

Nouvelle priorité: renseignements sur les marchés

«...Les renseignements sur les marchés sont, et ont toujours été, notre priorité.»

PAR Stéphanie Allard

En réponse aux demandes pressantes des milieux d'affaires canadiens, les activités IC/RM semblent être la nouvelle priorité qui a été fixée pour les délégués commerciaux. Il nous faut donc nous atteler à la tâche, mais qu'attend-on de nous exactement? Nous avons posé la question à ceux qui s'y connaissent le mieux : John Treleaven, Directeur Général de TOD, Astrid Pregel, Directrice de TPP et Fred E. Oxtoby, Conseiller Principal Adjoint de TOSM.

John Treleaven, Directeur Général, Direction Générale de la Planification et des Opérations du Commerce (TOD) :

Nos clients canadiens et nous-mêmes avons toujours considéré les renseignements sur les marchés comme notre produit le plus valable; nous devons en accroître la prestation si l'on veut inciter les entreprises à s'en inspirer pour passer à l'action. Le Service des délégués commerciaux est le plus important réseau canadien de renseignement sur les marchés à l'étranger (124 missions commerciales); il offre une analyse des forces concurrentielles, suggère des pistes à suivre, offre des conseils stratégiques et établit des contacts locaux. Ce service représente une vraie mine d'or, et la mission du délégué commercial consiste essentiellement à en faire bénéficier les intéressés. Les activités IC/RM sont indissociables d'un plan d'expansion du commerce réussi. Un plan créatif et bien ciblé amènera les décideurs locaux à se demander : «Pourquoi pas le Canada?». Ceux qui se seront posé la question deviendront alors des contacts pour le Canada en cherchant à faire des affaires avec nous.

Astrid Pregel, Directrice, Direction des Systèmes d'Information sur le Commerce (TPP) :

Les renseignements sur les marchés et l'information commerciale représentent un

continuum, depuis les renseignements les plus actuels et confidentiels qui permettent à une société de conclure une affaire, jusqu'à l'information commerciale générale dont elle a besoin pour élaborer une stratégie internationale de marketing. Nos clients, les milieux d'affaires canadiens, nous ont fait savoir que les renseignements sur les marchés sont le principal service qu'ils s'attendent à recevoir des délégués commerciaux. Ces renseignements sont, et ont toujours été, notre priorité. Le groupe de travail chargé récemment d'examiner ce dossier avait pour objectif de faire des recommandations dans le but d'améliorer notre capacité d'offrir des renseignements opportuns et utiles, et TPP s'est vu confier l'élaboration d'une politique pertinente pour la mise en oeuvre de ces recommandations. Au cours des prochains mois, nous serons fréquemment en contact avec le personnel commercial à Ottawa et à l'étranger, et nous comptons sur sa contribution au processus d'élaboration de cette politique.

Fred Oxtoby, Conseiller Principal Adjoint, Secrétariat de la Liaison du Commerce (TOSM) :

Nous avons prévu une approche en trois étapes pour la collecte et la diffusion de renseignements sur les marchés/information commerciale. D'abord, nous informerons les missions des compétences du Canada dans chaque secteur en publiant des répertoires. Deuxièmement, nous demanderons à un certain nombre de missions de nous fournir des renseignements sur les débouchés qui existent sur leur territoire. Les données recueillies seront compilées et mises à la disposition des entreprises canadiennes. Enfin, nous ferons en sorte, par l'entremise du Plan de promotion pour le commerce international, que les exportateurs éventuels connaissent bien toutes les activités et tous les services dont dispose le gouvernement pour appuyer leurs initiatives internationales de marketing. L'objectif ultime consiste à fournir aux acheteurs étrangers aussi bien qu'aux entreprises canadiennes des renseignements sur les marchés leur permettant de passer à l'action.

Il ressort des observations que nous venons de faire que les renseignements vont constituer un concept névralgique dans le futur immédiat. Il est toutefois important de souligner qu'il ne s'agit pas d'un nouveau concept, mais plutôt d'une nouvelle priorité accordée à ce qui est et a toujours été l'essence même de la mission du Service des délégués commerciaux.



* YCDBSOYA? Boutons de manchettes du Min. George Hees, 1960-63. Prochain numéro...