

comme *The Economist* traitent de plus en plus de l'Inde. Une meilleure connaissance des réformes économiques entreprises en Inde permettrait de rehausser le rayonnement de ce pays au Canada. L'information pourrait être diffusée par la presse écrite, la radio et la télévision. Une campagne de relations publiques visant à susciter une meilleure couverture du marché indien par les médias résulterait idéalement d'une initiative prise conjointement avec le gouvernement indien.

Visites de journalistes - Les visites de journalistes économiques des deux pays pourraient aider à sensibiliser le public. Le MAECI encouragera et facilitera de telles visites. L'idéal serait de les synchroniser de manière à ce qu'elles coïncident avec des visites de haut niveau et avec des missions commerciales.

Programme de sensibilisation - Pleins feux sur l'Inde donnera lieu à un programme pan-canadien qui tentera de convaincre le public de l'importance de l'Inde pour le Canada et fournira des renseignements sur ce que le gouvernement peut faire pour aider les exportateurs.

Programme de jumelage - Le jumelage de villes canadiennes et indiennes, d'États et de provinces pour des activités culturelles et industrielles pourrait favoriser une meilleure connaissance mutuelle et établir des liens entre les deux pays. Le jumelage de Pune et de Winnipeg, par exemple, a entraîné une augmentation notable du commerce entre ces deux villes. Le jumelage de Mangalore et de Hamilton, comme celui de Jaipur et de Calgary, favoriseront également une meilleure connaissance mutuelle.

Séminaires et ateliers - Des séminaires et des ateliers sectoriels tenus à l'échelle du Canada informeront les entreprises exportatrices ciblées des débouchés, de la réglementation et des pratiques commerciales de l'Inde.

Présentations devant des associations industrielles - On pourrait donner, aux réunions annuelles d'associations industrielles, des présentations sur le potentiel du marché indien et sur l'expérience d'exportateurs canadiens qui ont réussi là-bas.

Bulletin - Des informations sur les marchés et les débouchés pourraient être diffusées au moyen de bulletins à parution régulière qui seraient produits par des bureaux commerciaux ou par des associations et diffusés dans les Centres de commerce international ou par le Faxback de l'InfoCentre et le babillard électronique du MAECI.

Trousses d'information - Les trousseaux d'information sont un très bon outil pour susciter l'intérêt du marché indien et le faire connaître. La diffusion d'études sectorielles avec fiches documentaires et de guides à l'usage des exportateurs du MAECI peut favoriser une connaissance de base du marché.