



Le Canada a mis en place plusieurs filières de commercialisation qui aident les exportateurs canadiens de programmes, services et produits d'enseignement à les promouvoir sur les marchés étrangers. Par l'entremise de dix bureaux situés en Asie-Pacifique (Bangkok, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, New Delhi, Singapour, Séoul, Taïpei, Beijing et Canberra) et de cinq bureaux en Amérique latine (Bogota, Buenos Aires, Mexico, São Paulo et Santiago), le Réseau des centres d'éducation canadiens fait la promotion du Canada auprès des étudiants étrangers ainsi qu'auprès des groupes et entreprises recherchant des services de formation à l'étranger.

On trouve en Europe et au Moyen-Orient trois Centres de ressources en éducation, rattachés aux ambassades du Canada à Athènes, Abu Dhabi et Ankara. Ces centres aident les exportateurs canadiens de services d'éducation à accéder à ces marchés régionaux. Le gouvernement canadien a également créé des partenariats avec des organisations non gouvernementales dans des pays comme l'Allemagne, la Finlande et le Venezuela afin de promouvoir l'éducation canadienne.

Dans un pays aussi vaste que le Canada, le télé-enseignement permet aux habitants des régions éloignées de poursuivre leurs études par correspondance. Plusieurs établissements d'enseignement se sont engagés dans cette voie, certains offrant même des programmes d'études à l'étranger. Dans de nombreux cas, les partenaires canadiens (établissements d'enseignement, fournisseurs de technologies de l'information et des communications) collaborent avec le ministères de l'éducation ou du développement économique du pays étranger afin de rendre le télé-apprentissage possible depuis les villes partout dans le monde.

En janvier 1999, le Canada a annoncé l'ouverture à Kiev, en Ukraine, du premier bureau faisant partie d'une nouvelle génération de centres de marketing. Le Centre canadien de formation (CCF) offrira des services de pointe et fera la promotion des ressources du Canada dans le domaine de l'enseignement et des produits éducatifs. Le CCF se distingue des Centres de ressources en éducation et des Centres d'éducation canadiens du fait que sa mission n'est pas d'inciter les étudiants étrangers à poursuivre leurs études au Canada. Au contraire, le CCF apportera les ressources éducatives du Canada, notamment les nouvelles technologies d'apprentissage et les cours d'enseignement à distance, directement dans le pays visé. Réalisés grâce à des alliances formées par l'industrie, les établissements d'enseignement publics et le secteur public, les CCF seront un modèle pour la prestation à l'étranger des services de télé-enseignement faisant appel aux techniques de pointe, et permettront aux étudiants de recevoir un enseignement dispensé par les établissements canadiens tout en restant dans leur propre pays.

Le Canada, qui jouit déjà d'un excellent système d'enseignement, de ressources humaines de haute qualité et d'une infrastructure technologique de calibre mondial, s'impose rapidement dans le nouveau domaine des multimédias. Format hautement interactif, les multimédias conjuguent différents éléments (textes, images, sons, musique, graphiques, données, animation, vidéo plein écran) pour créer un ensemble entièrement nouveau de produits de communication. Transmises principalement sur cédérom ou via l'Internet, les présentations multimédias sont devenues une manière efficace et innovatrice d'informer et d'instruire.

On dénombre au Canada plus de 500 producteurs multimédias. Leurs recettes totales atteignaient environ 350 millions de dollars en 1998 et ils emploient quelque 3 800 personnes. Cette activité connaît au Canada une croissance exceptionnelle : on prévoit que 3 000 emplois additionnels auront été créés d'ici l'an 2000 et les recettes devraient continuer de s'accroître pour se chiffrer à environ 690 millions de dollars. Des programmes d'études en multimédias comme celui qu'offre le collège Sheridan à Toronto aident à garantir une offre constante d'expertise et de talents dans ce nouveau domaine passionnant.

