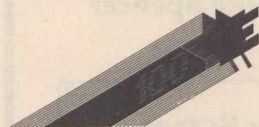


AU SECOURS!

Délégué Commercial s'adresse à tous ceux qui « œuvrent » dans le SDC. Pour souligner cette idée nous vous demandons de vous aider à trouver un nouveaux nom pour ce bulletin. Nous vous prions de nous adresser vos suggestions à la TOO.



DÉLÉGUÉ COMMERCIAL

le masculin s'entend du féminin et vice versa

Message de l'éditeur.....	2
Répertoire multimedia.3	
Ouverture du Centre d'affaires canadien.....	3
Éviter l'oubli	4
Les lettres de vos collègues	5
Le DC électronique.....	6
« Technical Visits Ottawa »	7

Délégué Commercial, publié semestriellement par la Direction des opérations d'expansion du commerce (TOO), est un bulletin non officiel qui a pour but de faciliter les échanges sur des choses d'intérêt et de préoccupation commune, aux membres du Service des Délégués commerciaux.

Le SDC de demain	7
« Tigermac »	8
Programme de la conférence nationale	8

Nous apprécierions vos commentaires, adressés à TOO, par courrier électronique, télex ou télécopieur au (613) 996-8688.

L'INFOCENTRE ET LA DIFFUSION DE L'INFORMATION ÉLECTRONIQUE

PAR Lewis Coughlin

L'InfoCentre, précédemment appelé InfoExport, est depuis des années le centre de ressources du Ministère en information publique. Les clients contactent l'InfoCentre pour recevoir des conseils sur l'exportation, de l'information et des publications sur les questions de politique commerciale et étrangère, des services d'orientation et de l'information générale sur le Ministère (MAECI). Les membres du public peuvent soumettre leurs demandes par ligne 1-800*, courrier ou télécopieur, ou en personne.

Pour offrir instantanément de l'information 24 heures sur 24 et 7 jours par semaine, l'InfoCentre a récemment lancé un système ministériel de renseignements par télécopieur appelé FaxLink. Ce nouveau service vous permet d'obtenir automatiquement de l'information par

télécopieur. Vous devez appeler d'un télécopieur et interagir avec le système à l'aide des touches de l'appareil. Le système vous demandera d'indiquer le numéro des documents que vous désirez recevoir. Ces documents vous seront transmis à la fin de la séance. Le service est gratuit, mais des frais d'interurbain sont exigés si les appels proviennent de l'extérieur de la région Ottawa-Hull.

Le système peut vous fournir l'index principal des documents en banque, qui vous permettra de choisir des documents et des sous-menus. Demandez d'abord l'index principal, choisissez les documents qui vous intéressent et rappelez-nous pour les commander. Le tout ne prend que quelques minutes.

Suite à la page 2

Déménagements: très nombreux

SPT nous informe qu'il y a eu quelque 150 déménagements depuis janvier. Au cours du printemps et de l'été, 86 cadres ont été mutés, soit 64 d'Ottawa et 16 de leur présente affection directement à une nouvelle. Sept cadres ont été détachées à des postes spécialisés.

Tel qu'annoncé dans *Panorama*, de nouveaux postes commerciaux comblés par du personnel canadien ont été approuvés pour Bombay, Beijing, Hong Kong (Guangzhou), Santiago et Lima.

Nous espérons que vous aimez votre affectation!



CHANGEMENTS À L'HORIZON : un message du rédacteur

Plusieurs lecteurs nous ont dit que puisque le bulletin portait le titre de « Délégué commercial », les autres membres de ce service pourraient croire qu'il ne leur est pas destiné. Ce n'est pas le cas. Il s'adresse à tous ceux qui « œuvrent » dans le Service des délégués commerciaux c'est la raison pour laquelle nous avons fait l'effort de le faire parvenir, ainsi que toutes les autres communications des SDC, directement à chacun. Et pour vous prouver comment tout cela nous tient à cœur, nous vous serions reconnaissants de nous aider à trouver un nouveau nom pour ce bulletin. Nous vous prions de nous adresser vos suggestions à la Direction des Opérations d'expansion du commerce (TOO).

Quelque soit le nom choisi, notre objectif demeure le même : fournir une tribune à tout nos lecteurs. Ce bulletin est — le vôtre — : vos commentaires et vos suggestions nous sont très précieux. Faites-les faire parvenir à TOO, au 995-7786 (téléphone) et au 996-8688 (télécopieur).

