



ANNEXE I : SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA



Les délégués commerciaux du Canada vivent et travaillent à Oslo et à Buenos Aires, à Beijing et à Buffalo, en fait, dans 125 villes partout dans le monde. Membre d'un important réseau d'experts en commerce, le délégué commercial a pour fonction principale d'aider les exportateurs à faire leurs débuts ou à accroître leurs ventes sur les marchés étrangers. À titre de fonctionnaire du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, il travaille en votre nom.

Vous avez toujours avantage à ce que les délégués commerciaux soient au courant de vos activités d'exportation sur chacun des marchés étrangers où vous êtes déjà actif ou sur lesquels vous comptez être présent. En les informant de vos projets et activités, vous pouvez réduire vos coûts, éviter des embûches et profiter de certaines occasions.

Avant de communiquer avec un délégué commercial du Canada, vous devriez tenir compte des suggestions ci-dessous.

Fournissez-lui à l'avance les renseignements suivants :

- un résumé des activités de votre société;
- vos antécédents d'exportateur;
- une description précise de votre produit ou service;

- les principaux atouts de vente de votre produit ou service;
- le genre de distributeur ou de représentant qu'il vous faut;
- l'horaire provisoire de votre voyage;
- des demandes de lettre de présentation ou des demandes de rendez-vous destinées à des représentants ou des acheteurs éventuels;
- des exemplaires de vos brochures publicitaires ainsi que des documents décrivant votre produit ou service.

Votre délégué commercial vous aidera à déterminer :

- les possibilités d'importation de votre produit ou service sur le marché visé;
- les circuits de distribution normaux de votre produit ou service;
- si votre produit est en concurrence avec des produits locaux ou importés;
- les pratiques d'achat sur place;
- les services disponibles sur le marché, notamment les banques, les services d'expédition et d'entreposage;
- les politiques et les restrictions en matière d'importation;
- les modes de soumission;
- les caractéristiques sociales, culturelles, commerciales et politiques qui peuvent influencer sur les ventes.