

RECTIFIER LES PROBLÈMES D'IMAGE

Recommandation 2

Que le gouvernement fédéral déploie, dans le cadre d'une campagne d'information, des efforts mieux concertés pour faire savoir directement et efficacement aux décideurs européens que la structure de l'économie canadienne est en évolution rapide. Les Européens doivent savoir que le Canada est devenu, d'une économie essentiellement axée sur ses ressources naturelles, une économie comportant un grand nombre d'industries modernes à base de savoir.

Des campagnes d'information visant à actualiser l'image que les Européens se font du Canada sont en préparation ou sont déjà en cours. Nous attachons une importance prioritaire à la promotion du Canada à la fois comme destination attrayante pour l'investissement et la technologie et comme source de produits et de services à valeur ajoutée. Le groupe Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC) considère l'Europe comme une excellente source de nouveaux investissements et de nouvelles technologies, et étendra à ce continent son programme actualisé de promotion de la « marque Canada »

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a mis au point une stratégie de diplomatie ouverte pour souligner le 25^e anniversaire des relations Canada-EU. Cette stratégie, qui met en valeur le Canada comme société moderne, visera les membres du Conseil européen, les députés du Parlement européen, les médias, les ONG et les investisseurs européens. Elle prévoit aussi des visites de députés du Parlement européen et des conférences consacrées à divers sujets.

Les missions du Canada à l'étranger élaborent des stratégies de marketing et de communication qui s'adressent à un éventail d'auditoires plus large, y compris les entreprises, et reçoivent une formation axée sur le recours aux nouvelles technologies, dont l'internet, pour accroître l'efficacité et la visibilité de l'ensemble de leurs activités.

Recommandation 3

Que cette stratégie de modernisation de la « marque Canada » visant à projeter à l'étranger l'image d'un leader mondial de la nouvelle économie table davantage sur les entreprises européennes qui ont du succès au Canada, les entreprises canadiennes qui ont une présence appréciable en Europe, les visites de journalistes, notamment ceux de journaux et de revues spécialisés, les échanges d'étudiants, la projection d'images de la nouvelle réalité canadienne dans les aéroports et le drapeau canadien.