★ ★ ★ ★

Puisque je pars pour une nouvelle affectation cet automne, Rick Mann prend la relève. Je remercie sincèrement toutes les personnes qui ont collaboré au présent bulletin, tout particulièrement, Bernard Adam et Greg Bates, qui ont joué un rôle clé dans sa production.

Mike Spencer

À TOUS LES MEMBRES DU SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX

L'épingle incluse avec ce bulletin vise à commémorer le Centenaire du Service des Délégués commerciaux (SDC). A titre de membre du SDC, nous vous invitons à la porter fièrement. Nous sommes reconnaissants à l'Association des Brasseurs du Canada pour son généreux patronage.

Suite de la première page

Plus de 300 documents sont déjà accessibles par FaxLink, et 200 autres le seront d'ici octobre. Il s'agit notamment de fiches de renseignements et de rapports sur des pays donnés, d'aperçus des débouchés, de profils sectoriels, de bulletins, de survols de programme, de publications pratiques, etc. Les documents FaxLink peuvent être aussi bien des fiches d'information d'une page sur un pays que le texte complet du Plan de promotion du commerce extérieur (dont chaque section est un document télécopiable).

À titre de délégués ou d'agents commerciaux, vous consacrez peut-être passablement de temps à diffuser de l'information commer-

ciale générale à vos clients des secteurs public et privé et des milieux universitaires. FaxLink peut vous faciliter la tâche en stockant un document et en le transmettant automatiquement à ceux qui le demandent. Une fois que votre rapport, fiche d'information, document, etc. est offert par le biais de Fax Link, il vous suffit d'informer vos clients de la disponibilité du service et de la façon d'y accéder.

Si vous avez de l'information qui vous semble pouvoir avantager l'exportateur canadien, notre client principal, envoyez-la à votre direction géographique ou fonctionnelle de l'Administration centrale; des démarches seront prises pour la reformater (au besoin), la faire traduire et la soumettre à l'InfoCentre pour traitement final. La principale exigence est que les

documents soient soumis sous format électronique (WordPerfect 5.X).

L'information soumise pour intégration à FaxLink paraîtra aussi sur le babillard électronique que prépare la Direction des systèmes d'information sur le commerce. Nous vous donnerons bientôt (voir page 6) des précisions sur ce système d'information en direct.

Pour de plus amples informations sur le service FaxLink, veuillez communiquer avec Lewis Coughlin, agent d'information, InfoCentre (SKI) au (613) 944-1490 ou par le courrier électronique de SIGNET.

*InfoCentre : 1-800-267-8376

944-4000 (Ottawa-Hull)

FaxLink : (613) 944-4500

Télécop. : (613) 996-9709



A
N

**TALIERS
D'INDUSTRIES**

PAR Tim Hobson

Le consulat général de Boston a établi un répertoire des sociétés multimédias du Canada et de la région du nord-est des États-Unis, et l'a mis sur disquette. Grâce à l'aide de quelques associations d'industries, de listes de distribution et à sa propre recherche, le consulat a trouvé près de 800 sociétés.

Cette initiative avait pour but de faciliter les contacts entre les sociétés des deux côtés de la frontière, et il est déjà question parmi les sociétés du répertoire que celles-ci se réunissent à une conférence qui aurait lieu plus tard cette année à Boston. Idéalement des alliances stratégiques pourraient même se produire entre les sociétés canadiennes et américaines.

Ce répertoire a éveillé de l'intérêt jusqu'à Seattle où le représentant commercial de la Colombie-Britannique est en train d'établir quelque chose de similaire et cibler les sociétés de la côte ouest. À Boston, l'équipe du projet travaille à une version Mackintosh du répertoire (la plate-forme logicielle préférée des multimédias) et se réjouirait d'apprendre que son initiative a été à l'origine d'un éclatant succès commercial.

Si vous désirez de plus amples renseignements sur le répertoire des multimédias au Canada et en Nouvelle-Angleterre, n'hésitez pas à communiquer avec Mme Margaret Counts au consulat général du Canada, par téléphone au 468-3358.

OUVERTURE DU PREMIER CENTRE D'AFFAIRES CANADIEN À MEXICO

Le Centre d'affaires canadien de Mexico est maintenant ouvert.

