

## Sachez tirer parti du Délégué commercial virtuel

Quinze minutes de votre temps pourraient faire toute la différence!

Lorsque vous vous inscrivez au Délégué commercial virtuel, vous dressez le profil de votre entreprise. Dès lors, tous nos délégués commerciaux à l'étranger ont accès à ce profil et s'y réfèrent chaque fois que vous faites appel à nos services. Plus votre profil est complet et à jour, mieux nous pouvons saisir tout l'apport que peut fournir votre entreprise et mieux nous pouvons cibler les services et l'aide que nous avons à vous offrir. C'est pourquoi il est essentiel de tenir à jour le profil de votre entreprise.

### Quels bénéfices en tirez-vous?

Investir du temps dans votre délégué commercial virtuel, c'est investir dans les futures exportations de votre entreprise. Des délégués commerciaux bien renseignés sur votre entreprise seront davantage en mesure de repérer pour vous les meilleures occasions d'affaires, les contacts les plus pertinents et les activités commerciales les plus utiles. Bref, ils pourront vous offrir très précisément les services dont vous avez besoin pour réussir. Pensez-y! Une équipe de plus de 800 spécialistes du commerce est à votre disposition aux quatre coins du monde. En outre, vous n'aurez pas à leur répéter constamment ce que fait votre entreprise, car ils le sauront tous déjà!

Comment relancer votre délégué commercial virtuel?

1. Mettez à jour le profil de votre entreprise dès maintenant.
2. Modifiez votre délégué commercial virtuel pour qu'il réponde aux besoins de votre entreprise (Accédez à « Votre compte ».)
3. Visitez régulièrement votre page personnalisée.
4. Faites appel à nos services en ligne.
5. Tenez votre profil à jour.
6. Communiquez avec nous pour obtenir de l'aide.

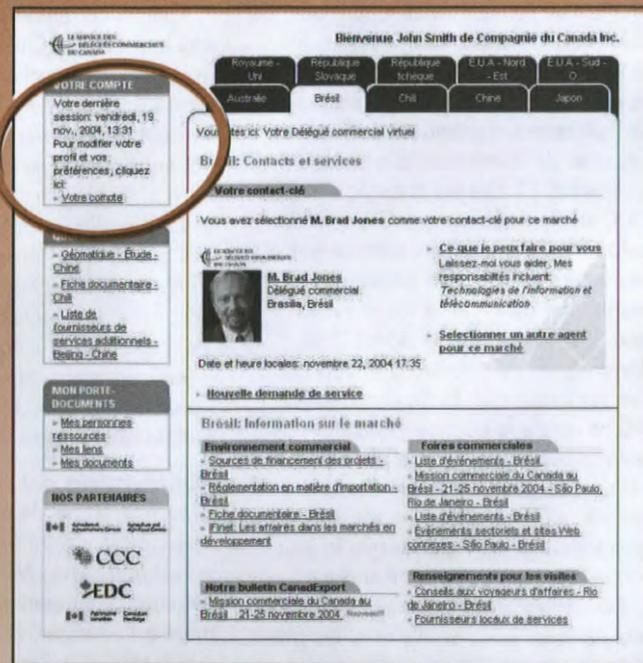
Lorsque vous mettez à jour le profil de votre entreprise, prenez le temps de bien répondre aux questions. Vérifiez l'exactitude et la pertinence des renseignements que nous possédons sur votre entreprise — vos produits ou services, vos clients et vos marchés cibles à l'étranger. Cette vérification est importante, car elle renforcera la crédibilité de votre entreprise et témoignera de ses champs d'intérêt auprès du personnel commercial et des acheteurs potentiels.

Plusieurs entreprises canadiennes se fient au bouche-à-oreille et à leurs contacts pour développer leurs marchés d'exportation. À cet égard, nos délégués commerciaux peuvent devenir des alliés inestimables. C'est avec le Délégué commercial virtuel que commence votre partenariat avec nous. Sachez en tirer parti!

Une fois inscrit au Délégué commercial virtuel, vous aurez accès notamment à des débouchés d'affaires sérieux, des études de marché, des nouvelles et des listes de manifestations commerciales. Le tout sera centré sur les secteurs ou marchés étrangers que vous aurez ciblés.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Délégué commercial virtuel, consultez :

[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)



### METTEZ À JOUR LE PROFIL DE VOTRE ENTREPRISE DÈS MAINTENANT

À partir de la page principale de votre délégué commercial virtuel, cliquez sur « Votre compte » et suivez les directives. Investissez aujourd'hui quelques minutes de votre temps et recueillez-en plus tard les bienfaits.

## Arts et culture à la foire virtuelle autochtone

À l'étranger, qui dit Canada dit souvent arts et culture autochtones, et la Foire commerciale virtuelle autochtone (FCVA) est le lien qui relie en ligne les acheteurs du monde entier aux fournisseurs canadiens de produits et services artistiques ou culturels autochtones.

