

L'image du Canada

Dernièrement, les médias parlent beaucoup de la promotion du Canada à l'étranger. Or, il y a un certain temps, le Bureau commercial du Canada à Taïpei s'est rendu compte que la perception qu'avaient les Taïwanais du Canada avait une influence négative sur les résultats commerciaux du Canada. Il y a deux ans, le Bureau ainsi que plusieurs partenaires canadiens issus du secteur privé ont commandé une étude pour mesurer l'opinion de la communauté locale à l'égard du Canada. Nos doutes ont pour la plupart été confirmés. Les Taïwanais perçoivent le Canada de manière positive, seulement celui-ci constitue à leurs yeux une destination de vacances ou de retraite. Le Canada n'y est pas perçu comme un lieu propice pour y faire des affaires.



par Scott Fraser,
Taiwan, Taïpei

**Tous les matins, nous récitons ensemble
« le Canada est une société
dynamique, hautement technologique,
concurrentielle et multiculturelle ».**

Tous les matins, nous récitons ensemble « le Canada est une société dynamique, hautement technologique, concurrentielle et multiculturelle ». C'est ce qui nous a incité à renouveler nos efforts de promotion. Toutefois, nous ne percevons pas ces efforts comme un exercice de renouvellement de notre image, mais plutôt de rehaussement de celle-ci. Après tout, notre objectif n'est pas de laisser de côté l'image positive du Canada, mais plutôt de la renforcer en incitant les Taïwanais à réfléchir aux occasions d'affaires lorsqu'ils pensent au Canada.

Tout d'abord, nous devons décider des aspects que nous voulions promouvoir à Taïwan. C'est ainsi que le Bureau a trouvé quatre adjectifs qui sont devenus notre mantra. Tous les matins, nous récitons ensemble « le Canada est une société dynamique, hautement technologique, concurrentielle et multiculturelle ». Ce mantra nous sert

dans toutes nos activités, y compris dans nos programmes culturels et éducatifs.

L'étape suivante visait à livrer aux Taïwanais un message cohérent, qui ne provienne pas uniquement du Bureau, mais de tout le Canada. Le Bureau a donc mis sur pied le Comité pour l'avancement du Canada à Taïwan qu'il préside qui regroupe des organisations taïwanaises chargées de promouvoir le Canada, et auquel siègent également des entreprises privées canadiennes.

En collaboration avec le comité, nous avons entièrement réorganisé notre site Web, qui est maintenant considéré comme le site privilégié pour obtenir de l'information au sujet du Canada. Ce site, qui s'adresse exclusivement au public taïwanais, reçoit plus de 100 000 visiteurs par mois. Nous avons également réalisé trois campagnes radio très concluantes visant un public de jeunes décideurs en milieu urbain.

Les médias constituent un outil de promotion majeur de l'image du Canada. Chaque fois qu'une société canadienne répondant à notre mantra nous rend visite, nous mettons sur pied des campagnes média pour mettre leur présence à profit. Nous organisons des conférences de presse ou des entrevues avec des membres de la presse écrite ou sur Internet. Chaque semaine, plusieurs articles sur le Canada sont publiés dans la presse écrite locale en langue chinoise.

Nos efforts, qu'ils soient mesurés par le nombre de demandes de renseignements commerciaux, de visiteurs à notre site Web ou, surtout, par l'augmentation des exportations (en hausse de 15 % en 6 mois selon des statistiques taïwanaises), portent leurs fruits. Nous répéterons notre enquête sur l'image du Canada pour nous assurer que cet engouement pour le Canada est bel et bien réel.