairs and International Trade, Industry Canada, and Agriculture and Agri-Food Canada. These core departments have joined forces to provide enhanced programs and services to the Canadian business community.

Integral to the program are the 125 Canadian diplomatic outposts around the world. Trade commissioners at these missions met with over 12 000 visitors in 1997, many of whom received assistance to break into new markets.

When the assistance required involves risk and financial management services, the Export Development Corporation (EDC) is available to help Canadians compete in the global arena. In 1997, EDC served more than 3700 customers and had business volume of \$28.6 billion.

Performance measurement is an area of special attention. The Trade Commissioner Service is seeking feedback from the business community on various IBD programs and services to determine how we can best meet the needs of Canadian firms that wish to venture abroad.

Canada continues to pursue its trade liberalization agenda — opening doors for more Canadian companies in foreign markets. We also continue to promote this country as an attractive site for foreign investors. A comparative study that compared Canada with the United States and five major European countries, done by the accounting firm KPMG in 1997, found that Canada is the most cost effective location to set up a new business.

We are showing solid results for our IBD endeavours. Working together in the Team Canada Inc partnership will lead to even greater success at home and abroad.

Sergio Marchi
Minister for International Trade



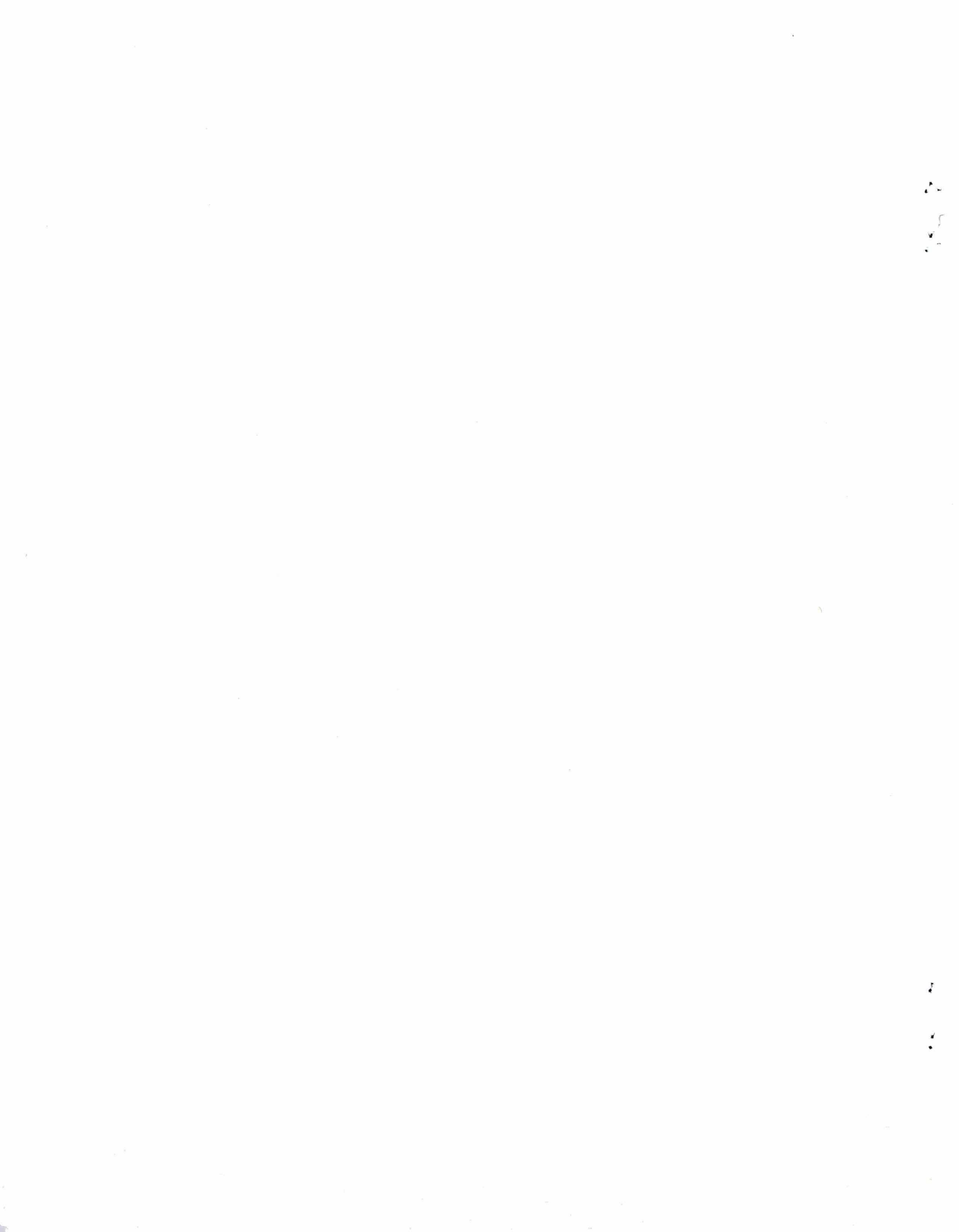


TABLE OF CONTENTS

	Executive Summary	
1.	International Business Development Goals and Challenges	1
2.	Canada's Trade Performance	1
3.	The Year's Achievements	3
3.1	Market Access	
	North American Free Trade Agreement	4
	Free Trade Area of the Americas	4
	World Trade Organization Agreement on Basic Telecommunications	4
	World Trade Organization Information Technology Agreement	4
	World Trade Organization Financial Services Agreement	5
	Canada-Chile Free Trade Agreement	5
	Canada-Israel Free Trade Agreement	5
	Asia-Pacific Economic Cooperation Forum	5
	Canada-European Union Agreements	5
	International Market Access Report	5
3.2	Export Capability and Preparedness	
	Enhanced 24-hour Service	5
	International Trade Centres	6
	Regional Trade Networks	6
	New Exporters Training and Counselling Program	6
	Forum for International Trade Training	6
	Canada Export Awards	6
3.3	International Market Development	
	<i>Sources of Strategic Guidance</i>	
