

Toujours en 1983-1984, la société de sondages Market Opinion Research s'est vu accorder 25 000 \$ pour préparer et analyser un sondage sur l'attitude des dirigeants d'entreprises américaines envers le Canada. De même, la firme Matt Reese Associates s'est vu accorder 41 000 \$US pour entreprendre une étude et une analyse complètes de toutes les données de sondage disponibles aux États-Unis concernant les attitudes canadiennes et américaines envers le Canada.

Pendant l'exercice suivant (1984-1985), nous avons à nouveau retenu les services des trois firmes. Matt Reese Associates, en vertu de contrats distincts, a procédé à une évaluation détaillée de l'exécution du programme d'affaires publiques du gouvernement canadien aux États-Unis (85 000 \$US), préparé une liste de distribution contenant les noms des faiseurs d'opinion aux États-Unis (8 500 \$US) et pris en charge la distribution publique de documents soulignant les résultats du Sommet de Québec en 1985. Market Opinion Research, également en vertu de contrats distincts, a fait une autre analyse du sondage effectué auprès des dirigeants d'entreprises américaines (10 000 \$US) et réalisé un sondage national d'opinion ainsi qu'une analyse des attitudes américaines envers le Canada (45 000 \$US). Gray and Company, en vertu de contrats distincts, a réalisé et distribué aux États-Unis quatre commentaires radiophoniques sur les questions canado-américaines (à raison de 1 000 \$US chacun), préparé et distribué aux États-Unis des reportages télévisés sur la visite du Premier ministre (6 850 \$US) et fourni des conseils en matière de relations publiques sur la question de la chasse à l'otarie à fourrure au Canada (1 100 \$US).

Pendant le dernier exercice (1985-1986), la firme Michael K. Deaver and Associates a été engagée à raison de 100 000 \$US (plus un montant maximal de 5 000 \$US) pour une période d'un an afin de fournir des conseils en matière d'affaires publiques. La firme a été plus spécifiquement chargée de nous conseiller sur la façon dont les affaires publiques canadiennes étaient menées aux États-Unis, sur la façon dont ces activités pourraient être améliorées, et sur les moyens que nous pourrions prendre au plan des relations publiques pour traiter au mieux de certaines questions aux États-Unis.

Une partie essentielle de son travail consistait à nous fournir des conseils sur la préparation d'une campagne d'affaires publiques globale et à long terme aux États-Unis qui, sur une période de quelques années, permettrait de mieux renseigner les Américains sur le Canada et sur les