

devraient jouir d'une grande crédibilité en France et être prêtes à consacrer le temps nécessaire à cette fonction. Il est particulièrement important que les participants proviennent d'entreprises françaises au Canada. Cette activité de sensibilisation pourra aussi être complétée par des exposés d'autres intervenants canadiens dont la crédibilité serait rattachée à leur profession ou au statut de leur organisation, par exemple, des banquiers canadiens, des cabinets d'avocats-conseils, de consultants ou d'experts comptables avec la participation éventuelle de groupes tels que KPMG, Peat Marwick, etc.

La présentation d'exposés en français par des économistes de renom du Conference Board et de l'Institut C.D. Howe par exemple sera également encouragée.

#### **Le programme de liaison avec les entreprises (PLE)**

Ce programme vise à la fois les entreprises déjà établies au Canada et celles susceptibles de s'y installer. Il prévoit la participation de l'ambassadeur du Canada à Paris de même que celle du sous-ministre responsable de la promotion de l'investissement français au Canada.

Des visites d'entreprises françaises sont organisées au niveau stratégique en vue d'influencer les décisions d'investissement. Le service des investissements de l'ambassade établira une liste cible de 30 compagnies de taille moyenne et grande qui ont déjà des liens commerciaux au Canada mais pas ou peu d'investissement. Les sociétés devront appartenir aux secteurs prioritaires. Le PLE constituera des premières occasions de sensibiliser ces sociétés pour lesquelles on élaborera un programme d'information sur mesure.

**Les foires et salons nationaux et internationaux et le partenariat/investissement**  
L'expérience a démontré qu'il est possible d'utiliser ces événements, surtout ceux qui se tiennent en France, mais aussi ceux qui se tiennent ailleurs en Europe, pour en faire des vecteurs de promotion des intérêts canadiens. Certaines conditions sont cependant essentielles pour obtenir des résultats tangibles.

Étant donné que, d'une part, les agents des missions ne sont pas des spécialistes sectoriels au même titre que des consultants spécialisés et que, d'autre part, dans la majorité des secteurs prioritaires, le degré de connaissances nécessaires pour repérer des partenaires potentiels est de plus en plus élevé, il est essentiel de d'assurer et d'élargir la participation de spécialistes dans le cadre du Programme d'alliances stratégiques européen (PASE). La tenue d'un colloque très spécialisé, coordonné par un spécialiste sectoriel canadien en collaboration avec les organisateurs du salon, permettrait également de stimuler l'intérêt français pour le Canada dans ce secteur.

Les salons français plus particulièrement visés sont les suivants :

- InterMédica
- Comdex-IT Forum
- Solution EDI
- Equip'Auto
- Food Ingredients Europe
- Emballage
- NetWorld Interop
- SECA
- Pollutec
- Vocatel
- OnLine