	National Sector Teams	6
	Agriculture and Agri-Food Priority Market Action Plans	7
	Trade Commissioner Service Outreach Program	7
	<i>Products and Programs for Exporters</i>	
	Team Canada Missions	7
	Women's Trade Mission to Washington	7
	New Exporters to Border States	7
	Agri-Food Trade Service On-line	7

Exporter Services

Export Development Corporation 7
Canadian Commercial Corporation 8
Trade Commissioner Service Best Practices 8
International Business Opportunities Centre 8

Focus on SMEs

Small and Medium-sized Enterprise Unit 8
Asia-Pacific Economic Cooperation Forum 8

Targeting Resources

Global Opportunities (GO)-Team 9
Additional Trade Commissioners Abroad 9

Science and Technology Agreements 9

Measuring Performance

Trade Commissioner Service Performance Measurement Initiative 9

Charting the Results 10

3.4 Investment Development

Creating a Positive Investment Climate 10
"Brand Canada" Marketing Efforts 10
Participation in the Davos World Economic Forum 10
Deputy Ministers' Country Champion Campaign 11
Targeted Country and Sector Strategies 11
Outward Investment Flows 11

Achievements of the International Business Development Program (1997-98)

Executive Summary

Highlights of the past year's IBD achievements:

- Canadian exports reached another record high, up 7.4% to \$343 billion.
- Foreign investment in Canada grew by \$13 billion in 1997, compared with an increase of \$7 billion in 1996.
- The Team Canada trade mission to Latin America (Mexico, Brazil, Argentina and Chile) resulted in a record 306 business deals worth \$1.78 billion.
- Team Canada Inc was launched to provide a single point of access to the federal government network of IBD service providers.
- New free trade agreements were signed with Chile and Israel.
- World Trade Organization agreements gave Canada improved global market access for telecommunications, information technology and financial services.
- Free Trade of the Americas negotiations were launched.
- Building on a record \$20 billion in export sales in 1997, the agri-food sector has set its sights on capturing 4% of the world market or \$40 billion in exports by 2005.
- The Team Canada Inc Advisory Board was created to provide advice and guidance to ministers on topical trade policy and trade development questions.
- A new "management by results" system was designed for the Trade Commissioner Service for implementation in 1998.
- The ExportSource Internet site and the enhanced toll-free 1-888-811-1119 number were launched to facilitate access to Team Canada Inc services.

