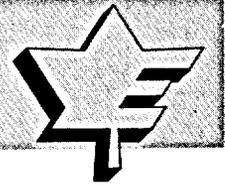


LES COMMANDITAIRES DES PRIX D'EXCELLENCE À L'EXPORTATION CANADIENNE JOUISSENT D'UNE GRANDE VISIBILITÉ



On ne peut pas dire que les responsables du programme des Prix d'excellence à l'exportation canadienne se reposent sur leurs lauriers. En effet, la séance de remise de prix du 6 octobre 1997, qui a marqué avec succès le début des activités de M. Marchi en tant que ministre du Commerce international, n'était pas aussitôt terminée que l'on commençait à planifier la campagne de 1998.

La priorité

La priorité pour la campagne de 1998 est de trouver un troisième commanditaire officiel qui acceptera de donner son appui à ce programme notoire et prestigieux.

L'organisation choisie rejoindra les deux autres commanditaires officiels — la Banque Canadienne Impériale de Commerce (CIBC) et la Société pour l'expansion des exportations (SEE) — qui, sous le thème « Partenaires pour le commerce », se sont joints au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international pour la campagne de 1995.

Le programme

Le but du programme est de faire connaître les nombreuses occasions d'affaires qui s'offrent aux entreprises canadiennes à l'échelle internationale et de souligner les succès commerciaux du Canada sur le marché mondial.

Par le biais des Prix d'excellence à l'exportation canadienne remis chaque année en octobre, le Ministère souligne les réalisations d'un groupe particulier d'entreprises canadiennes sur les marchés d'exportation. Les prix sont présentés aux récipiendaires par le ministre du Commerce international à l'occasion d'une cérémonie spéciale qui se déroule dans le cadre de la réunion annuelle de l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada. Cette cérémonie, qui aura lieu à Calgary en 1998, devrait attirer de 500 à 600 dirigeants d'entreprises et représentants d'administrations publiques de toutes les régions du pays.

La promotion

Les sociétés commanditaires officielles des Prix d'excellence à l'exportation canadienne sont bien représentées dans tous les aspects du programme, particulièrement dans les activités de promotion et le matériel publicitaire. Leur participation à ce titre leur donne la chance d'établir des liens valables avec des clients et des partenaires éventuels au Canada et à l'étranger.

En 1997, des prix portant le nom des sociétés commanditaires et reflétant les priorités de ces dernières ont été remis, et ce, pour la toute première fois dans l'histoire du programme. À titre d'exemple, la Banque CIBC a présenté un prix soulignant les réalisations sur le plan de la création d'emplois alors que la SEE a récompensé les efforts d'un petit exportateur. La nouvelle organisation commanditaire se verra aussi accorder l'occasion de faire un tel témoignage de reconnaissance.

Dans l'ensemble, la campagne nationale de promotion des prix d'excellence comprend les éléments suivants :

- Plus de 1 200 dossiers de presse distribués à des représentants de médias au Canada et à l'étranger, incluant un communiqué ministériel, une description des accomplissements de chaque récipiendaire et la mention du rôle joué par les sociétés commanditaires.
- Des suppléments spéciaux dans un certain nombre de revues nationales et de journaux, tels *Report on Business*, *Canadian Airlines Inflight* et *Les Affaires*. Chaque société commanditaire a d'ailleurs droit à un volet du supplément pour diffuser son message. Des copies du supplément sont également remises à chaque récipiendaire et société commanditaire en plus d'être envoyées à tous les bureaux commerciaux du MAECI au Canada et aux ambassades et consulats aux quatre coins du globe.
- Des copies du supplément sont aussi fournies à l'Institut canadien du service extérieur du MAECI. L'Institut s'inscrit dans le cadre de son programme de développement du commerce international, qui met l'accent sur la promotion des exportations et s'adresse à l'ensemble des délégués commerciaux. Les Centres d'études en administration internationale, qui sont situés dans neuf universités canadiennes, utilisent aussi le supplément et des vidéo-clips dans le cadre de leur programme de MBA.
- Le supplément est également inséré dans *CanadExport* et diffusé dans la version en direct du bulletin et sur le site Web du MAECI sur les Prix d'excellence à l'exportation canadienne. Un lien-clé est aussi établi avec les sociétés commanditaires, leur permettant d'inclure le supplément dans leur propre site Web.
- Toute cette publicité écrite est complétée par une campagne radiophonique à l'échelle du pays. Des capsules personnalisées de 30 et de 60 secondes portant sur chacune des entreprises récipiendaires seront fréquemment diffusées dans les zones d'écoute immédiates des gagnants, pendant une période de deux semaines en octobre. Les commanditaires sont mentionnés dans chacune de ces capsules.
- À la séance de remise de prix, les commanditaires ont l'occasion de s'adresser au public. De plus, leur nom et le sigle ou l'image de marque de leur organisation sont bien en évidence sur la scène et dans toutes les activités liées au congrès de l'Alliance.

Voir page 16 — Les commanditaires