



Délégué commercial virtuel
Accédez à un monde de savoir commercial

Le Délégué commercial virtuel : le monde à portée de la main

La réussite internationale pour les exportateurs canadiens repose sur la connaissance des marchés et l'établissement de relations avec les personnes clés. Des études de marché pertinentes, des renseignements détaillés sur les pays, des actualités sectorielles, des occasions d'affaires et de réseautage, un accès en ligne à des professionnels, le tout lié à vos intérêts, vous confèrent un avantage mondial.

Une promotion à l'échelle internationale

Votre Délégué commercial virtuel personnel vous offre un accès direct à plus de 1 000 spécialistes canadiens du commerce. Afin d'augmenter vos chances de réussite, organisez des rencontres avec votre délégué commercial au Canada ou à l'étranger. Obtenez également du financement à l'exportation et gérez vos risques grâce à des outils tels que la vérification du crédit d'acheteurs potentiels. Finalement, concluez une affaire avec l'aide de spécialistes en passation de contrats et le soutien du gouvernement du Canada.

À votre service

Votre Délégué commercial virtuel personnel vous permet d'accéder directement aux services des spécialistes canadiens du commerce, de suivre le progrès de vos demandes et de constituer un excellent portefeuille de contacts, de liens et de documents en matière d'exportation. Grâce à la distribution de votre profil d'entreprise aux délégués commerciaux travaillant dans plus de 150 bureaux au Canada et à l'étranger, nous vous faisons connaître à l'échelle internationale et vous donnons accès au monde à chaque visite.

Inscrivez-vous aujourd'hui et assurez votre succès international en visitant le :

www.infoexport.gc.ca

The screenshot shows the 'Canada' virtual commercial delegate website. At the top, there are logos for the Government of Canada and 'Canada' with the word 'InfoExport'. Below this is a navigation menu with options like 'English', 'Contactez-nous', 'Aide', 'Recherche', and 'Site du Canada'. The main content area is titled 'MES MARCHÉS' and 'ACCUEIL'. It includes a search bar for 'MARCHÉS' and a list of countries: Japon, Taiwan, Venezuela, Viet Nam, EU & Midwest, Allemagne, Chine, Costa Rica, Hong Kong, P.A.C., Inde. The 'Inde: Contacts et services' section features a profile for M. Brad Jones, a virtual commercial delegate for India, with a photo and contact details. Below this, there are sections for 'Inde: Opportunités dans vos secteurs d'intérêts', 'Occasions d'affaires', 'Autres occasions', 'Activités commerciales', 'Rapports de marché', 'Environnement commercial', and 'CanadaExport'. The page also includes a sidebar with 'VOTRE COMPTE' and 'DEMANDEZ-LE!' sections.

Le Délégué commercial virtuel vous est présenté par :

Gouvernement du Canada / Government of Canada
Agriculture et Agroalimentaire Canada / Agriculture and Agri-Food Canada
Commerce International Canada / International Trade Canada
Service des délégués commerciaux / Trade Commissioner Service
Patrimoine canadien / Canadian Heritage

EDC / CCC

Nouveaux produits canadiens en Espagne

Les Madrilènes qui fréquentent les boutiques de la Gran Vía dans la capitale espagnole peuvent désormais y trouver des vins de glace et d'autres produits canadiens.

Ils ne sont d'ailleurs pas les seuls à pouvoir jouir de ces produits en Espagne. On trouve ces derniers dans plus de 150 boutiques gastronomiques, restaurants et supermarchés à travers la péninsule ibérique, grâce au succès remporté par une exposition agroalimentaire au printemps dernier. Une centaine de produits d'une valeur totale de près d'un million de dollars ont été présentés lors de cet événement.

Le Service des délégués commerciaux du Canada a contribué à ce succès. Ce service, qui possède plus de 140 bureaux à l'étranger, offre aux entreprises divers services susceptibles de les aider à s'implanter dans de nouveaux marchés.

Suite à cette exposition, le nombre des exportateurs canadiens présents en Espagne s'est accru, et des liens spéciaux ont été établis avec El Corte Inglés, le plus grand distributeur espagnol dans le marché de détail. Parmi les produits visés figurent notamment le riz sauvage, les confitures spéciales, les produits de l'érable et les boissons alcoolisées.

Pillitteri Estates Winery, un producteur de vins de glace de Niagara, attribue une bonne part de cette réussite aux délégués commerciaux en poste à Madrid. Selon Charles Pillitteri, vice-président aux ventes, ceux-ci appuient vigoureusement les vins canadiens et ont pu établir des contacts entre les producteurs et d'éventuels acheteurs espagnols. « Grâce à leurs efforts, nous avons fait des progrès importants dans le marché espagnol, dit-il. »

Il en va de même pour la Maison Bergevin, un producteur québécois de canneberges. « Il est difficile de s'introduire dans un nouveau marché, explique la présidente, Marie-Claude Bergevin, mais lorsque les délégués commerciaux sont de la partie, cela facilite grandement les choses en plus d'accroître notre crédibilité. »

L'exposition agroalimentaire a été tenue sous les auspices d'Affaires étrangères et Commerce international Canada et d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

Renseignements sur d'autres débouchés en Espagne : ambassade du Canada en Espagne, tél. : (011-34) 91-423-32-50, téléc. : (011-34) 91-423-32-52, courriel : espana@international.gc.ca, site web : www.infoexport.gc.ca/es.

Selon un expert, il faut aider les clients à trouver des fonds - suite de la page 1

leurs solutions de sécurité, mais sont souvent surprises d'apprendre que les grandes sociétés — partenaires, entrepreneurs principaux — s'attendent à ce qu'elles aient aussi des références solides et des clients potentiels. »

Aux exportateurs en quête de contrats dans le secteur de la sécurité intérieure aux États-Unis, Judy Bradt recommande de dépister les sources de fonds. « Les renseignements publics sur les budgets fédéraux fournissent de nombreux indices. Ensuite, il faut étudier les subventions que le Département de la sécurité intérieure offre aux États et aux administrations locales. »

Il faut aussi aider les clients à trouver des fonds. « Si un État ou une municipalité s'intéresse à votre produit mais manque d'argent ou de temps, offrez-lui de l'aider à préparer une demande de subvention afin d'obtenir les sommes nécessaires pour pouvoir acheter ce produit. »

Judy Bradt recommande aux exportateurs de appuyer leurs chances avant de soumissionner. « Si vous ne connaissez pas déjà le

client lorsque vous découvrez l'avis d'appel d'offres (par exemple sur www.fbo.gov ou au Canada sur www.merx.ca), il y a de bonnes chances qu'il ne vous connaisse pas non plus. Économisez temps et argent en prenant le temps d'apprendre à le connaître et en vous inscrivant dans une demande de proposition (DDP). Souvent, les acheteurs savent à qui ils veulent acheter longtemps avant la publication de la DDP. Les contacts de marketing sont essentiels si vous voulez que votre entreprise soit considérée parmi les fournisseurs préférés lorsque l'avis d'appel d'offres est rédigé. »

Renseignements : Louis Poisson, consulat général du Canada à New York, tél. : (212) 596-1650, courriel : louis.poisson@international.gc.ca, page web : www.international.gc.ca/can-am/main.

Renseignements sur Summit Insight et sur le *Nationwide Plan Review* : www.summitinsight.com et www.dhs.gov/dhspublic/display?content=5693.



Les systèmes infrarouges de vision nocturne de la firme vancouveroise Extreme CCTV se sont bien vendus aux États-Unis.