

Le COAI travaille pour vous

Le COAI transmet les débouchés d'affaires de deux façons : en contactant directement certains fournisseurs et en envoyant des courriels aux fournisseurs canadiens pertinents. Voici un bref exposé du mode de fonctionnement du Centre, dont le travail consiste à s'assurer que votre entreprise reçoit tous les débouchés d'affaires pouvant l'intéresser.

Des contacts personnels avec les fournisseurs canadiens

Lorsque le COAI est informé d'une occasion d'affaires internationale par un délégué commercial du Canada à l'étranger, son équipe de spécialistes se met immédiatement au travail pour trouver le fournisseur canadien qui correspond au produit, au service ou au partenaire demandé. Les spécialistes consultent la base de données du Service des délégués commerciaux et le Réseau des entreprises canadiennes d'Industrie Canada (dans Strategis), ainsi que les vastes ressources d'Internet. Ils mettent également à profit l'impressionnant réseau pancanadien de spécialistes sectoriels d'Industrie Canada, d'Agriculture et Agroalimentaire Canada et des autres ministères et organismes fédéraux qui composent l'Équipe Canada inc. Le COAI consulte aussi régulièrement les associations industrielles.

Si un agent du COAI détermine que votre entreprise est un fournisseur possible pour un certain acheteur étranger, on vous contactera pour confirmer que votre produit ou service correspond à ce qui est demandé, et pour vous demander si vous êtes intéressé. Si vous manifestez un intérêt et que le jumelage est possible, l'agent vous donnera soit les coordonnées de l'acheteur étranger, soit celles du délégué commercial à l'étranger qui a découvert l'occasion d'affaires.

Pour accroître vos chances d'être contacté personnellement et gratuitement par un agent du COAI, abonnez votre entreprise au Service des délégués commerciaux (www.infoexport.gc.ca) et inscrivez-la dans la base de données du Réseau des entreprises canadiennes (*Strategis* – <http://strategis.gc.ca>). Pour que les agents du COAI puissent vous trouver, assurez-vous aussi que l'association industrielle dont vous êtes membre possède un profil à jour de votre entreprise et que votre site Web est à jour lui aussi.

Le COAI établi un contact personnel avec des entreprises canadiennes pour examiner en détail des débouchés précis.

Le Délégué commercial virtuel – porte d'entrée du service de repérage électronique du COAI

Le DCV est le dernier en date des outils qui aident les entreprises à faire des affaires sur les marchés étrangers. Ce n'est pas un substitut aux interactions avec le Service des délégués commerciaux (SDC), mais plutôt un moyen de les améliorer et de les personnaliser. En abonné au SDC votre entreprise prête à exporter, vous recevrez une page Web personnalisée contenant des renseignements sur les marchés, ainsi que des débouchés d'affaires assortis à vos intérêts commerciaux à l'étranger. En outre, les renseignements qui vous concernent seront diffusés à plus de 500 agents de commerce dans 140 bureaux à l'étranger – c'est comme s'ils avaient sur leur bureau un stock inépuisable de brochures de votre entreprise. Vous pouvez demander des services en direct des délégués commerciaux chargés de votre secteur d'activité sur votre marché cible, et vous serez automatiquement tenu au courant des affaires nouvelles sur ce marché et dans ce secteur.

La consultation de votre Délégué commercial virtuel, sur votre page Web personnalisée, pourrait devenir un geste important de votre journée de travail et vous conférer un avantage concurrentiel sur le marché international. N'oubliez pas que le DCV sera désormais le seul moyen de recevoir par courriel les débouchés d'affaires à jour du COAI. Pour plus de détails sur l'inscription au DCV, voir l'encadré de la page 3.



Abonnez-vous au DCV pour obtenir vos débouchés d'affaires du COAI

Le COAI s'apprête à démanteler son système actuel de repérage électronique, **e-Leads®**, et déposera bientôt ses débouchés d'affaires à jour sur le bureau électronique des entreprises canadiennes par l'entremise du DCV. Pour continuer à recevoir les débouchés du COAI par courriel, abonnez donc votre entreprise, gratuitement, au Délégué commercial virtuel sur le site

www.infoexport.gc.ca

Pour obtenir une page Web du DCV, vous devez avoir analysé et sélectionné votre marché cible. Si vous avez besoin d'aide pour déterminer si votre entreprise est prête à exporter, contactez Équipe Canada inc en composant le 1 888 811-1119 ou visitez le site www.exportsource.ca. Si vous ne faites que songer à exporter, visitez le site Web des Centres de services aux entreprises du Canada : www.rcsec.org.

