



principaux fabricants de pièces du Canada, plusieurs organisations de recherche et développement ainsi que diverses administrations publiques désireuses d'attirer des investisseurs.

« Avec l'aide de nos partenaires de l'industrie et du gouvernement, nous avons réussi à convaincre une équipe canadienne vedette de venir à Wolfsburg et de fournir les installations et les outils dont ils avaient besoin pour se faire remarquer, soutient Cliff. En tant que pays partenaire, le Canada a été au centre de l'attention, et les dirigeants de Volkswagen ont vu de quoi nous étions capables. Depuis, nous avons été très occupés à suivre des filons et nous sommes convaincus que le Canada jouera un rôle de plus en plus important dans le plan Mach 18. »

Miriam Leia Bekkouche est une déléguée commerciale qui se concentre sur les partenariats technologiques et qui travaille à partir du centre Rockefeller, à New York. En collaboration avec ses collègues, elle a organisé Venture North, une activité qui a permis aux représentants de 18 entreprises du Canada de passer une journée dans les bureaux de la société d'avocats Chadbourne & Parke, au centre de Manhattan, afin de promouvoir leurs produits et services auprès de divers investisseurs et partenaires stratégiques éventuels. Plusieurs de ces entreprises, notamment celles œuvrant dans les domaines que sont Internet, les médias numériques, les technologies propres et les sciences de la vie, avaient participé aux cours intensifs de l'Initiative de croissance technologique, un programme unique du MAECI ciblant les entreprises canadiennes prometteuses en vue de les aider à se préparer à prendre le monde d'assaut.

« C'est comme l'émission *Dragons' Den* de la chaîne CBC, mais dans la vraie vie, explique Miriam Leia. Ce n'est pas tous les jours que nous avons l'occasion d'aider des entreprises à peaufiner leurs plans en vue de les présenter à certaines des plus grandes sociétés de capital de risque de New York. »

Un peu plus au Nord sur la côte Est, au consulat du Canada à Boston, se trouve Jamie Huet, un délégué commercial pas tout à fait comme les autres. Il est prêté au MAECI pour une affectation de quatre ans par Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), l'un des six ministères et organismes fédéraux participant au Programme de la plateforme nord-américaine du Ministère. Ce programme vise à défendre les intérêts du Canada et à favoriser le développement des entreprises aux États-Unis et au Mexique. Les fonctions de Jamie l'amènent à se concentrer sur l'investissement et à cet égard, Boston constitue un emplacement stratégique en Nouvelle-Angleterre, où plusieurs entreprises présentent un intérêt pour les sociétés canadiennes. Le consulat tire profit des nombreuses années d'expérience de Jamie au sein de l'équipe internationale d'AAC.

« Évidemment, l'inverse sera tout aussi vrai, ajoutet-il. Lorsque je retournerai à AAC, mon ministère d'attache, j'aurai eu une expérience directe des activités des missions et je pourrai conseiller mes collègues sur la meilleure manière d'avoir recours au SDC. »

« Sur tous les continents, les délégués commerciaux trouvent de nouvelles manières d'aider les entreprises canadiennes à avoir du succès », indique Peter McGovern.



David Valle au Forum du Mexican Institute of Finance Executives (IMEF) à Monterrey.

« Le rôle de base du SDC, qui est d'aider les entreprises du Canada à réussir à l'étranger, n'a pas changé depuis que la première mission commerciale s'est installée en Australie il y a plus de 100 ans. Cependant, la manière de s'acquitter concrètement de ce rôle ne cesse d'évoluer. Voilà pourquoi il est si important que les délégués commerciaux soient créatifs et ingénieux. Ensemble, la créativité des délégués commerciaux et le dynamisme des entrepreneurs canadiens font du Canada un pays plus fort et plus prospère. »