1. International Business Development Goals and Challenges

There is no scenario for future economic and industrial policy in Canada that does not include a significant and growing role for international trade, investment and technology. Canada's economic growth and job creation prospects depend on our success in the international arena.

Recognizing the pre-eminent importance of trade and investment to Canada's economic growth and prosperity, the government has set three goals to guide its International Business Development (IBD) efforts:

- become the world's leading trading nation
- become the location of choice for investment in North America
- exercise leadership in global trade liberalization

By achieving these goals we will create the environment for new high-quality jobs.

To realize the above goals and not lose ground to our competitors, we must address five major challenges:

- improve access in key markets
- increase the number of firms exporting
- broaden our export product range
- diversify exports beyond the U.S. market
- improve our share of global inward investment

The government is addressing these challenges by focussing its activities on four main areas:

- market access
- export capability and preparedness
- international market development
- attracting foreign direct investment

2. Canada's Trade Performance

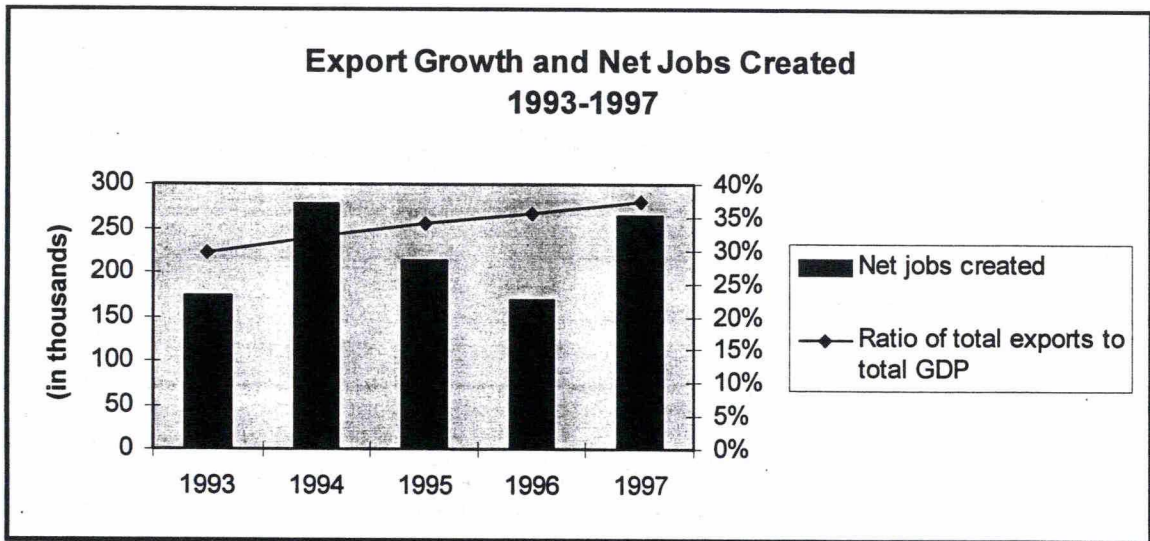
Building on the success of recent years, Canada's exports of goods and services for 1997 increased by 7.4% to reach a record level of \$343 billion. This represents an even stronger increase than in 1996, when export growth was 5.7%. Canada's trade surplus in 1997 was \$23.4 billion, down from the record surplus of \$41 billion in 1996, reflecting higher levels of imports. Higher imports, in turn, reflect Canada's booming domestic economy.

The three sectors of Canada's economy with the fastest-growing export levels are consumer products, automotive products, and machinery and equipment. In 1997, machinery and equipment exports reached 22.4% of total Canadian exports, almost as high as automotive products, the leading sector with 23.2% of total exports. Machinery and equipment exports have more than doubled in the past five years.

Exports of services are also increasing, reaching \$41.4 billion in 1997, up 6.4% compared with 1996. Despite a negative balance of trade in services, exports are growing more rapidly than imports and the gap is being closed. The negative balance of trade in services has narrowed since 1994. The share of knowledge-intensive commercial services out of total service exports increased 48%, while the corresponding import share of commercial services increased to 43%. This attests to a strengthening of the knowledge-intensive service sector in Canada.

