

Stratégie de promotion du Commerce international : 1998-2001

Investissement

RÉSULTATS (Ce que nous voulons réaliser) : <i>Accroître l'investissement</i>			
Initiatives : Résultats attendus (les résultats que nous voulons obtenir)	Indicateurs de rendement (Quels sont les signes des progrès réalisés en fonction des principaux résultats attendus?)	Mesure de rendement (Comment mesure-t-on les progrès?)	Objectifs de rendement (Que visons-nous?)
<p>Promouvoir le Canada comme lieu d'investissement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le premier ministre, les premiers ministres provinciaux et les ministres canadiens font davantage connaître les avantages qu'offre le Canada aux investisseurs • Le Canada est présenté aux investisseurs comme la porte d'accès au marché de l'ALENA • La capacité des missions de promouvoir l'investissement au pays est renforcée <p>Améliorer les conditions d'investissement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le Canada est comparé à ses concurrents en ce qui concerne la perception des obstacles réglementaires • Les stratégies employées par les principaux concurrents pour attirer l'investissement sont examinées • Des progrès sont réalisés en ce qui a trait à l'élimination des principaux obstacles à l'investissement <p>Accroître l'investissement par les multinationales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le programme de promotion du pays par les SM est le principal outil de ciblage • Des campagnes sont menées dans des secteurs en particulier : technologies de l'information et télécommunications (y compris les semi-conducteurs), sciences de la vie, agroalimentaire et autres secteurs prioritaires • L'expansion internationale des multinationales canadiennes qui se mondialisent est facilitée • Une « équipe d'intervention rapide » est mise en place pour les projets d'investissement dans le secteur agroalimentaire <p>Multiplier les partenariats chez les PME</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des missions consacrées au capital de risque se rendent aux États-Unis, en Asie et en Europe • On a davantage recours à l'expertise intergouvernementale pour repérer les multinationales canadiennes prêtes à former des partenariats <p>Favoriser la formation de nouveaux partenariats dans le cadre des efforts fédéraux, provinciaux et municipaux pour attirer l'investissement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une base de données nationale est établie afin de permettre aux sélecteurs de sites locaux et étrangers d'obtenir un profil des municipalités canadiennes • Une stratégie d'investissement fédérale-provinciale pour l'agroalimentaire est élaborée et mise en œuvre 	<ul style="list-style-type: none"> • Image du Canada sur le plan de l'investissement • Degré de compétitivité internationale • Part relative de l'IDE 	<ul style="list-style-type: none"> • Sondage portant sur les connaissances des investisseurs • Enquête sur la compétitivité • Comparaison des taux d'IDE à l'économie, au secteur et à la provenance 	<ul style="list-style-type: none"> • Diminution de l'écart entre la réalité et la perception de la compétitivité relative du Canada • Accroissement de la part canadienne des flux mondiaux d'investissement direct étranger