

s'intéressant aux grains et aux oléagineux comme le Conseil international du blé et l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture.

La Direction des services de transport s'intéresse aux questions de transport et aux problèmes de transport à court et à long terme qui influent sur le développement industriel et commercial du Canada. Le tarif marchandises et les services aux expéditeurs font l'objet de révisions constantes, de même que les politiques régionales, nationales et internationales relatives aux transports et les mesures qui entraînent des conséquences pour le commerce canadien. Une aide est fournie aux exportateurs lors de la sélection d'itinéraires et de moyens appropriés de transport aux coûts les plus bas possible. La Direction participe à l'activité de conférences et d'organisations nationales et internationales intéressées au mouvement des marchandises, au transport, aux systèmes de distribution, à la simplification de la documentation et des procédures commerciales, et au développement du transport maritime international.

La Direction générale du marketing international comprend deux directions: la Direction des projets de promotion et la Direction des programmes de défense. La première administre le programme dans le cadre duquel le ministère met sur pied, organise et exécute des projets. Ce programme comprend la participation à des expositions commerciales internationales, des présentations individuelles et des campagnes de promotion en magasin outre-mer; 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 la publicité de lancement à l'appui de ces projets.

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. Des colloques techniques font connaître aux acheteurs éventuels l'expertise et la technologie du Canada dans certains domaines, afin de promouvoir les entreprises en coparticipation ou la vente de produits et de services canadiens. La partie du programme concernant les visiteurs commerciaux fournit, à bref délai, de l'aide financière pour permettre de tirer profit des occasions qui s'offrent sur les marchés étrangers, en faisant venir au Canada des représentants commerciaux des gouvernements étrangers, des acheteurs et des collaborateurs en matière d'exportation.

La Direction des programmes de défense encourage l'exportation grâce à des programmes de commercialisation visant à vendre du matériel de défense canadien hautement spécialisé et des produits connexes à des pays amis, et à conclure des ententes permettant au Canada et aux pays alliés de collaborer à des programmes de recherche, de développement et de production industrielle dans le domaine de la défense. Une activité importante est le programme canado-américain pour le développement et le partage de la production du matériel de défense, qui favorise le développement en coparticipation et l'approvisionnement réciproque en produits de défense.

Office de tourisme du Canada

18.3.1.1

L'Office de tourisme du Canada est un organisme du ministère de l'Industrie et du Commerce. Il relève du sous-ministre adjoint (Tourisme), qui, par l'entremise du sous-ministre, conseille le ministre de l'Industrie et du Commerce au sujet des politiques et des questions opérationnelles concernant le développement et la promotion du tourisme au Canada. Il est également le porte-parole du gouvernement fédéral au sein des organismes nationaux et internationaux de tourisme.

La réorganisation de l'Office effectuée en mars 1976 reflétait l'évolution des conditions qui influent sur le tourisme. Il a été divisé en deux directions: Commercialisation, et Planification des politiques et relations avec l'industrie.