As exports continue to reach higher levels year after year, the impact on the Canadian economy is seen in employment. Almost 4 out of every 10 jobs in Canada are now directly related to exports, compared with fewer than 3 of 10 in 1992.

The chart shows that as exports grow and account for an increasing share of Canada's overall economic activity, hundreds of thousands of net new jobs are being created.



Foreign direct investment (FDI) in Canada grew by \$13.0 billion in 1997, compared with an increase of \$6.96 billion in 1996. The United States remained the largest investor in Canada, contributing 90% of total FDI inflows in 1997. Recent studies have shown that FDI is a major contributor to the expansion of production capacity and job creation in Canada.

3. The Year's Achievements

The Throne Speech of 1997 pointed out that Team Canada trade missions not only generate new opportunities for Canadian business, they also illustrate what can be accomplished when the government and the private sector collaborate. A commitment was made to "...build on that success with a focussed strategy, developed in consultation with industry, to improve our international economic performance by expanding Canada's trade base." Minister Marchi addressed this commitment at the annual meeting of the Alliance of Manufacturers and Exporters in Quebec City in October 1997.

The Minister focussed on a number of key themes:

- giving the name Team Canada Inc to the IBD service network, made up of federal departments, provinces, municipalities and the private sector
- providing an improved single point of contact to reach Team Canada Inc members via a 1-888 number and via the ExportSource Internet site
- creation of the private sector Team Canada Inc Advisory Board to provide strategic trade policy and trade and investment development advice to ministers
- deployment of more trade commissioners abroad to reach a 70:30 ratio, field to headquarters, by the year 2006
- creation of a unit in the Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) to champion the special needs of small and medium-sized enterprises (SMEs) in export markets
- development of an integrated IBD Business Plan across the three core departments working in Team Canada Inc

These important initiatives have all been successfully launched. The pages that follow contain a comprehensive description of the full breadth of the government's key IBD initiatives and achievements in 1997-98.

Minister Marchi launched Team Canada Inc to build upon the spirit of partnership that has been key to the success of the Team Canada missions. Team Canada Inc is not an agency or a Crown corporation in the traditional sense. Instead, it will function as a "virtual" network and provide a single point of access to the broad network of federal government IBD service providers. Membership in Team Canada Inc will be expanded in the future to include other levels of government and the private sector.

The new private sector Team Canada Inc Advisory Board was created in January 1998 and held its inaugural meeting one month later. The Board, which reports to the Minister for International Trade, ensures that the government has the benefit of private sector views on international trade policy and international business development issues.

3.1 Market Access

- While it is difficult to specify in detail the impact of the **North American Free Trade Agreement (NAFTA)**, there has been an observed increase in trade, investment and employment in Canada since the agreement was implemented.
 - Canada's merchandise exports to the United States have risen by 63% since the NAFTA was implemented, reaching \$244 billion in 1997.
 - Canadian exports to Mexico over the same period were up 54%, reaching \$1.3 billion in 1997.
 - Foreign investment flows from Canada's NAFTA partners have also risen in the past four years; FDI from the United States was 21% higher in 1996 than in 1993 (the last pre-NAFTA year), while FDI from Mexico was 35% higher.
- Leaders launched the **Free Trade Area of the Americas (FTAA)** negotiations during the April Summit of the Americas in Santiago, Chile. A negotiating structure for the FTAA has been agreed upon, with Canada chairing the process for the first 18 months.
- Canada actively participated in a range of **World Trade Organization (WTO)** initiatives in 1997.
 - **An Agreement on Basic Telecommunications** was concluded in February 1997, with the participation of countries that account for more than 90% of worldwide telecommunications revenues. The agreement, which came into effect in February 1998, gives Canada secure access to the key markets of the United States and the European Union; improved opportunities to serve countries in Asia and Latin America; and the benefits of a transparent, multilateral, rules-based trading framework.
 - In March 1997, Canada and 42 other countries concluded the **Information Technology Agreement (ITA)**, creating a duty-free market representing over 92% of the US\$500-billion-a-year world trade in information technology products. With the tariff cuts that started in July 1997, the ITA will lead to improved market access, lower prices on inputs for Canadian producers, and growing markets.

