

Les délégués commerciaux du gouvernement fédéral et les agents à l'expansion du commerce des gouvernements provinciaux mettent également sur pied des campagnes de promotion spéciales pour les entreprises canadiennes qui désirent percer le marché américain. De leur côté, les consulats canadiens organisent fréquemment des présentations de produits canadiens dans les villes américaines auxquelles sont invités des agents commerciaux et des distributeurs.

2. Salons commerciaux

On peut recueillir de bonnes indications sur les agents en s'entretenant avec les représentants d'autres entreprises du même secteur lors de salons commerciaux. Les agents qui représentent ces entreprises peuvent vendre des produits qui n'entrent pas directement en concurrence avec les vôtres, mais qui s'adressent aux mêmes clients potentiels. Rien ne vaut un agent personnellement recommandé par quelqu'un en raison de son efficacité.

On trouvera une liste de la plupart des salons industriels régionaux et nationaux aux États-Unis dans le *International Trade Fairs and Conferences Directory* préparé par Co-Mar Management Services Inc., 366, rue Adelaide est, bureau 339, Toronto (Ontario) M5A 3X9. Téléphone : (416) 364-5352. Cette publication coûte 59,95 \$CAN, plus les frais de port et de manutention.

3. Manufacturers' Agents National Association (MANA)

La MANA est l'association nationale des agents commerciaux américains. Cependant, elle ne s'adresse pas à un secteur particulier de l'industrie. Le répertoire de la MANA (*Directory of Manufacturers' Sales Agencies*) rassemble les nouveaux agents comme les agents expérimentés, par région et par secteur. Le mensuel de l'association, *Agency Sales Magazine*, est une bonne façon de prendre contact et de se tenir au courant des questions relatives à la représentation. Il est possible de s'abonner aux deux publications. En outre, les fabricants peuvent y publier une annonce en vue de trouver un agent dans une région particulière des États-Unis.

4. Associations professionnelles de fabricants, de détaillants ou d'agents

L'annexe 9 de la présente brochure mentionne un certain nombre d'associations d'agents commerciaux pour divers secteurs de l'industrie. Tous les efforts possibles ont été déployés en vue de dresser la liste des associations qui comptent un personnel administratif suffisant pour venir en aide aux entreprises canadiennes susceptibles de les contacter. Ces associations peuvent répondre à des questions précises sur les pratiques commerciales courantes dans leur secteur ou leur région. Certaines associations industrielles régionales parrainent leur propre salon ou peuvent fournir, moyennant quelques frais, un répertoire d'agents commerciaux.

5. Recommandations d'entreprises canadiennes ou de clients américains

Vos collègues canadiens peuvent vous donner des renseignements inestimables sur les agents commerciaux, éventuellement même sur ceux auxquels ils ont déjà appelé aux États-Unis! Si vous avez déjà un ou deux clients aux États-Unis, pourquoi ne pas leur demander le nom d'un agent de bonne réputation qu'ils seraient prêts à recevoir à votre place?

6. Périodiques ou magazines de la profession

Vous pourriez trouver des noms d'agent dans les numéros récents de périodiques, propres à votre secteur. Il y a des magazines sur tout aux États-Unis, des collectionneurs de poupées aux jouets et passe-temps en passant par le marché secondaire de l'automobile. Les agents commerciaux et leurs fournisseurs canadiens font souvent connaissance à la suite de publicité publiée dans ces magazines. Une visite à la bibliothèque locale pourrait s'avérer fructueuse.

On peut localiser les agents commerciaux de nombreuses façons, mais un avertissement s'impose : il est difficile de trouver l'agent idéal. Il faut qu'il y ait cette attirance mutuelle entre les deux parties, car les divorces ne sont pas rares dans le domaine.