



Délégué commercial virtuel
Accédez à un monde de savoir commercial

Patrimoine canadien et le Délégué commercial virtuel : un partenariat pour promouvoir les exportations culturelles du Canada

Patrimoine canadien (PCH), en partenariat avec le Délégué commercial virtuel (DCV), offre aux PME un accès en ligne à un service de promotion de l'exportation dans les secteurs des arts et de la culture dans le cadre du programme Routes commerciales (RC).

PCH, par l'entremise du programme RC, vise à soutenir l'exportation de produits et de services culturels canadiens et à accroître le nombre d'exportateurs canadiens dans ce secteur.

RC aide les PME canadiennes à développer stratégiquement leur capacité d'exportation et à vendre leurs produits à l'étranger. Ainsi, les PME peuvent recevoir du soutien pour entrer sur un marché, de l'aide sur place, un soutien financier (grâce à un programme de contributions) et des renseignements (grâce à un programme de recherche). Le soutien est offert dans tous les secteurs culturels : cinéma, télévision, nouveaux médias, édition, musique et enregistrement sonore, arts de la scène, design, arts visuels, métiers d'art et patrimoine.

Réussir sur les marchés mondiaux : tout dépend des personnes que vous connaissez!

Grâce au DCV, vous pouvez établir des relations avec les conseillers de PCH affectés au programme RC et dont le mandat est de servir les industries culturelles à partir des bureaux régionaux de Commerce international Canada d'un bout à l'autre du pays et des missions du Canada à l'étranger.

Au Canada, les conseillers de PCH/RC offrent un appui pour accéder aux marchés internationaux aux PME des arts et de la culture qui sont prêtes à exporter ou qui veulent accroître leurs ventes à l'exportation. Ils offrent aux entrepreneurs des conseils dans les domaines de l'exportation et du développement des compétences. Les conseillers travaillent avec diverses organisations pour établir des alliances productives avec les partenaires clés des industries culturelles. Par exemple, le conseiller à St. John's a réuni des recruteurs de talents et des délégués étrangers à la manifestation-conférence du Canada atlantique, Contact East. Résultat? Des ententes ont été signées et des engagements ont été pris par les recruteurs et délégués étrangers en vue de revenir au Canada afin de participer à d'autres activités.

Les conseillers en poste à l'étranger affectés au programme de PCH/RC assurent une aide sur place aux entreprises

artistiques et culturelles désireuses d'exporter leurs produits vers des marchés déterminés. Ces conseillers font la promotion des entreprises en question et communiquent avec des partenaires potentiels dans l'industrie. Ils travaillent aussi avec des partenaires locaux à la recherche de contacts au Canada.

Par exemple, le conseiller à Paris a pris des arrangements voulus pour que le commissaire général d'ARTÉNÎM — l'un des plus importants salons d'art en Méditerranée — assiste, à Montréal, au Salon du printemps de l'Association des galeries d'art contemporain. Grâce à cette initiative, et pour la première fois, 10 artistes canadiens ont été invités à ARTÉNÎM.

Les conseillers de PCH/RC, au Canada comme à l'étranger, ont une connaissance approfondie de l'exportation dans les secteurs culturels et savent comment promouvoir les contenus canadiens sur les marchés étrangers.

Accédez au Programme de contributions RC

Vous pouvez accéder à des renseignements sur le Programme de contributions RC en vous adressant au DCV. Ce programme offre du financement pour aider les organismes artistiques et culturels à mieux se préparer à exporter et à accroître leur potentiel de vente sur le marché international. Grâce à ce programme, vous pouvez obtenir un appui stratégique des activités suivantes : participation à des salons d'intérêt pour vous, conception d'outils novateurs sur place, missions commerciales et missions d'acheteurs, visites sur de nouveaux marchés et réseautage.

