

La Direction générale des programmes et services d'exportation assure la concrétisation de l'aide accordée par le ministère aux termes du Programme des projets de promotion (PPP) et du Programme de développement des marchés d'exportation (PEMD).

Dans le cadre du PPP, le ministère met sur pied, organise et administre des foires commerciales, des missions commerciales et des visites commerciales. Dans ce genre d'activité figurent la participation à des expositions commerciales internationales, des présentations individuelles et des campagnes de promotion en magasin; l'organisation de séminaires techniques et de missions commerciales à l'étranger; et le parrainage de visites au Canada de représentants étrangers en vue de stimuler la vente des produits canadiens sur divers marchés d'exportation. Le ministère s'occupe également de publicité de lancement et de la mise au point de montages spécialement conçus à l'intention des participants aux foires commerciales.

Le genre des missions et séminaires techniques varie en fonction de l'objectif, mais, en général, les missions à l'extérieur du Canada ont pour objet d'étudier et d'évaluer les marchés et de déterminer les problèmes techniques d'accès aux marchés, alors que les missions organisées au Canada ont pour but d'inviter les représentants de gouvernements étrangers ou de sociétés ayant une influence au niveau des achats, à venir inspecter la capacité industrielle et les moyens techniques des sociétés canadiennes, ainsi que les produits et les services qu'elles peuvent fournir. Les séminaires techniques ont pour objet de faire connaître aux acheteurs éventuels l'expertise et la technologie du Canada dans certains domaines. Le Programme des projets de promotion permet de tirer profit, à bref délai, des occasions imprévues qui s'offrent sur les marchés étrangers, en prévoyant la venue au Canada de délégués commerciaux, d'acheteurs et de collaborateurs en matière d'exportation.

Contrairement au PPP, les initiatives dans le cadre du PEMD viennent de l'industrie canadienne et non du gouvernement. L'objectif est de développer et de maintenir les exportations canadiennes de biens et services. A cette fin, le ministère peut aider une société à développer un marché d'exportation en assumant (moyennant remboursement) une partie du coût, qui autrement serait prohibitif. Le PEMD est composé de plusieurs sections, chacune étant le mieux en mesure de s'occuper d'un marché particulier, du point de vue de la région, du produit et des techniques de commercialisation en cause. Dans toutes les sections, on encourage les entreprises à développer pour leurs produits des marchés d'exportation autonomes. La section «A» s'occupe de la participation canadienne à des projets d'investissement à l'étranger, la section «B» de l'exportation de produits et services canadiens, la section «C» de la participation aux foires commerciales à l'extérieur du Canada, la section «D» de la venue au Canada d'acheteurs étrangers, et la section «E» de la formation de consortium d'exportation.

18.3.2 Office de tourisme

L'Office de tourisme du Canada a été réorganisé à la fin de 1973. Il se compose actuellement de trois directions qui sont comptables au sous-ministre adjoint (Tourisme): Commercialisation, du côté de la demande; Expansion de l'industrie, du côté de l'offre; et Planification des politiques et Relations avec l'industrie, du côté de la stratégie. Par l'entremise du sous-ministre, il conseille le ministre de l'Industrie et du Commerce au sujet des politiques et des questions opérationnelles concernant le tourisme au Canada. Il est également le porte-parole du gouvernement fédéral au sein des organismes nationaux et internationaux de tourisme.

La Direction de la commercialisation regroupe la plupart des éléments de l'ancien Office du tourisme du gouvernement canadien. Elle encourage les voyages au Canada en provenance d'autres pays tout comme les voyages au Canada par des Canadiens et coordonne son activité avec celle des provinces, des territoires et du secteur privé. Dans le cadre d'un programme complexe de commercialisation, elle analyse et identifie le marché, et utilise des campagnes de promotion par recours aux supports imprimés et aux moyens hautement perfectionnés de l'électronique, ainsi qu'un programme de publicité comportant des écrits, des expositions, des photographies et des films en vue de faire naître la demande. La Direction maintient 26 bureaux de développement et de promotion aux États-Unis et sept dans des pays d'outre-mer. Elle compte également des programmes de tourisme destinés à encourager les voyages organisés vers le Canada et à l'intérieur du Canada et à favoriser la multiplication des congrès et des réunions d'affaires.

La Direction de l'expansion de l'industrie s'occupe de l'aspect offre de l'industrie. Elle