- In December 1997, Canada was one of 70 countries that successfully concluded negotiations on the **Financial Services Agreement**. The agreement, which covers countries representing over 95% of world trade in financial services, will give Canadian financial institutions improved access to key markets in Europe, Asia and Latin America.
- On July 5, 1997, the **Canada-Chile Free Trade Agreement** entered into force. During the period from July to December 1997, Canadian exports to Chile increased by 21%, compared with 1996, to \$238.7 million. Canadian imports from Chile also increased during the same period.
- The **Canada-Israel Free Trade Agreement** was implemented on January 1, 1997. Canada's exports to Israel reached \$242 million in 1997, up from \$237 million in 1996. Israel's exports to Canada have grown significantly, from \$267 million in 1996 to \$312 million in 1997.
- In November 1997, members of the **Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) forum** agreed to pursue an ongoing program of voluntary trade liberalization in 15 sectors, with 9 priority areas: chemicals, energy, environmental goods and services, fish and fish products, forest products, gems and jewellery, medical equipment and instruments, telecommunications equipment and toys. Several Canadian export priorities are included in this list.
- Canada and the European Union signed two agreements in 1997. On December 4, an agreement was signed on **Customs Co-operation and Mutual Assistance**, which will help to facilitate trade and improve the ability of both parties to combat fraud. On December 15, an agreement was signed on **Humane Trapping Standards**, which provides an effective framework for an industry that employs a significant number of people in both Canada and the European Union.
- In 1997, the government released its first annual report on Canada's priorities for improving access to foreign markets for Canadian business. The report describes how Canada is seeking improved access for goods, services and investments in key markets including the United States.

3.2 Export Capability and Preparedness

- Team Canada Inc introduced enhanced 24-hour access to exporter services and programs. This commitment focusses primarily on the continued upgrading of **ExportSource** (<http://exportsource.gc.ca>) — Team Canada's gold medal award-winning Internet product and the central focus of the federal government's on-line trade initiative. Over the past 10 months, the ExportSource Internet site has received more than half a million requests.

Monthly requests have risen from about 20 000 in May 1997 to almost 80 000 in February 1998.

The enhanced access to exporter services also includes the **national toll-free 1-888-811-1119 number**, which connects callers to Team Canada Inc's Export Information Service and onward to other Team Canada Inc IBD service providers across the country. A "fax back" system operates 24 hours a day.

- **International Trade Centres** across the country played a lead role in establishing and consolidating Regional Trade Networks with provincial participation.
- Now in their third year of operation, **Regional Trade Networks** streamline trade and export service delivery by linking federal and provincial departments and agencies and the private sector at the local level. In 1997, the Networks identified over 3000 companies for export counselling, of which 200 sought to diversify their export markets. The Networks have developed rolling three-year regional trade plans and set a national objective of assisting 6250 first-time and new-to-market exporters over the next three years.
- The **New Exporters Training and Counselling Program (NEXPRO)** is designed by the Business Development Bank of Canada for owners and managers of small businesses who lack the knowledge and experience necessary for the export process. A total of 350 business persons took training sessions within 17 NEXPRO projects in 1997-98.
- In 1997, the **Forum for International Trade Training (FITT)** became Canada's first and only organization to grant a professional designation in international trade, the Certified International Trade Professional. Since January 1998, FITT has certified 18 international trade professionals; since 1992, FITT has trained over 3500 individuals in international trade.
- 1997 marked the 15th year of the **Canada Export Awards**. Minister Marchi honoured 10 Canadian firms, ranging from SMEs to multinationals, for their excellence in exporting. The awards serve as an inspiration to other Canadian firms to achieve and expand their own beachheads in foreign markets.

3.3 International Market Development

Sources of Strategic Guidance

- **National Sector Teams** co-ordinate public and private sector IBD efforts at the sectoral level. Through the creation of new Country-Sector Working Groups, each Team worked with Canada's trade commissioners abroad to plan

IBD activities in priority markets. Details of these activities (1500 in total) can be found on-line in Canada's International Business Strategy.