Accroître votre avantage concurrentiel

Le DCV vous met en contact avec un nombre plus important que jamais de spécialistes du commerce international, aidé en cela par un nombre sans cesse plus grand de partenariats avec des ministères et organismes spécialisés dans la promotion commerciale : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Exportation et développement Canada, Commerce international Canada, la Corporation commerciale canadienne et PCH. Votre DCV est un outil commercial et informatif en ligne bien affûté et de plus en plus rentable. Et plus vous ferez appel à lui, plus augmenterez vos chances de succès sur les marchés mondiaux.

Pour en savoir plus, consultez le site Web suivant :

www.infoexport.gc.ca

LE CARREFOUR AMÉRICAIN

Les entreprises de produits alimentaires et de boissons mijotent des affaires et misent sur la diversité

Plusieurs entreprises de Fortune 500 aux États-Unis appliquent le principe de la diversification des fournisseurs dans leurs activités, ce qui aide les femmes et les membres des minorités visibles propriétaires d'entreprises à percer sur le marché des États-Unis.

Le programme de diversification des fournisseurs élargit les débouchés des entreprises nord-américaines appartenant à des membres des minorités visibles. Les entreprises doivent obtenir une attestation d'admissibilité en s'adressant, aux États-Unis, au National Minority Business Supplier Development Council (NMBSDC) et, au Canada, à l'organisation nouvellement créée, le Conseil canadien des fournisseurs autochtones et de minorités visibles.

Ainsi, les fournisseurs de produits alimentaires qui participent à de tels programmes aux États-Unis bénéficient souvent des avantages suivants : réduction ou abolition des frais d'étalage, facilitation de l'accès aux supermarchés participants et aide dans la recherche d'un distributeur.

C'est pourquoi le gouvernement du Canada et la ville de Toronto ont organisé le mois dernier, pour la première fois au Canada, un événement commercial pour aider les femmes et les membres des minorités visibles qui fabriquent des produits alimentaires et des boissons à se faire connaître des acheteurs représentant deux chaînes de supermarchés des États-Unis.

Dans leurs exposés aux entreprises participantes, les représentants du Conseil et du Food Marketing Institute (FMI) ont insisté sur la visibilité croissante du programme au Canada et de son importance dans le secteur de la vente au détail aux États-Unis.

Ont participé à l'événement à Toronto le directeur du programme de diversification des fournisseurs du FMI (qui a son siège à Washington, D.C.) et deux acheteurs des deux plus grandes chaînes de supermarchés des États-Unis, Safeway et Ahold USA. Ensemble, ces deux acheteurs sont responsables de tous les achats auprès des fournisseurs cibles des 3 000 supermarchés que comptent les deux chaînes d'un bout à l'autre du pays.

Après la promotion, l'acheteur d'Ahold transmettait au consulat général du Canada à Philadelphie une liste de 50 produits sous marque de distributeur pour lesquels la chaîne veut un conditionnement à forfait, assuré de préférence par des entreprises appartenant à des femmes ou à des membres des minorités visibles au Canada.

Dans le cadre de cette promotion de deux jours, les participants américains ont pu visiter différents magasins d'alimentation de la région de Toronto et voir sur les rayons de ces commerces bon nombre des produits qui leur ont été présentés le lendemain par les entreprises participantes.



De plus en plus de débouchés pour les « fournisseurs de la diversité » aux États-Unis.

Outre la présentation, les 25 entreprises ont obtenu d'excellents renseignements dans le cadre de leurs réunions en tête-à-tête avec les acheteurs américains. Certains participants se sont fait donner le nom d'acheteurs d'autres produits pour les chaînes Safeway et Ahold, et ils en ont été ravis. Grâce à cette activité, les entreprises participantes prévoient, au cours des 12 prochains mois, réaliser des ventes d'environ 6,6 millions de dollars auprès des deux chaînes. Tous les participants canadiens se sont montrés très intéressés à prendre part de nouveau à des promotions semblables avec des acheteurs américains ayant un programme de diversification des fournisseurs.

Renseignements : Cynthia Stevenson, ambassade du Canada à Washington, D.C., courriel : cynthia.stevenson@international.gc.ca.