Conçu pour fournir un soutien au nombre croissant d'exportateurs canadiens intéressés au marché mexicain, ce centre ultramoderne est le premier du genre ouvert par le Canada à l'étranger. Notre ambassade à Mexico ayant déjà reçu plus de 7 000 demandes de renseignements relatives au commerce depuis le début de 1994, c'est maintenant l'une de nos ambassades les plus actives du monde.

L'ouverture du Centre



**CANADIAN BUSINESS CENTRE
CENTRO CANADIENSE DE NEGOCIOS
CENTRE D'AFFAIRES CANADIEN**

d'affaires signifie pour son directeur, M. Roger Chan, que les exportateurs canadiens ont accès à tout le soutien et à tous les services dont ils ont besoin pour réussir au Mexique.

Le Centre met à la disposition des Canadiens, moyennant finance, des installations polyvalentes, à savoir :

- un espace d'exposition de 600 mètres carrés pour la tenue de foires commerciales et

d'événements spéciaux;

- des bureaux d'affaires temporaires clés en main et des services de télécommunication pour usage quotidien;

- des salles de séminaire et de conférences entièrement équipées et pouvant accueillir de nombreux participants;

- un centre d'information permanent qui permet aux entreprises canadiennes d'avoir un lien direct aux ressources de notre ambassade.

POUR NE PAS TOMBER DANS L'OUBLI

PAR Bill Skinner

La
plupart
d'entre
nous
savons à
quel point
il est
difficile
de faire
une
étude de
marché.

La plupart d'entre nous savons à quel point il est difficile de faire une étude de marché.

Nous commençons avec enthousiasme, puis petit à petit le découragement nous gagne face à l'ampleur de la tâche, toujours sous-estimée, et à la fin, nous ne sommes que trop contents d'en être débarassés.

Enfin on se demande si quelqu'un lira notre rapport, ou s'il ne sera pas jeté aux oubliettes (cela ne nous est-il pas arrivé à tous)? Une étude de marché n'est jamais complète sans un plan de distribution du rapport. N'oublions pas le sondage des exportateurs : ils apprécient les renseignements RM/IC que nous leur fournissons, mais regrettent que leur diffusion en soit trop restreinte.

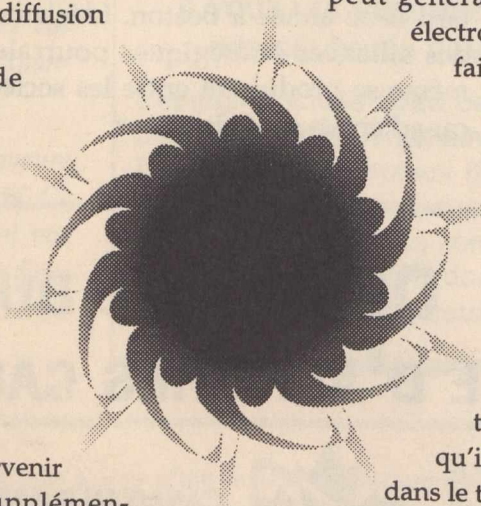
Plusieurs études de marché récentes sont passées par TPP accompagnées de la note « prière de distribuer ». Voici une liste de contrôle qui vous permettra d'éviter que vos rapports ne passent au « paradis » : des rapports.

- 1 en avez-vous fait parvenir des exemplaires supplémentaires à InfoCentre (SKI), afin qu'il les répertorient et les distribuent à ceux et à celles qui désirent obtenir des renseignements sur votre marché (y compris sur les débouchés de sous-traitance)? SKI devrait toujours figurer sur la liste de distribution des rapports;
- 2 avez-vous un résumé d'une page du rapport, de préférence sur disquette, qui pourra être traduit et chargé dans le système FaxLink d'InfoCentre (service d'information aux exportateurs par télécopieur)? Si oui, TPP peut également l'afficher au tableau électronique qu'il est en train de mettre au point;
- 3 le résumé d'une page peut également

faire un bon article pour la publication bimensuelle *CanadExport*. Chaque fois qu'une étude de marché a été annoncée dans *CanadExport*, ce sont des fournisseurs de sous-fournisseurs plutôt que des membres de l'industrie « ciblée » qui en ont fait la demande. La publicité de votre rapport dans *CanadExport* peut avoir d'excellentes retombées (contrats de sous-traitance au Canada).

