

De nouvelles approches seront aussi mises à l'essai :

- a) Utiliser le programme PASE en vue de mettre sur pied un mécanisme permettant de déterminer à l'avance les besoins des sociétés canadiennes en matière de partenariat. L'ambassade pourrait alors repérer des partenaires potentiels. De fait, il est souvent beaucoup plus facile d'intéresser une société française à un partenariat au Canada lorsqu'on arrive à lui démontrer l'existence d'un besoin relatif à sa technologie plutôt que l'inverse. Les efforts d'incitation déployés pour intéresser une société française à considérer le Canada comme un tremplin vers l'Amérique du Nord sont plus faciles si on peut repérer dès le départ un partenaire disposé à partager les risques et les coûts d'implantation.
- b) Repérer un petit nombre d'associations sectorielles canadiennes désireuses de contribuer à un effort de rapprochement avec des associations-sœurs françaises. L'ambassade pourra alors entrer en contact avec le regroupement canadien et tenter de le rapprocher avec un homologue français.

5. Partenariats avec les provinces et les municipalités

Partenariat avec les provinces

Les provinces canadiennes et leurs organismes de développement économique ont une présence limitée en France.

Les visites de haut niveau doivent être suivies par des missions, des présentations ou des tables rondes mettant en valeur les compétences sectorielles des provinces. Ce genre de suivi peut aussi avoir lieu lors de salons spécialisés ou à d'autres périodes qui conviennent davantage aux autorités provinciales.

Une proposition sera mise de l'avant visant la tenue d'un séminaire annuel sur le thème: « Comment rechercher des investisseurs français ». Cette initiative pourrait aussi inclure des rendez-vous individuels avec des associations ou des entreprises françaises.

Partenariat avec les municipalités

La situation des municipalités ressemble beaucoup à celle des provinces. Peu de représentants des municipalités ou des commissaires industriels de l'extérieur du Québec viennent à Paris. Si l'on veut que le Canada maintienne en France une image à la mesure de son économie, de sa diversité et de son dynamisme, il est important que les commissaires industriels de toutes les provinces s'intéressent au marché français et fassent de la France une de leurs destinations obligées en Europe. Cela vaut aussi pour la « *Economic Developers Association of Canada* (EDAC) » dont la réunion annuelle pourrait être l'occasion d'une présentation des responsables de la promotion de l'investissement français au Canada. Le séminaire organisé à l'intention des provinces sera ouvert à la participation des organismes municipaux.

