



Un détaillant allemand met en valeur l'art autochtones canadien

Du 25 novembre au 22 décembre, des pièces d'artistes canadiens autochtones ont été présentées chez Ludwig Beck, l'un des plus grands magasins d'articles exclusifs de Munich, notamment d'articles de cadeaux, de mode et de musique. Cette année, le Canada était le pays invité de Ludwig Beck pour son activité de promotion annuelle d'une durée de quatre semaines.

Cette activité a permis à sept artistes autochtones du Canada (voir l'encadré à la page 6) de travailler et de vendre leurs produits à l'étage principal du magasin. « Cela a été une excellente occasion pour les artistes de vendre leurs produits directement au public et également de retenir l'attention d'importateurs, de distributeurs, de détaillants-acheteurs et de propriétaires de galerie allemands, souligne M^{me} Frieda Saleh, déléguée commerciale au consulat du Canada à Munich. Cela a été une occasion unique pour les artistes autochtones de présenter leur histoire et leur culture à un public intéressé et réceptif. »

voir page 6 — Art autochtone en Allemagne



Assis, Calvin Hunt, artiste autochtone de la Colombie-Britannique, à l'œuvre lors de l'activité de promotion du Canada qui a eu lieu au grand magasin Ludwig Beck. Debout, de gauche à droite, Paul Dubois, ambassadeur du Canada en Allemagne, Reiner Unkel, président de Ludwig Beck, et l'agent Darrel Bruno de la GRC en Alberta.

Choisir une foire commerciale internationale

La participation à des foires commerciales est devenue une importante stratégie de marketing pour les entreprises qui exportent depuis longtemps ou qui souhaitent exporter. Voici quelques conseils pour vous aider à choisir la foire qui vous convient.

Faire le bon choix est essentiel. La foire n'aura pas la même incidence sur votre stratégie d'exportation selon qu'il s'agit d'une manifestation annuelle ou semestrielle et selon qu'elle est ouverte au grand public ou seulement aux entreprises du secteur. Il est

important de définir à l'avance votre public cible et de vérifier s'il assistera à la manifestation.

Déterminer l'endroit et les installations voulus. Est-il nécessaire de participer à une foire dans le marché cible? Est-il plutôt préférable d'assister à une foire qui en est éloignée, mais qui attire un public plus favorable? On doit également tenir compte des frais de voyage, d'hébergement et de participation (frais d'inscription en tant qu'exposant et droits de

voir page 3 — Foire commerciale internationale