

Le gouvernement du Canada travaille en étroite collaboration avec le secteur privé pour présenter aux principaux décideurs européens une information à jour sur l'économie canadienne. Il maintiendra en vigueur le Programme de conférenciers dirigeants d'entreprises canadiens, qui a appuyé neuf programmes dans le cadre desquels des chefs d'entreprise ont présenté des exposés sur le secteur canadien des technologies de pointe à plus de 300 décideurs dans neuf pays européens.

Les membres de la Table ronde Canada-Europe comprennent des entreprises canadiennes et européennes dont la plupart ont des investissements directs dans les deux marchés. C'est là une autre instance qui permettra de communiquer une image plus moderne du Canada aux principaux décideurs européens.

En outre, environ 25 journalistes européens ont visité des groupes choisis d'industries canadiennes en 2001, de sorte que les revues spécialisées devraient être mieux en mesure de rendre compte des capacités industrielles du Canada.

Les échanges d'étudiants constituent un élément central du Programme de coopération Canada-Union européenne en matière d'éducation supérieure et de formation, qui a été lancé en 1995 dans le but de favoriser les liens éducatifs et culturels entre le Canada et l'UE. Dans le cadre de ce programme, le gouvernement canadien et la Commission européenne appuient la mise au point de projets internationaux mixtes par des consortiums canado-européens d'universités, de collèges, d'instituts techniques et de partenaires privés. Ces projets visent à renforcer la coopération en matière d'enseignement, de formation et de stages dans un large éventail de disciplines au niveau postsecondaire, notamment par la mise au point conjointe d'outils didactiques innovateurs assistés par des moyens technologiques, une mobilité accrue des étudiants et la mise en place de programmes réels et virtuels d'échanges d'étudiants. Les projets lancés jusqu'à présent – plus de 40 – font appel à la participation de plus de 50 institutions postsecondaires de toutes les régions du Canada et plus de 1 500 étudiants canadiens et européens.

Recommandation 4

Que, de concert avec les provinces, on réévalue et modifie au besoin les campagnes de promotion touristique en Europe en vue de diffuser de l'information sur la transformation rapide de la structure économique du Canada et sur le style de vie et la qualité de vie des travailleurs du savoir canadiens. On devrait envisager de mieux faire ressortir les villes canadiennes comme destination d'affaires et d'agrément.

En 2000, la Commission canadienne du tourisme (CCT) a achevé un examen important de sa stratégie relative à l'image du Canada. Cet examen comprenait notamment des tests auprès des consommateurs au Canada, aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France, en Allemagne et au Japon. Lancés en février 2001, la nouvelle image et le