

- privilégier l'approche Équipe Canada pour attirer, accroître et conserver les investissements étrangers, en travaillant en proche collaboration avec les provinces, les municipalités, les entreprises canadiennes et les établissements d'enseignement et de recherche.

❑ Faire mieux connaître le Canada

Cette démarche consiste à promouvoir systématiquement le Canada comme étant le lieu d'investissement par excellence dans la région de l'ALÉNA et à remplacer les perceptions erronées du passé par les réalités du Canada d'aujourd'hui. Dans ce contexte :

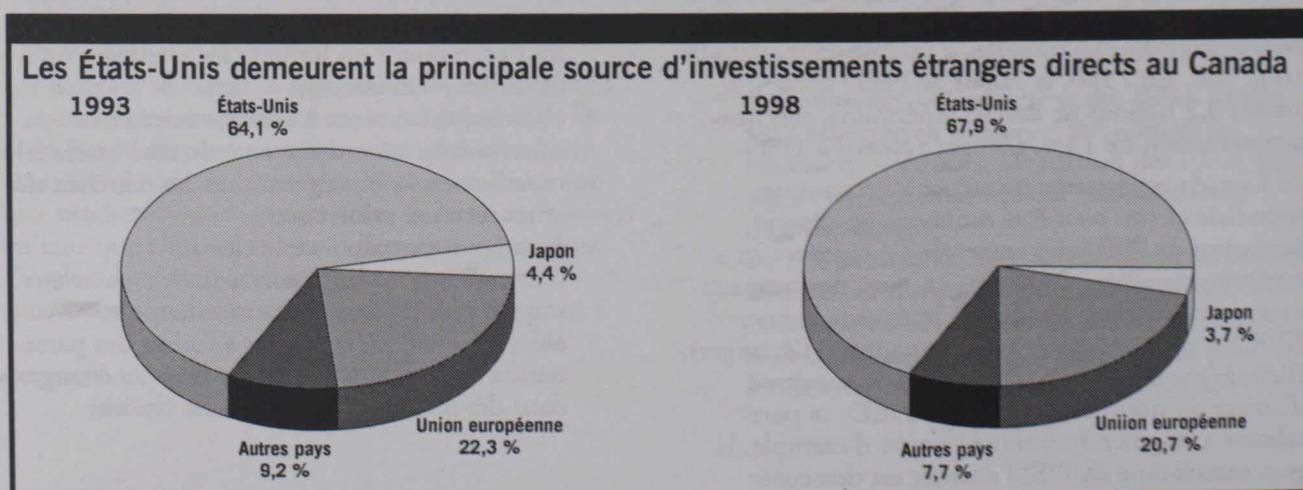
- le MAECI a parrainé, vers la fin de 1997, une étude internationale pour comparer les coûts d'exploitation des entreprises dans des villes choisies du Canada, des États-Unis et d'Europe. Intitulée Le choix concurrentiel, l'étude de la société internationale KPMG confirmait que les villes canadiennes étaient celles où il était le plus rentable de faire des affaires. Les conclusions de l'étude ont été communiquées à des investisseurs potentiels, aux intermédiaires en matière d'investissement et aux médias d'affaires au Canada et à l'étranger. Une version mise à jour de l'étude et comprenant des données sur des villes japonaises et autrichiennes a été publiée au printemps 1999 et fait l'objet d'une publicité partout dans le monde.
- des organismes internationaux, tels que le Forum économique mondial, l'Economist Intelligence Unit et les Nations unies (Indice du développement humain), reconnaissent de plus en plus le caractère concret du renouveau économique du Canada, y compris le bien-fondé de ses politiques macroéconomiques et microéconomiques, ainsi que sa compétitivité accrue. Ces messages positifs sont diffusés au Canada et à l'étranger, notamment auprès des investisseurs et des intermédiaires influents tels que Site Selectors aux États-Unis.

- le premier ministre du Canada, ses homologues provinciaux, les ministres fédéraux et provinciaux et les dirigeants d'entreprise interviennent de plus en plus pour faire valoir les avantages d'investir et de prendre de l'expansion au Canada. Notons à cet égard, leur participation récente à diverses manifestations sur l'investissement tenues au cours du Forum économique mondial de Davos en Suisse.
- le site Web « Investir au Canada » a été mis sur pied pour fournir aux investisseurs des renseignements opportuns sur les programmes et les services fédéraux, provinciaux et municipaux au Canada.

❑ Cibler certaines multinationales des pays clés et des secteurs prioritaires

Dans le cadre de cette démarche, l'unité conjointe d'IC et du MAECI, Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC), mène de vastes campagnes ciblées auprès des multinationales :

- le Programme de jumelage sous-ministres/pays regroupe sept sous-ministres pour promouvoir le Canada en tant que lieu par excellence d'investissement auprès de marchés cibles des États-Unis, du Royaume-Uni, de l'Allemagne, de la France, du Japon, de la Suède et des Pays-Bas. Le Programme repère des multinationales convenables, fait valoir les avantages du Canada en matière d'investissement auprès des décideurs clés et cherche à répondre aux besoins et aux préoccupations des multinationales cibles.
- les sous-ministres feront valoir le Canada en tant que lieu compétitif d'investissement et ils tenteront de connaître les points de vue des étrangers sur le Canada et ses politiques pour que ces points de vue soient pris en ligne de compte dans l'élaboration des politiques publiques.



Source : MAECI, Direction de l'analyse commerciale et économique (EET)