- In the agriculture, food and beverages sector, eight **priority market action plans** (United States, Japan, Mexico, Brazil, European Union, Taiwan, China/Hong Kong, South Korea) were developed by the Federal/Provincial Market Development Council, in consultation with the Canadian Agri-food Marketing Council and others. Four emerging markets have also been selected.
- The **Trade Commissioner Service Outreach Program**, a demand-driven "exporter awareness" service, sends trade commissioners from Canada's embassies to visit smaller communities in Canada to advise companies on challenges and opportunities in export markets. In 1997, 175 trade commissioners met with over 1100 companies in 110 Canadian centres.

Products and Programs for Exporters

- **Team Canada trade missions** have marked a watershed in Canada's approach to international business development, demonstrating what can be achieved when governments and the private sector work together. Prime Minister Jean Chrétien has led five trade missions, during which 856 business deals — valued at approximately \$24 billion — were concluded. The most recent mission in January 1998 to Mexico, Brazil, Argentina and Chile resulted in the signing of a record 306 business deals, worth approximately \$1.78 billion.
- In November 1997, Minister Marchi headed the first Canadian **women's trade mission** to Washington. The participants were 120 women-led small and medium-sized companies. Early indications are that resulting business volumes over the next 18 months will exceed \$10 million.
- The **New Exporters to Border States (NEBS)** program provided 775 Canadian companies with practical information and first-hand experience of U.S. border markets in the past year.
- The **Agri-Food Trade Service (ATS)** is the agri-food arm of Team Canada Inc. ATS On-line, part of the ExportSource Internet site, provides access to agri-food trade information. The site is accessed approximately 1300 times per day (a 400% increase in usage during 1997) and serves over 1200 clients per month.

Exporter Services

- The **Export Development Corporation (EDC)** provides a range of risk and financial management services for companies involved in global markets. In

1997, EDC served more than 3700 customers and reached an overall business volume of \$28.6 billion. More than 85% of EDC customers are SMEs.

- The **Canadian Commercial Corporation (CCC)** helps Canadian exporters do business in foreign markets by assisting in contract negotiations and participating as the prime contractor in export sales. In 1996-97, CCC worked with more than 1300 companies, of which 80% were SMEs, on contracts worth over \$859 million.
- In diplomatic posts around the world, the **Canadian Trade Commissioner Service** introduced the following best-practice innovations:
 - 23 posts have launched their own Web site, allowing users to obtain targeted and timely information and enabling officers to spend more time on activities such as gathering market intelligence.
 - A number of trade posts have set up Infocentres (dedicated correspondence units) to expedite responses to requests for service. Trade enquiries are now handled better and faster at participating posts.
- The **International Business Opportunities Centre** continues to put sales leads from around the world into the hands of prospective Canadian suppliers. The Centre responded to more than 8500 trade enquiries from 142 Canadian diplomatic missions abroad in 1997, and contacted more than 14 000 companies across Canada, 75% of which fall into the category of SMEs.

Focus on SMEs

- A special **Small and Medium-sized Enterprise (SME) unit** was created at DFAIT to adapt trade promotion services to the needs of SMEs and of specific SME market segments, such as women, Aboriginal, multicultural and youth entrepreneurs. The SME unit has to date:
 - created a joint public-private sector Trade Research Coalition in support of women business owners
 - launched a *Businesswomen in Trade* Web site
 - formulated an IBD strategy for Aboriginal businesses
 - developed a youth program to include students and young entrepreneurs in trade missions
- The **Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) forum** developed a framework for incorporating the concerns and priorities of small and medium-sized enterprises throughout its work. The business forum and

exposition that was part of the SME Ministerial held in Ottawa in September drew over 190 exhibitors and 2500 visitors from around the APEC region.

Targeting Resources

- In its second year of operation, the **GO-Team** of "rapid response" trade commissioners continued to exploit new trade opportunities arising from Team Canada missions, trade agreements and changing market conditions. In 1997, GO-Team officers were deployed for up to six months to the Philippines, Korea, Thailand, Chile, China, Israel, Brazil, Argentina and Mexico.
- More trade commissioners were deployed abroad in 1997, with a view to reaching a 70:30 ratio, field to headquarters, by the year 2006. New positions were created in China, Taiwan, Indonesia, Chile, Brazil, India and the United Kingdom. More positions are to be created overseas in 1998.

