
mesure de profiter pleinement des nouveaux débouchés du marché indien. Les programmes d'information sur les marchés et d'aide à la prospection, de même que les mécanismes de coopération industrielle, peuvent aider les entreprises canadiennes à surmonter les défis que pose un marché dynamique, mais complexe et peu connu.

1. Programmes d'information sur le marché de l'Inde

La stratégie visant à faire connaître le marché de l'Inde a deux objectifs, à savoir :

- faire en sorte qu'en Inde le Canada soit considéré comme une source fiable de biens et services, de technologie et d'investissement;
- faire savoir aux Canadiens que l'Inde est prête à effectuer des échanges commerciaux et informer les chefs d'entreprise canadiens du potentiel réel du marché indien.

Les suggestions d'activités que nous proposons ci-après représentent autant de démarches qui peuvent être entreprises dans le court terme ou sur une base permanente pour augmenter l'état des connaissances en Inde et au Canada. L'élan et la répétition jouent un rôle important dans toute campagne de sensibilisation. Il est donc essentiel d'établir un plan de campagne cohérent afin de synchroniser et de coordonner ces initiatives. Les activités, en plus d'être complémentaires, doivent s'harmoniser afin de produire le maximum de résultats.

Visites ministérielles réciproques - Les visites très réussies que le ministre canadien du Commerce international (en octobre) et le secrétaire d'État pour l'Asie et le Pacifique (en mars) ont effectuées en Inde en compagnie de dirigeants d'entreprises a clairement démontré la volonté du Canada de faire des affaires avec l'Inde. En continuant sur la lancée de ces visites, d'autres missions dirigées par des hauts fonctionnaires aideraient à la campagne de sensibilisation au marché indien. En outre, les principaux ministres indiens seront invités à visiter le Canada, ce qui amorcera une série de visites de part et d'autre. Les visites au niveau des ministres obtiennent une importante couverture de presse au Canada comme en Inde, ce qui sensibilise les gens d'affaires d'ici et permet de faire connaître les capacités canadiennes là-bas. Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international mettra sur pied un programme permanent de visites de haut niveau entre les dirigeants d'entreprise et entre des représentants gouvernementaux.

Couverture médiatique en Inde - La présence du Canada dans les grands journaux indiens, dans les magazines et dans les revues spécialisées permet de promouvoir le savoir-faire et faire connaître les réussites des entreprises canadiennes. Le MAECI encouragera et facilitera la publication de suppléments sur le Canada dans la presse indienne.

Couverture médiatique au Canada - Les médias canadiens ont tardé à parler de la nouvelle économie de l'Inde, malgré le fait que des publications internationales