

l'agroalimentaire, l'aérospatiale et l'investissement dans la R-D. La portée du programme a par la suite été élargie. Il s'applique dorénavant également aux entreprises spécialisées dans le choix d'emplacements et aux autres intermédiaires du domaine de l'investissement et il favorise une plus grande collaboration avec les professionnels canadiens du développement économique. Plus récemment encore, certaines missions canadiennes aux États-Unis ont étoffé le programme pour qu'il couvre les activités de base (alliances stratégiques, capital de risque) ainsi que les campagnes et mesures sectorielles (semiconducteurs, agroalimentaire, fabrication de pointe).

Les principaux objectifs du Programme de développement des investissements dans les missions canadiennes aux États-Unis étaient les suivants :

- 1) promouvoir le Canada auprès des investisseurs et des entreprises américaines spécialisées dans le choix d'emplacements comme lieu d'investissement compétitif en installations nouvelles et dans le secteur de la R-D. Il s'agissait, entre autres, d'assurer le maintien et l'expansion des installations canadiennes actuelles au moyen de mandats de production régionaux et mondiaux. Au nombre des activités, il y avait le développement et la promotion de l'étude de la firme KPMG, de campagnes sectorielles, de bulletins ayant pour thème l'investissement au Canada, du Programme des conférenciers d'affaires canadiens et du matériel publicitaire;
- 2) favoriser la formation d'alliances stratégiques entre des entreprises canadiennes et américaines dans les secteurs prioritaires des missions canadiennes pour faciliter le jumelage de groupes canadiens et américains qui souhaitent former de tels partenariats. Cette mesure s'est traduite par la mise sur pied de cinq centres d'alliances stratégiques à Chicago, à Washington, à Seattle, à Detroit et à Minneapolis; et
- 3) collaborer plus étroitement avec les intermédiaires américains du domaine de l'investissement pour leur faire valoir qu'il est avantageux d'investir au Canada en raison de son savoir-faire technologique (y compris les grappes de haute technologie), de sa capacité de production, des services qui y sont offerts, de sa proximité au marché américain et des autres avantages comparatifs qu'il procure; et pour promouvoir les villes canadiennes auprès des investisseurs et des sociétés américaines spécialisées dans le choix d'empla-

ments de sorte qu'elles suscitent leur intérêt constant. Pour concrétiser ces objectifs, il a surtout fallu promouvoir l'étude de la firme KPMG, publier des bulletins sur l'investissement au Canada (agroalimentaire, choix d'emplacements, investissement dans le secteur de la R-D, semiconducteurs et centres d'appel), établir « 50 profils d'emplacements au Canada » et fournir de l'information sur les grappes canadiennes de R-D.

Futur programme

En s'inspirant des objectifs de la stratégie d'investissement du Canada aux États-Unis exposés ci-dessus pour les trois prochaines années, des défis et des possibilités précédemment identifiés et des activités en cours, les missions canadiennes aux États-Unis adapteront leurs plans d'action actuels en conséquence et articuleront leurs futurs programmes autour des six principaux objectifs suivants en matière d'investissement et de développement de la technologie.

- 1) s'appliquer de façon dynamique à accroître « l'image de marque » du Canada aux États-Unis et prendre des mesures spéciales pour faire connaître les villes canadiennes aux investisseurs américains et aux sociétés américaines spécialisées dans le choix d'emplacements. Il s'agira de privilégier la diffusion de « bonnes nouvelles » issues de l'étude de la firme KPMG et d'autres messages positifs sur le Canada (ayant trait à l'industrie canadienne);
- 2) sensibiliser les investisseurs américains aux capacités des secteurs commerciaux du Canada et aux avantages que procure la proximité du Canada au marché américain au moyen du programme de visites et de liaison avec les entreprises et du programme de sensibilisation des intermédiaires qui oeuvrent dans le secteur de l'investissement. Ceci vise aussi l'intégration des activités menées dans le cadre du programme Partenaires pour l'investissement au Canada, des campagnes de développement économique sectoriel et du Programme de jumelage de sous-ministres et de pays prioritaires pour l'investissement au Canada, lesquels sont tous axés sur les multinationales. Les secteurs de l'agroalimentaire, de la technologie de l'information, des télécommunications et des sciences de la vie seront visés, et des campagnes de sensibilisation seront réalisées en collaboration avec Partenaires pour l'investissement au Canada, Industrie Canada, AAC et les provinces;
- 3) favoriser la formation d'alliances stratégiques entre des PME dans les deux pays en augmentant le