

nouveau slogan – « Le Canada, une généreuse nature » – présentent le Canada comme une destination diverse et séduisante en toute saison. Ils visent à mieux faire connaître les expériences, produits et destinations de voyage qu'offre le Canada : grandes villes dynamiques, abondance de paysages naturels d'une grande beauté, divertissements de haut calibre, traditions multiculturelles, industries de pointe et infrastructure bien développée. Les tests réalisés auprès des consommateurs ont révélé que les Européens perçoivent le Canada comme une destination où ils peuvent se plonger dans la nature et vivre des expériences qui sont rares dans leur pays, comme le tourisme d'aventure, l'écotourisme et la visite de localités autochtones. La nouvelle stratégie de la CCT déborde toutefois ces aspects et présente une image diversifiée et sophistiquée du Canada en mettant en valeur ses grandes villes et ses attractions, foires et autres manifestations culturelles.

### **Recommandation 5**

**Que le gouvernement fédéral examine les besoins des entreprises canadiennes, en particulier des petites et moyennes entreprises, en matière d'informations exactes et à jour sur les marchés individuels des pays membres de l'UE et sur les politiques et les pratiques de l'UE. Il faudrait prendre des mesures pour répondre aux besoins d'information constatés.**

Le gouvernement déploie de nombreux efforts pour déterminer les besoins des petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes et pour leur communiquer une information à jour sur les marchés. Les Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC) sont le premier point de contact pour les gens d'affaires qui veulent se renseigner sur les possibilités d'exportation. On trouve par ailleurs dans toutes les provinces des Centres du commerce international (CCI) qui prodiguent aux PME des avis, des conseils et des services de préparation à l'exportation. Les bureaux régionaux de certains partenaires d'Équipe Canada inc (Agriculture et Agroalimentaire Canada, Patrimoine canadien, Industrie Canada, etc.) ainsi que divers organismes à vocation régionale – l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, Développement économique Canada pour les régions du Québec et Diversification de l'économie de l'Ouest, par exemple – offrent aussi une aide de cette nature. Les PME peuvent en outre contacter les délégués commerciaux et les agents de commerce dans plus de 130 bureaux à travers le monde pour obtenir des avis concernant des marchés déterminés. On peut trouver l'adresse électronique de chaque agent sur le site web du MAECI. De façon plus générale, l'industrie canadienne communique régulièrement avec les partenaires d'Équipe Canada inc par l'entremise des ESCC. Bref, le gouvernement connaît bien les besoins des PME canadiennes, et il s'emploie à y répondre.