

Mise en oeuvre

La mise en oeuvre de la stratégie suppose l'atteinte des objectifs et la réalisation des principaux défis cernés pour chaque pays grâce à un programme continu d'événements et d'activités. La pierre angulaire du programme de promotion de l'investissement est un **programme de liaison avec les entreprises** dans chaque mission canadienne à l'étranger, complété par des visites de contrepartie aux filiales de ces entreprises au Canada (et, dans le cas du Japon du moins, par des visites aux organismes régionaux de contrôle aux États-Unis).

Le Programme de liaison avec les entreprises consiste en des réunions officielles entre les chefs de mission et les cadres supérieurs des missions canadiennes à l'étranger et des dirigeants d'entreprises étrangères. Un programme efficace de liaison avec les entreprises pour un pays comme le Japon, qui possède déjà de nombreuses entreprises au Canada, comprend des visites aux filiales canadiennes (ou nord-américaines) des entreprises japonaises, suivies par des visites aux sièges sociaux des entreprises au Japon aux fins desquelles servent les renseignements obtenus de la filiale. Les objectifs visés sont d'engager un dialogue avec certaines entreprises afin de recueillir des renseignements sur leurs projets d'investissement, de déterminer l'intérêt des dirigeants pour le Canada et leurs connaissances sur ce pays, de mettre au jour les obstacles perçus relativement au fait d'investir et de faire des affaires au Canada, de fournir de l'information sur le Canada et ainsi faciliter les investissements et la formation de partenariats d'affaires, et d'influencer l'opinion des dirigeants à l'égard du Canada et des importantes positions de principe canadiennes. Le programme permet également l'établissement de liens de longue durée avec ces entreprises avant qu'elles ne prennent de décision en matière d'investissement.

Un autre élément de la stratégie est l'ajout de responsabilités liées à l'investissement confiées à certains délégués commerciaux et agents de commerce oeuvrant dans les secteurs qui ont été désignés comme prioritaires. Par exemple, à Hong Kong, les agents qui s'occupent actuellement du commerce dans les secteurs des textiles et du vêtement, des produits de haute technologie, des sciences de la vie, de l'agroalimentaire et des ressources naturelles recevront une formation sur les techniques de promotion de l'investissement et consacreront

plus de temps à la sollicitation d'investisseurs dans ces secteurs.

L'appui de l'Administration centrale du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, sous forme de documentation opportune et actuelle, d'exemples de réussites, de bulletins, de trousseaux d'information sur la promotion de l'investissement dans un secteur donné, de réponses aux demandes de renseignements d'investisseurs, d'élaboration de cours de formation et de collaboration avec d'autres ministères, les provinces et le secteur privé, est également un élément essentiel de la stratégie. Parmi les exemples de réussites récentes, signalons les projets réalisés avec Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) dans le domaine de l'alimentation, les séminaires organisés avec Ressources naturelles Canada (RNC) dans le domaine des mines, la collaboration au Programme d'aide à la recherche industrielle (PARI) du Conseil national de recherches du Canada (CNRC) et la collaboration aux travaux du Conseil de recherches médicales du Canada. Les commissaires industriels des municipalités canadiennes sont également une composante essentielle de la stratégie, et, ces deux dernières années, le Ministère a présenté des exposés sur les possibilités d'investissement étranger aux réunions annuelles de l'Association canadienne de développement économique (ACDE).

Ces activités complètent le travail effectué dans le cadre du programme Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC), qui est essentiellement axé sur les visites de liaison auprès de certaines multinationales importantes de cinq pays, dont le Japon. Le rôle des sous-ministres désignés comme promoteurs du Canada dans ces pays jugés prioritaires contribue également à renforcer les liens avec les principaux investisseurs et permet à ceux-ci de discuter des possibilités et des préoccupations avec des hauts fonctionnaires du gouvernement.

Des techniques de promotion de l'investissement sont décrites à l'annexe II, où elles sont présentées comme un « menu » à partir duquel il est possible de choisir des activités pouvant convenir à n'importe quelle campagne de promotion de l'investissement. Les techniques portent sur la promotion en général, la promotion ciblée, les services de partenariat et d'appariement, les réponses aux demandes de renseignements des investisseurs et les facteurs à long terme qui influent sur l'investissement, notamment l'éducation, l'immigration et la recherche-développement.