

## Quelques-unes des activités (Suite de la page XVII)

Les foires commerciales sont un excellent moyen de rencontrer des clients potentiels et de découvrir des occasions d'affaires.

Malgré la croissance du commerce électronique, les foires continuent néanmoins de représenter un excellent moyen de cimenter une relation d'affaires — en particulier sur le marché américain où le contact en personne est si important.

### Comment dois-je me préparer à une foire commerciale?

Pour en tirer le maximum, vous devez :

- déterminer celles qui correspondent le plus étroitement à votre stratégie commerciale;
- savoir comment fonctionne, aux États-Unis, le secteur dans lequel vous exercez votre activité;
- établir clairement les objectifs commerciaux que vous voulez atteindre en participant à des foires;
- deux ou trois mois à l'avance, informer de votre visite vos clients et relations d'affaires;
- travailler avec les délégués commerciaux du Canada, au pays et aux États-Unis. Faites-leur connaître votre produit, votre plan marketing et vos objectifs;

- planifier votre itinéraire attentivement, en prévoyant suffisamment de temps entre vos rendez-vous;
- veiller à ne pas manquer de fournitures (cartes d'affaires et documentation commerciale);
- établir votre campagne de suivi avant même de quitter le Canada.

### Que dois-je faire pour me tenir au courant des foires commerciales?

Vous pouvez trouver des renseignements sur les foires et les missions commerciales sur les sites Web suivants : *Strategis* ([strategis.ic.gc.ca](http://strategis.ic.gc.ca)), *Trade Show Central* ([www.TSCENTRAL.com](http://www.TSCENTRAL.com)), *Meeting Planner's Trade Show Directory* ([www.mmaweb.com](http://www.mmaweb.com)) et *Expoguide* ([www.expoguide.com](http://www.expoguide.com)).

Vous pouvez par ailleurs trouver des renseignements aux sites Web des consulats du Canada à Boston, Buffalo, Dallas et Washington (voir

le Guide des sites Web, à la page XIV). Δ



## Un mariage durable avec l'oncle Sam (Suite de la page II)

ce soit la surveillance des mouvements transfrontaliers de personnes et de biens, la gestion des ressources halieutiques communes, la mise au point de politiques énergétiques ou la protection et la sauvegarde de notre environnement. Faire des affaires ensemble est en soi une tâche colossale.

### Non seulement le commerce, mais aussi les investissements

De même que pour les échanges commerciaux, les États-Unis sont la source d'investissements la plus importante du Canada. Pour sa part, le Canada investit plus aux États-Unis que dans n'importe quel autre pays. En 1996, les entreprises américaines ont investi 113 milliards \$ au Canada, ce qui représente environ 67 % de nos investissements d'origine étrangère.

L'ALENA a non seulement facilité l'entrée de nos biens et services sur les marchés américain et mexicain,

mais a aussi contribué à rendre le Canada plus attirant aux yeux des investisseurs étrangers.

La confiance des investisseurs envers le Canada est directement liée aux dispositions de l'Accord qui garantissent une certitude et une stabilité accrues à l'égard des investissements grâce à un traitement équitable, transparent et non discriminatoire des investisseurs et de leurs investissements.

Ajoutez à ces données les résultats d'une étude récente effectuée par la firme d'experts-conseils internationaux KPMG (voir le numéro du 3 novembre 1997 de *CanadExport*) et vous verrez que, de jour en jour,

le Canada est de plus en plus attrayant aux yeux des investisseurs étrangers. Cette étude, qui a comparé le coût de faire des affaires au Canada, aux États-Unis et dans cinq pays européens, a en effet conclu que le Canada est le pays le plus rentable pour y créer une entreprise. Δ

*Au Canada, trois emplois sur dix ont été créés grâce aux investissements étrangers directs.*

effectuée par la firme d'experts-conseils internationaux KPMG (voir le numéro du 3 novembre 1997 de *CanadExport*) et vous verrez que, de jour en jour,