Science and Technology Agreements

- Existing bilateral **science and technology agreements** (European Union, France, Germany) provide opportunities for collaboration. An agreement was concluded between Canada and the European Atomic Energy Community in March 1998, allowing the Canadian nuclear industry to join forces with European partners on nuclear R&D projects.

Measuring Performance

- A comprehensive "**management by results**" system has been developed for the Trade Commissioner Service (TCS). The system is designed to provide a view of results achieved in addition to helping meet the essential requirement for continuously improving service delivery. The introduction of a comprehensive performance measurement system for the TCS is particularly timely because:
 - increasing demand for TCS services, coupled with a declining government resource base, necessitates a refocussing of priorities and activities
 - senior management requires a comprehensive and reliable source of information to support the strategic planning process for TCS renewal
 - the Auditor General has called for a more detailed accounting of resources devoted to IBD activities and programs

The system being put in place for the TCS is targeting three key objectives:

- accountability for results

- identification and prioritization of core services and clients
- enhanced involvement of and consultation with clients, potential clients and employees

Charting the Results

- Last year, exclusive of Team Canada missions, federal International Business Development activities resulted in:
 - 1347 Canadian companies participating in foreign trade missions
 - 80 183 requests for overseas market information and intelligence services
 - 1622 participants in trade fairs organized by DFAIT
 - 12 291 visitors to overseas posts
 - 151 361 business enquiries (phone calls/faxes/letters/e-mails) received by overseas posts

3.4 Investment Development

- A positive investment climate and economic resurgence in Canada have resulted from sound fiscal and monetary policies and careful economic management. Economic growth exceeded 3.5% in 1997, and continued strong growth is projected for 1998. Long-term interest rates are at their lowest levels in about 30 years, and business investment is surging. Selective tax relief, further deregulation of the economy and targeted investments to support education, increased youth employment and R&D will further enhance Canada's attractiveness as an investment destination.
- Focussed and co-ordinated campaigns to market "**Brand Canada**" abroad have been initiated to eliminate the gap between the reality of Canada's economic renewal and outdated foreign perceptions about our business climate. A series of new marketing tools have been developed to achieve this objective. The foremost of these is the Canada-United States-Europe Cost Comparison Study, prepared by the accounting firm KPMG, which highlights the considerably lower costs of doing business in Canada across key sectors in comparison to the United States and Europe. Other new marketing tools include toll-free telephone service and in-flight videos.
- The Minister for International Trade and the Minister of Industry participated in the 1998 **World Economic Forum** in Davos, Switzerland, a top meeting place for international business, academic, government and media leaders. Premiers, provincial ministers and about 50 Canadian companies also participated.

- A number of deputy ministers have been identified as **Country Champions** to build and maintain senior-level contact with key multinational enterprises and to market Canada aggressively as an investment destination. Targeted markets include Asia, Europe and the United States. Deputies have made corporate investment calls on selected companies in Germany, the United Kingdom, the Netherlands, Sweden and the United States.
- The federal government has launched comprehensive campaigns to attract investment from selected foreign markets, including the United States, Western Europe and Asia Pacific. Interdepartmental working groups are developing investment strategies for priority sectors such as the life sciences, semiconductors, information and telecommunications technology, agri-food, automotive, aerospace, mining, forest and building materials, and chemicals.
- Canadian companies are increasingly demonstrating their maturity as global players by enhancing their foreign market access through the establishment of a stronger presence abroad, resulting in increased exports, employment and profits at home. Canadian diplomatic missions assist Canadian companies in establishing strategic alliances with foreign partners to expand exports and build local market presence. Total **Canadian direct investment abroad** in 1997 reached \$16.6 billion, representing a 7.2% increase from the 1996 level of \$15.5 billion. The finance and insurance industries made up the largest share (32%) of total Canadian direct investment abroad, followed by energy and metallic minerals industries (22.8%).