STRATÉGIE POUR ATTIRER L'INVESTISSEMENT DES ÉTATS-UNIS

A CO (APO)

G CO (APC)

CAPO) (APC)

CAPO

(APO)

(APO) CAPO. 0 0 0 Company

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	
Stratégie de promotion de l'investissement de	
1996 du gouvernement du Canada	. 7
Principales initiatives du gouvernement	. 8
LE MARCHÉ DES ÉTATS-UNIS	
Influence des États-Unis dans le monde	11
Les plus importantes relations	
commerciales du monde	13
Investissement dans la R-D et grappes	
de haute technologie	17
Évolution de la dynamique sur le	
marché des États-Unis	
Technologies de l'information	
Sciences de la vie	
Technologies de fabrication de pointe	24
STRATÉGIE POUR PROMOUVOIR	
on a contract of the contract	
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION	
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES	
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES	
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS	. 27
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs	
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain	. 27 . 27
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels.	. 27 . 27 . 28
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels. Perspectives de l'an 2000.	. 27 . 27 . 28 . 29
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels. Perspectives de l'an 2000. Défis et occasions.	. 27 . 27 . 28 . 29 . 30
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels. Perspectives de l'an 2000. Défis et occasions. Promotion de l'image de marque.	. 27 . 27 . 28 . 29 . 30
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels. Perspectives de l'an 2000. Défis et occasions Promotion de l'image de marque. Investisseurs étrangers établis	. 27 . 27 . 28 . 29 . 30 . 30
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels. Perspectives de l'an 2000. Défis et occasions. Promotion de l'image de marque. Investisseurs étrangers établis aux États-Unis	. 27 . 27 . 28 . 29 . 30 . 30
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels. Perspectives de l'an 2000. Défis et occasions. Promotion de l'image de marque. Investisseurs étrangers établis aux États-Unis Investissement et impartition en R&D.	. 27 . 27 . 28 . 29 . 30 . 30
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels. Perspectives de l'an 2000. Défis et occasions. Promotion de l'image de marque. Investisseurs étrangers établis aux États-Unis Investissement et impartition en R&D. Pénurie de main-d'oeuvre qualifiée	. 27 . 27 . 28 . 29 . 30 . 30
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels. Perspectives de l'an 2000. Défis et occasions. Promotion de l'image de marque. Investisseurs étrangers établis aux États-Unis Investissement et impartition en R&D. Pénurie de main-d'oeuvre qualifiée aux États-Unis	. 27 . 27 . 28 . 29 . 30 . 30
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels. Perspectives de l'an 2000. Défis et occasions. Promotion de l'image de marque. Investisseurs étrangers établis aux États-Unis Investissement et impartition en R&D Pénurie de main-d'oeuvre qualifiée aux États-Unis Réorientation et amélioration du	. 27 . 27 . 28 . 29 . 30 . 30 . 31 . 32
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels. Perspectives de l'an 2000. Défis et occasions. Promotion de l'image de marque. Investisseurs étrangers établis aux États-Unis Investissement et impartition en R&D. Pénurie de main-d'oeuvre qualifiée aux États-Unis Réorientation et amélioration du programme aux États-Unis.	. 27 . 27 . 28 . 29 . 30 . 30 . 31 . 32
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels. Perspectives de l'an 2000. Défis et occasions. Promotion de l'image de marque. Investisseurs étrangers établis aux États-Unis Investissement et impartition en R&D Pénurie de main-d'oeuvre qualifiée aux États-Unis Réorientation et amélioration du programme aux États-Unis. Programme actuel	. 27 . 27 . 28 . 29 . 30 . 30 . 31 . 32
L'INVESTISSEMENT ET LA FORMATION DE PARTENARIATS ET D'ALLIANCES STRATÉGIQUES AVEC DES ENTREPRISES ÉTABLIES AUX ÉTATS-UNIS Objectifs Contexte Le potentiel du marché américain Intérêts et liens sectoriels. Perspectives de l'an 2000. Défis et occasions. Promotion de l'image de marque. Investisseurs étrangers établis aux États-Unis Investissement et impartition en R&D. Pénurie de main-d'oeuvre qualifiée aux États-Unis Réorientation et amélioration du programme aux États-Unis.	. 27 . 28 . 29 . 30 . 31 . 32 . 33 . 33 . 33