- 4 le rapport a-t-il été préparé sur support électronique, c'est-à-dire sur traitement de texte? Dans ce cas, il peut généralement être distribué électroniquement. Il suffit de faire parvenir un rapport complet sur disquette ou de le joindre à un message électronique SIGNET adressé à TRAN (service de traduction). Votre responsable sectoriel (ou le spécialiste GES du secteur T) s'assurera ainsi qu'il a été traduit et chargé dans le tableau électronique;
- 5 le rapport pourrait également être envoyé aux associations d'industries dont les membres sont des fournisseurs éventuels du marché cible. Vous pouvez vous-même télécopier un message à l'association pour l'aviser que le rapport existe (et auprès de qui elle peut l'obtenir — de préférence d'InfoCentre (SKI), étant donné que les titres des rapports et les commandes sont chargés dans WIN, sinon, le spécialiste GES du secteur T pourra s'en charger. La bibliothèque (SKS) possède un répertoire des associations au Canada.

Nous espérons que ces conseils vous aideront à mener à bien la distribution de vos précieux rapports et autres études.



Les lettres de vos collègues

Information commerciale et renseignements sur les marchés (IC/RM) - Comment assurer la diffusion?

Nous savons tous que les entreprises désirent obtenir des renseignements sur les marchés. Il nous faut maintenant déterminer comment les leur faire parvenir.

Le Service des délégués commerciaux jouit par définition d'un avantage concurrentiel puisqu'il est déjà établi dans le domaine. Nous travaillons en étroite collaboration avec les CCI, les provinces et les associations industrielles, mais nous sommes à l'extérieur du Canada. Sommes-nous prêts à perdre une partie de ce précieux avantage en dispersant nos ressources pour tenter d'offrir aussi un service chez nous? Il semble que nous nous orientions dans cette direction en matière d'IC/RM.

La question nous a vraiment frappé lorsque la section commerciale de notre mission a assisté à une présentation fort intéressante sur les plans du système d'IC/RM. Il nous a semblé que les questions techniques avaient été examinées en profondeur, mais que les questions philosophiques, plus fondamentales, n'avaient pas été analysées. Par exemple, est-il efficace de demander aux délégués commerciaux de diviser leurs ressources entre la collecte d'informations et de renseignements sur le terrain d'une part et la diffusion de ces données au Canada d'autre part?

Ne serait-il pas plus logique de transmettre les IC/RM aux entreprises canadiennes grâce à un système en direct et à des « nœuds » répartis à travers le pays? Le département du Commerce américain procède de cette façon; il met sa banque nationale de données sur le commerce (National Trade Data Bank) à la disposition de toutes les entreprises des États-Unis;

elles peuvent y avoir accès directement, pour des frais d'abonnement minimes, ou gratuitement, dans toutes les bibliothèques municipales et universitaires ou par le truchement de leurs chambres de commerce ou de leurs associations industrielles locales. La NTDB renferme toutes sortes d'informations et de renseignements sur les marchés recueillis par les missions des États-Unis à l'étranger, de même que des statistiques, des profils de pays, etc.

Dans ce cas, comme le dit un vieux dicton, au moins le cheval est mené à l'abreuvoir; on ne peut le forcer de boire. Au Canada, nous semblons croire qu'il vaut mieux attacher le cheval et le gaver d'IC/RM!

À mon avis, nous devrions mettre nos précieux IC/RM à la disposition de toutes les entreprises. Toutefois, celles-ci devraient être prêtes à faire leur part en s'abonnant à un service d'information ou en se rendant à leur bibliothèque ou chambre de commerce. Si elles ne peuvent pas faire au moins cet effort, elles n'ont pas leur place au sein du marché international.

P.S. Il est intéressant de voir qu'une université du Rhode Island a adopté le système du département du Commerce, l'a enrichi et en fait la mise en marché auprès d'organisations qui peuvent servir de plaque tournante pour les entreprises. L'une de ces organisations est la Chambre de commerce du Canada. C'est une honte de voir que notre propre Chambre de commerce se procure un tel service aux États-Unis alors que, dans nos missions, nos délégués commerciaux s'affairent activement à la collecte d'informations commerciales et de renseignements sur les marchés.