Les entreprises autochtones exportatrices font appel à la FCVA pour permettre un accès rapide à des renseignements sur leurs produits et services grâce à des liens vers leurs propres sites Web. La FCVA procure aux acheteurs et partenaires potentiels du monde entier des renseignements (en sept langues) sur les entreprises autochtones des domaines suivants : design,

édition, artisanat, patrimoine, cinéma et vidéo, musique et enregistrements sonores, arts du spectacle, nouveaux médias, télévision et radiodiffusion, ainsi qu'arts visuels.

La FCVA est un guichet unique offrant un accès aux industries des arts et des cultures autochtones. Elle expose les produits et services des fournisseurs autochtones auprès de leurs clients internationaux, qu'il s'agisse d'arts et d'artisanats traditionnels ou ultra-modernes. Elle constitue en outre une mine de renseignements sur les coutumes et traditions autochtones, car les exposants y présentent souvent l'historique de leur entreprise et le patrimoine autochtone associé à leurs produits ou services.

On y découvrira comment les artistes conjuguent les cultures autochtones traditionnelles et contemporaines.

M<sup>me</sup> Barbara Hager de **Aarrow Productions**, entreprise de production cinématographique et vidéographique de Victoria (Colombie-Britannique), fait déjà appel à la FCVA pour établir le contact avec des clients et partenaires potentiels : « Le site Web de la FCVA m'a beaucoup impressionnée. Je sais que beaucoup d'acheteurs internationaux souhaitent travailler avec des organismes artistiques et culturels autochtones du Canada, mais qu'ils ne savent tout simplement pas où nous trouver. La FCVA est la solution, aussi bien pour promouvoir nos produits et services culturels dans le monde entier que pour permettre aux partenaires et aux clients potentiels de se renseigner facilement sur ce que nous avons à offrir. »

Renseignements : [www.fcva.ca](http://www.fcva.ca)

## Qatar, Yémen et Égypte : une mission productive

M. Mark Eyking, secrétaire parlementaire du ministre du Commerce international, et M. Dwain Lingenfelter, président du Conseil de commerce canado-arabe (CCCA), ont dirigé une mission du CCCA de 30 personnes au Qatar, au Yémen et en Égypte en décembre dernier.

La mission commerciale du CCCA a aidé les participants à prendre contact avec d'éventuels partenaires et clients, établi et renforcé les relations entre le CCCA et les chambres de commerce locales et fait ressortir l'intérêt des entreprises canadiennes pour les relations économiques et commerciales dans la région.

La mission était axée sur les secteurs suivants : pétrole et gaz, consultation et gestion de projet, éducation. Elle comptait des consultants canadiens qui souhaitaient attirer des investissements au Canada.

L'économie du Qatar continue à se maintenir parmi les économies les plus énergiques du monde. Avec une croissance de 8 % ces dernières années, les perspectives économiques du pays demeurent très positives, si l'on considère les immenses réserves de gaz naturel du Qatar et le financement au moyen de revenus pétroliers



De gauche à droite : M. Mohamed Azzam, président du CCCA; M. Mohammed Bin Khalid Al-Mana, président du conseil de la Chambre de commerce et d'industrie du Qatar; et l'honorable Mark Eyking, secrétaire parlementaire du ministre du Commerce international.

élevés et de capitaux étrangers. En outre, le pays envisage pour les prochaines années la réalisation de projets d'infrastructures d'une valeur de plus de 55 milliards de dollars, dont un budget de 200 millions de dollars pour l'agrandissement de l'ensemble commercial City Centre, 200 millions pour le musée national et la bibliothèque nationale, sans compter des raffineries de pétrole et de gaz, des routes, un nouvel aéroport, des établissements scolaires, des hôpitaux, des infrastructures touristiques et beaucoup d'autres projets très constructifs.

Le Yémen, où les entreprises canadiennes ont déjà remporté des succès, a lui aussi un secteur du pétrole et du gaz

particulièrement fort. En outre, le Yémen souhaite voir plus d'entreprises canadiennes tirer parti des débouchés commerciaux que le pays peut offrir.

Les activités organisées dans le cadre de la mission en Égypte ont donné aux participants l'occasion d'apprécier la volonté du gouvernement égyptien d'apporter des réformes économiques et d'ouvrir des débouchés dans plusieurs secteurs. En fait, plusieurs entreprises envisagent de retourner dans ce pays pour y consolider les ententes commerciales conclues pendant la mission.

Comme à l'occasion d'autres missions du CCCA, les représentants des entreprises canadiennes se sont montrés satisfaits des rapports privilégiés qu'ils ont eus avec les principaux décideurs et hauts fonctionnaires des pays visités. On prévoit augmenter le nombre de missions du CCCA au Moyen-Orient et en Afrique du Nord en 2005.

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec Darren W. Smith, Commerce international Canada, courriel : [darren.w.smith@international.gc.ca](mailto:darren.w.smith@international.gc.ca), tél. : (613) 944-6451.