HISTOIRE à succès

Spirit Water – Un pur produit canadien

Lorsqu'une société de Hong Kong s'est mise à la recherche d'une eau de qualité supérieure, le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) l'a jumelée avec **Sawridge Waters Ltd.**, entreprise d'embouteillage de Spirit Water et propriétaire de l'usine d'eau embouteillée la plus importante du Canada. Mais la raison pour laquelle Sawridge l'a emporté sur les autres entreprises était la pureté naturelle de sa source d'eau : les glaciers canadiens.

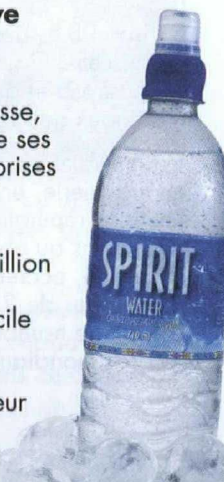
Ainsi, choisirez-vous de l'eau de glacier embouteillée ou de l'eau du robinet embouteillée ? C'est une question que Tom Voss, directeur du développement des entreprises de Sawridge, aimerait que plus de personnes se posent. Au Japon, aux États-Unis et en Chine, où Sawridge exporte Spirit Water, le choix devient clair.

Le goût et la pureté sont la clé. Spirit Water est un produit naturel – rien n'est ajouté ni enlevé – et a un taux de matières totales dissoutes (MTD) de moins de 10 parties par million. « En comparaison, la plupart des autres marques ont plus de 200 parties par million », ajoute Voss.

Spirit Water est l'eau embouteillée exclusive distribuée par Starbucks et est également transportée par Air Canada.

Affichant maintenant des ventes régionales à la hausse, Sawridge passe à la vitesse supérieure et développe ses marchés de la région du Pacifique. Même les entreprises de produits haut de gamme ont besoin d'occasions d'affaires sérieuses !

« Une occasion d'affaires peut se traduire par un million de caisses par année ou ne pas aboutir, mais sans occasion d'affaires sérieuse, il est extrêmement difficile de faire des affaires à l'étranger par ses propres moyens, dit Voss. Ce que fait le COAI pour faciliter ce processus – jumeler un fournisseur avec un vendeur de l'autre côté de l'océan Pacifique – est une aide des plus précieuses. »



Le COAI informe aussi les fournisseurs canadiens pertinents des nouveaux débouchés d'affaires en communiquant avec eux par courriel. Le Centre s'apprête à démanteler son système actuel de repérage électronique, **e-Leads®**, qu'il offrira bientôt uniquement par le biais du Délégué commercial virtuel (DCV). L'intégration prochaine du système du COAI dans le DCV offrira un guichet unique aux entreprises canadiennes.

HISTOIRE à succès

Raquettes GV – suit une piste dans la bonne voie

Qu'ont en commun les amateurs de sports extrêmes et les jeunes retraités ? Les raquettes. Oui, la dernière tendance en matière de sport et de conditionnement physique est la raquette, et la demande tient en haleine les fabricants canadiens comme **Raquettes GV**. L'entreprise, située au Québec, fournit 40 % du marché des raquettes au Canada et, grâce à une piste du Centre des occasions d'affaires internationales (COAI), elle a fait d'importants progrès en Europe.

À la suite d'une information commerciale, GV a obtenu une commande d'une valeur de 10 500 dollars d'un détaillant de Helsinki. Depuis, le contrat a permis d'obtenir d'autres commandes et a incité l'entreprise à se lancer dans un plan de distribution européen.



« Environ 90 % de nos exportations vont aux États-Unis, mais nous nous employons actuellement à trouver des distributeurs dans chaque pays européen et à nous forger une réputation internationale », déclare Richard Gignac, directeur des ventes de GV.

À quoi est attribuable la hausse de la popularité des raquettes ? D'après Gignac, deux facteurs ont produit des conditions favorables sur le marché des raquettes : l'importance accrue accordée à la santé et à la forme physique, et les progrès réalisés dans la technologie des produits. GV fabrique des raquettes traditionnelles en bois depuis 1959, et maintenant, fabrique en plus des raquettes d'aluminium ultramodernes et moulées par injection.

En plus d'être une activité sans danger, la raquette permet aux gens de sortir des sentiers battus et de franchir des reliefs accidentés. De même, avec son plan d'expansion en Europe et au Japon, Raquettes GV s'aventure en terrain nouveau. « Il est vraiment utile d'avoir une présence canadienne comme le COAI qui nous met en rapport avec des acheteurs internationaux et facilite le travail », de conclure Richard Gignac.