

probablement de notoriété publique et le moment où elle est communiquée n'est pas critique. Une étude de marché récente devrait être disponible, de sorte que cette section devrait contenir surtout les renseignements suivants, glanés à l'événement:

a.) Tendances du marché:

Les tendances englobent les aspects dynamiques du marché (évolution de la technologie, investissement, déréglementation, etc.). Voici l'information que doit renfermer cette partie du rapport:

- i) Croissance - le marché progresse-t-il, recule-t-il, stagne-t-il? Fournir toute preuve à l'appui, obtenue à l'événement.
- ii) Nouveaux produits/nouvelles technologies/nouveaux services — nouveaux produits ou services ou nouvelles technologies exposés ou relevés qui pourraient avoir un impact pour les entreprises canadiennes, dans l'immédiat ou à l'avenir.

b.) Stratégies commerciales :

Fournir toute nouvelle information qui pourrait aider les entreprises canadiennes à pénétrer un marché et décrire les critères de succès. Dans cette sous-section, l'auteur doit présenter non seulement le point de vue des participants quant aux stratégies qui donnent de bons résultats, mais aussi le sien.

c.) Débouchés :

Débouchés relevés soit par les participants, soit par l'auteur du rapport, et que les participants ne peuvent pas ou ne veulent pas explorer. Certaines informations sur les débouchés peuvent constituer des renseignements sur le marché s'il ne faut pas les diffuser au grand public et si le moment de leur communication est critique.