

compétente ou à des infrastructures de transport et de télécommunications d'avant-garde est décisif. Chaque société recherche un ensemble distinct de caractéristiques qu'elle juge essentielles pour son propre succès.

- En plus de ces caractéristiques, les investisseurs recherchent la stabilité, un environnement accueillant et une structure politique, juridique, sociale et économique qui favorise la conclusion d'affaires concurrentielles et rentables.

TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION ET DE PROMOTION DE L'INVESTISSEMENT

On énumère, ci-dessous, des techniques générales de commercialisation et de promotion, en décrivant sommairement une gamme étendue d'activités de promotion de l'investissement, dont un bon nombre sont réalisées dans les missions du MAÉCI aux États-Unis. Les techniques portent sur une promotion générale ou établie sur une base étendue, sur des campagnes ciblées, sur des services de partenariat et d'appariement et sur le traitement des demandes de renseignements relatives à l'investissement. On souligne aussi les facteurs à plus long terme qui ont une influence sur l'investissement, comme la recherche et le développement et une relation de travail plus étroite avec les spécialistes du choix d'emplacements et de réimplantation et d'entreprises immobilières aux États-Unis.

Les activités actuellement utilisées pour promouvoir l'investissement peuvent être regroupées en quatre catégories principales et sont décrites ci-après:

Promotion générale

Activités proactives destinées de façon générale aux gens d'affaires, aux membres de la communauté financière et aux investisseurs, afin de les sensibiliser davantage au climat d'investissement favorable du Canada et de modifier leur opinion à l'égard des possibilités d'investissement.

Promotion ciblée

Activités proactives qui ont pour but d'accroître la confiance des investisseurs étrangers dans le Canada et de mieux leur faire connaître les avantages qu'il y a à faire des affaires et à se développer au Canada dans le contexte de l'ALÉNA. Cependant, les activités de promotion visent un groupe d'investisseurs déjà choisis en raison de leurs secteurs d'activité ou parce qu'ils font déjà des affaires au Canada. Comme l'approche est ciblée et plus restreinte que celle à laquelle sont destinées les activités de promotion générale, le rendement par client

sera vraisemblablement élevé, car les clients du groupe cible sont déjà ouverts à l'idée d'investir à l'étranger, quoique pas nécessairement au Canada.

Services aux investisseurs étrangers

Activités réactives, c'est-à-dire des activités qui sont réalisées en réponse à des demandes de renseignements précises, qui découlent bien souvent d'activités de promotion générale et ciblée.

Services de partenariat et d'appariement

Activités proactives ou réactives (en réponse à une demande de recherche de partenaire). Ces services sont particulièrement utiles lorsqu'il s'agit d'attirer des investissements dans le domaine des technologies de pointe et pour la réalisation d'activités qui requièrent du capital de risque.

Faire mieux connaître aux investisseurs les avantages du Canada

Le Canada possède des avantages fort intéressants et on ne doit pas hésiter à faire valoir ces avantages chaque fois que l'occasion se présente, particulièrement par suite des constatations faites en 1997 par KPMG et des messages de « bonne nouvelle » à propos des avantages du Canada au niveau des coûts des entreprises (voir l'élément 12 ci-dessous). Voici certaines des raisons les plus souvent citées par les investisseurs internationaux à propos des avantages qu'offre le Canada si l'on veut s'y installer:

1. niveau d'instruction élevé et qualité de la main-d'oeuvre;
2. stabilité politique du Canada en tant que démocratie développée;
3. le faible taux de criminalité;
4. système national de soins de santé;
5. infrastructure bien établie;
6. politique financière avantageuse encourageant l'investissement et le libre-échange;
7. abondance des richesses naturelles et les faibles coûts de l'énergie;
8. proximité des États-Unis et accès facile à cet immense marché grâce à l'ALÉNA;
9. compétitivité que permet la faiblesse du dollar canadien;
10. appui des expatriés étrangers; en d'autres mots, la présence au Canada de nombreux gens d'affaires et citoyens des États-Unis et d'autres expatriés aide à ouvrir la voie à l'investissement étranger. L'accueil chaleureux que le Canada réserve aux nouveaux arrivants de nombreux pays et le respect qu'il témoigne envers ces personnes sont des avantages souvent mentionnés par des dirigeants d'entreprises étrangères établies au Canada. Un bon nombre de ces dernières ayant aussi un siège social établi aux États-Unis et dirigé par des expatriés.