

même coup les dirigeants du Conseil national du patronat français (CNPFF) et les membres de la délégation d'affaires de haut niveau qui visitera le Canada en 1998.

Une visite du CNPF pourrait par ailleurs être parrainée par un organisme canadien équivalent et serait confirmée par une invitation officielle du gouvernement canadien.

La tenue de la Commission mixte économique France-Canada, en France en 1998, devrait aussi offrir un contexte propice à la promotion de l'investissement.

Les visites effectuées en France devraient inclure d'autres villes françaises que Paris, notamment Toulouse, Lyon, Bordeaux et Marseille. Ces visites pourront aussi donner lieu à des rencontres individuelles avec les hauts responsables de certaines sociétés pour autant que les plans d'investissement de ces sociétés soient arrivés à un niveau qui nécessite de telles interventions.

2. Les contacts avec les institutions et le milieu des affaires

Il n'y a pas actuellement de contacts réguliers de haut niveau entre des regroupements français et canadiens du milieu des affaires. Il existe surtout des jumelages, surtout à consonance culturelle, entre des villes ou entre des régions et des provinces.

Une mission au Canada du patronat français en 1998 serait une excellente occasion pour établir des accords de coopération avec des institutions canadiennes (par exemple, les Chambres de commerce des grandes villes canadiennes comme Toronto et Montréal).

Il serait aussi utile de contribuer au rapprochement d'associations sectorielles, plus particulièrement celles qui regroupent les industries dans les secteurs tels que les technologies de l'information, l'industrie pharmaceutique, la biotechnologie, l'agro-alimentaire et l'automobile. Il s'agira d'utiliser les visites de hautes personnalités pour inciter ces associations à considérer des partenariats et des visites de part et d'autre.

Par ailleurs, un programme plus soutenu de « visites d'entreprises » (corporate liaison) sera mis en place avec le soutien actif et fréquent de l'ambassadeur du Canada. Des rencontres avec les dirigeants de grands groupes français permettront de mieux savoir comment la situation économique du Canada est perçue en France, et aussi d'attirer les investissements.

Enfin, des efforts seront déployés pour associer les activités de la Chambre de commerce France-Canada à Paris à celles de la Chambre de commerce française au Canada. Celle-ci a ses bureaux à Montréal et des « antennes » à Toronto et à Vancouver. Des contacts seraient également souhaitables, notamment avec l'Aquitaine et l'Alsace, qui ont des bureaux à Toronto, et avec les régions Île-de-France et Rhône-Alpes qui ont des bureaux à Montréal.

3. Les efforts de commercialisation et de marketing

Le programme des conférenciers

On recrutera des personnalités du monde des affaires français au Canada afin qu'elles aident à faire la promotion en France des investissements et des partenariats au Canada. Ces personnes

