



Délégué commercial virtuel
Accédez à un monde de savoir commercial

Êtes-vous un entrepreneur canadien prêt à exporter? Avez-vous ciblé vos marchés et développé une stratégie d'exportation? Passez-vous des heures à examiner des tonnes de pages Web à la recherche de bons renseignements sur vos marchés? Si vous avez répondu « oui » à ces questions, inscrivez-vous comme client du Service des délégués commerciaux du Canada et obtenez une page Web personnalisée.

Il est primordial d'agir à temps

Un avis reçu en temps opportun concernant de bons clients potentiels ou une information commerciale de premier intérêt peut faire toute la différence pour votre entreprise en vous avertissant de l'existence d'un nouvel acheteur, d'un nouveau marché ou d'une occasion de faire de bonnes affaires. Nous savons que vous n'avez pas toujours le temps de chercher ce type d'information, c'est pourquoi nous avons amélioré notre système de notification afin qu'il vous soit plus facile d'obtenir l'information souhaitée lorsque vous le désirez.

Vous avez maintenant la possibilité de demander à votre Délégué commercial virtuel de vous avertir des occasions d'affaires et de vous envoyer l'information sur les marchés tous les jours, toutes les semaines ou tous les mois. Vous pouvez même choisir le jour précis de l'envoi.

Dès que vous aurez choisi une fréquence à votre convenance, vous recevrez un bulletin d'information par courriel réunissant automatiquement des renseignements adaptés au profil de votre entreprise. Il n'y a aucune recherche à faire; votre inscription vous donne directement accès aux liens portant sur les occasions d'affaires, les études de marchés ou les articles qui vous concernent.

Il vous suffit de choisir la fréquence à laquelle vous souhaitez recevoir l'information et de laisser le Délégué commercial virtuel faire le reste.

Comment choisir votre fréquence de notification

- Allez à « Votre compte »
- Cliquez sur « Modifier ou annuler votre abonnement... »
- Choisissez « Quotidien, Hebdomadaire ou Mensuel »
- Sauvegardez votre choix

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Service des délégués commerciaux du Canada et recevoir votre Délégué commercial virtuel personnalisé, consultez :

www.infoexport.gc.ca

The screenshot shows the homepage of the 'Délégué commercial virtuel au quotidien' website. At the top, there is a header with the Canadian flag and the text 'Canada'. Below this, a navigation menu includes 'Accueil', 'À propos', 'Services', 'Contact', and 'Recherche'. The main content area is divided into several sections: 'Documents récents', 'Opportunités d'affaires', 'Événements et missions', 'Rapports de marché', 'Autres occasions', 'Autres documents', 'Autres bulletins', and 'Autres nouvelles'. Each section contains a list of links to various articles and reports. At the bottom, there is a footer with the logos of the Government of Canada (EDC) and the Canadian Heritage (CCC).

Priorités canadiennes pour l'accès aux marchés mondiaux

Le gouvernement du Canada entend élargir l'accès des produits canadiens au marché américain et poursuivre ses efforts en vue de conclure des accords d'investissement avec la Chine et l'Inde, déclare David Emerson, le ministre du Commerce international, dans son rapport annuel sur le commerce.

L'édition 2006 d'ouverture sur le monde : Priorités du Canada en matière d'accès aux marchés internationaux, rendue publique en juin, présente les priorités du gouvernement dans ses démarches pour améliorer l'accès des produits, services et investissements canadiens aux grands marchés étrangers et décrit les principaux résultats obtenus en 2005.

Le gouvernement entend négocier un accord de libre-échange avec la Corée du Sud et mettre à profit le cadre économique et l'étude conjointe en cours avec le Japon. De plus, il cherchera à assurer le succès des négociations

sur le Programme de Doha pour le développement de l'Organisation mondiale du commerce.

Un nouvel outil

Le rapport s'accompagne d'une base de données sur les obstacles aux échanges commerciaux et aux investissements qui renferme des renseignements d'une importance cruciale pour les entreprises canadiennes. Cet outil permettra aux compagnies qui exportent déjà ou qui envisagent de le faire d'acquiescer une connaissance plus approfondie des marchés considérés et des problèmes qui pourraient influencer leurs décisions. L'accès à la base de données se trouve à la page <http://woi.international.gc.ca/CIMAP/Default.aspx?Language=fr>

Pour plus de détails sur le rapport, consulter la page www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/cimap-fr.asp. Pour en obtenir une copie papier, envoyer un courriel à consultations@international.gc.ca.

Des entreprises autochtones établissent des liens grâce au Web

Quiconque veut s'implanter sur les marchés étrangers doit avoir de solides liens d'affaires, ce qui peut exiger beaucoup de temps et d'argent. Une mission commerciale faisant appel au Web a récemment montré qu'on peut s'en tirer sans y consacrer trop de temps ou d'argent.

Le printemps dernier, des entreprises autochtones de Toronto et de Phoenix se sont servies d'une mission commerciale virtuelle (une première pour les groupes autochtones) pour étudier les moyens d'améliorer les services de santé et d'éducation dans leurs localités respectives grâce aux techniques de télésanté et de télé-apprentissage. Cette activité sera suivie d'une mission sur place à Phoenix qui aura lieu plus tard cette année.

C'est là une initiative très intéressante pour les groupes et les exportateurs autochtones qui veulent offrir des services rentables dans ces domaines, en particulier dans

les communautés éloignées. « Cette activité virtuelle a été un moyen peu coûteux de préparer le terrain en vue d'une mission commerciale sur place, dit Lewis Staats, des Six Nations du territoire de Grand River (Ontario). Nous espérons que le nombre d'initiatives basées sur le Web va se multiplier. »

Au nombre des participants figuraient Lewis Staats et Olivia Sloan, de l'Inter-tribal Council de l'Arizona, ainsi que des membres de communautés autochtones des deux pays et des représentants du secteur public et des secteurs concernés. L'activité était organisée par le gouvernement du Canada et la New Media Business Alliance.

Renseignements : Eleonore Rupprecht, Affaires étrangères et Commerce international Canada (bureau régional de Toronto), courriel : eleonore.rupprecht@international.gc.ca, site web : www.infoexport.gc.ca.

Des affaires se cuisinent au Salon international de l'alimentation

Paris, du 22 au 26 octobre 2006 > Ne manquez pas le Salon international de l'alimentation (SIAL)! Les quelque 30 exposants présents au Pavillon du Canada l'an dernier ont déclaré avoir trouvé 1 200 clients en puissance et prévoient un chiffre d'affaires global de plus de 10 millions de dollars grâce à cette participation.

Il n'y a là de quoi s'étonner : le SIAL est en effet la plus grande foire alimentaire au monde et il attire plus de 135 000 experts de l'industrie, en quête de nouveaux fournisseurs ou de nouveaux produits. La manifestation réunit plus de 5 000 exposants venus de 99 pays, appartenant à toutes les catégories de taille, depuis les PME jusqu'aux grandes multinationales.

Agriculture et Agroalimentaire Canada est en train d'organiser le Pavillon du Canada à cet événement très court. Réservez votre place dès maintenant, car les espaces sont attribués selon le principe du premier arrivé, premier servi.

Renseignements : Denise Gravel, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7746, courriel : graveld@agr.gc.ca, site Web : http://www.ats.agr.gc.ca/events/4122_f.htm.