Chris Thornley, Boston

Le barbecue – une réussite totale*

On ne peut laisser passer l'événement d'hier sans féliciter Mike et son personnel de TOO qui ont fait un excellent travail. La météo a fait sa part, bien entendu, mais c'est grâce au choix du site et du format (informel, sans discours, etc.) et aux préparatifs minutieux (particulièrement les services de traiteur de Dave Smith et le mode de paiement tout inclus) que cette rencontre fut l'une des meilleures depuis longtemps. Merci pour une tâche bien accomplie.



Brian Oak

**Dans le cadre des célébrations du centenaire du Service des délégués commerciaux, TOO a organisé un barbecue le 29 juin à l'île Maple. Environ 200 personnes, membres du SDC, associés et conjoints, ont participé à l'événement. Nous avons aussi profité de l'occasion pour dire au revoir aux collègues qui ont quitté Ottawa l'été dernier. Un autre barbecue est prévue le 22 septembre pour souhaiter la bienvenue aux collègues de retour à Ottawa.*

LE DÉLÉGUÉ COMMERCIAL ÉLECTRONIQUE

PAR
Bill Skinner

Le STE
permettra
la tenue
de conférences
dirigées
pour
discuter
de
problèmes
communs
et de
questions.

En 1894, le premier délégué commercial du Canada, M. John Larke, voguait pour l'Australie, avec pour mission de prospecter les débouchés que présentait ce pays pour les manufacturiers canadiens. Larke était chargé de transmettre des renseignements, et il le faisait par la poste.

Depuis un siècle, le délégué commercial fait essentiellement le même travail : il transmet des renseignements. Les outils et les techniques de travail ont toutefois changé. L'information autrefois envoyée par bateau à vapeur est maintenant transmise par télex, téléphone, télécopieur et courrier électronique. De plus, le Service des délégués commerciaux dispose maintenant d'un nouvel outil : un service de tableau électronique (STE).

Dans le cadre de l'initiative IC/RM, TPP met sur pied un STE expérimental à l'aide de matériel existant et de logiciels du commerce. Le STE complétera le Faxlink d'InfoCentre et la future fonction de diffusion de documents par télécopieur du SIGNET. Il s'inscrit dans le processus de renouveau des services gouvernementaux en faisant appel à la technologie de l'information. La diffusion de renseignements est un moyen efficace pour les gouvernements d'aider les gens d'affaires à prendre des décisions éclairées.

Le STE est une évolution logique du processus de transmission de l'information. Un article sur la nouvelle économie paru récemment dans la revue Maclean's indiquait que plus d'un demi-million de foyers canadiens sont maintenant équipés d'un PC et d'un modem. Le pourcentage est même plus élevé parmi les PME, et il y aurait environ 30 systèmes de tableau électronique au sein de l'administration fédérale. En créant un STE au MAECI, le Service des délégués commerciaux du Canada rejoint les rangs des services de tous les autres pays du G-7, qui offrent un STE à leurs exportateurs.

Le but immédiat du STE de TPP est de rendre tous les documents commerciaux d'InfoCentre accessibles par voie électronique sept jours par semaine et 24 heures sur 24. Au début, les clients devront se servir d'un ordinateur autonome et d'un modem. Le STE devrait à long terme être accessible aux entreprises canadiennes via Datapac (ou

un numéro 1-900), puis finalement occuper un espace « gopher » sur Internet. Le STE permettra aussi la tenue de conférences dirigées (« news groups » pour les usagers d'Internet) pour discuter de problèmes communs et de questions.

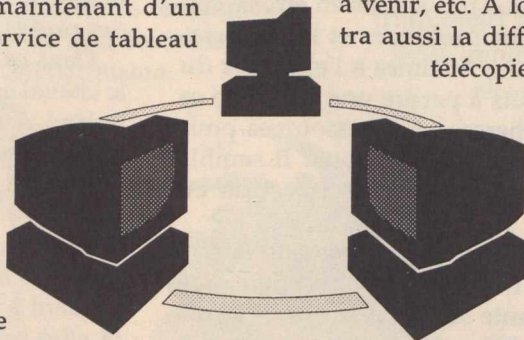
Un autre but plus modeste du STE est de fournir à InfoCentre une adresse électronique Internet. Les abonnés du serveur de liste, qui devrait avoir pour titre NOUVELLES SUR CANADEXPORT ET LES AFFAIRES, pourront ainsi recevoir par courrier électronique des bulletins, des communiqués, des annonces de nouvelles publications, des renseignements sur les missions à venir, etc. À long terme, le STE permettra aussi la diffusion de documents par télécopieur.

Le défi pour les clients sera de passer du courrier normal, vocal et télécopié au courrier électronique par l'intermédiaire du Service de tableau électronique du MAECI. Ce service est le

plus économique de tous.

Dans leurs réponses à plusieurs sondages que le MAECI leur a récemment fait parvenir, les exportateurs disent attendre avant tout du Service des délégués commerciaux qu'il leur fournisse des renseignements sur des contacts et des clients potentiels le plus rapidement possible. Une étude de marché réalisée par la Chambre de commerce du Canada a justement révélé que la diffusion des renseignements sur les contacts était le principal obstacle à la croissance des exportations. Les exportateurs désirent obtenir rapidement de l'information ciblée. Ils ont besoin d'une carte leur indiquant les sources de clients potentiels, de contacts et de renseignements sur leurs clients et concurrents. Le STE est un premier pas.

Est-il réaliste de vouloir créer un STE? Est-ce qu'on l'utilisera? Notre étude de marché nous a confirmé que les fournisseurs de renseignements, notamment les délégués commerciaux, les bibliothécaires et les agents d'information, s'en servent s'ils y trouvent des données utiles et convenablement présentées. Comme un potager, le STE devra être entretenu pour ne pas entrer en jachère. M. Larke n'a-t-il pas découvert il y a 100 ans que, dans le domaine de l'information, l'inaction est mauvais signe.



LA SOCIÉTÉ «TECHNICAL VISITS OTTAWA»

PAR Keith A.
Mobley

Les entreprises privées et publiques de la région d'Ottawa ont découvert une façon innovatrice d'attirer des gens d'affaires de passage dans leurs installations et leurs bureaux, une innovation qui pourrait aussi profiter aux délégués commerciaux.

Le recours aux visites techniques pour faire la promotion des affaires est un concept relativement nouveau qui a réussi à intéresser la vingtaine de « sites-clients » offerts par « Technical Visits Ottawa ». Pour les délégués commerciaux qui doivent compter avec des budgets réduits et des charges de travail alourdies, un simple appel téléphonique suffit pour organiser une de ces visites. Le coût est à peu près le même que celui d'une visite touristique ou culturelle.

Les fondateurs associés, Lorraine Flaherty et Keith Mobley, savaient que les chefs de file canadiens et étrangers de nombreux domaines (télécommunications, matériel informatique et logiciels, sciences de la vie et technologie médicale) avaient installé leurs établissements principaux

dans la région de la capitale nationale. Pourtant, ils ont constaté que l'importance d'Ottawa comme centre d'affaires et de technologie de pointe avancée était souvent négligé par les organisateurs de missions commerciales et d'activités liées à la promotion des affaires.

Parce que la région d'Ottawa est commercialisée à titre de centre de réunion de premier ordre par les organismes de tourisme et d'expansion économique, tirer profit du flot de visiteurs d'affaires devient une occasion à ne pas manquer pour le milieu des affaires. De plus, on s'attend à ce que ce dernier se fasse remarquer par sa vigueur et sa diversité de ceux qui n'avaient vu Ottawa que comme capitale administrative et politique plutôt que comme siège social d'entreprises.

Les pionniers de « Technical Visits Ottawa » envisagent une percée ailleurs au Canada ainsi qu'aux États-Unis. Vous pouvez les rejoindre par téléphone au (613) 744-6000, par télécopieur au (613) 744-2461 ou par messagerie électronique au ad952@freenet.carleton.ca.

LE SDC DE DEMAIN CONSULTATIONS INDÉPENDANTES

Dan son article, *Le SDC de demain* (Volume 1, N° 4) Deirdre Kent signala qu'une série de rencontres mini-consultatives devaient être tenues à travers le pays, et qu'en préparation de ces rencontres, un certain nombre de papiers-communications ont été demandés par les Centres d'études en commerce international.

Ces papiers utilisés comme élément de base aux discussions de ces rencontres, sont

susceptibles d'intéresser nos agents commerciaux. Quelques-uns des titres incluent « *Beijing, Boston, ou Bruxelles, Améliorant l'Efficiencia du Service des Délégués Commerciaux* » par Philip Rosson, Doyen de la Faculté d'Etudes en Management, à l'Université de Dalhousie, « *Faciliter l'investissement étranger au Canada: un rôle pour le service des délégués commerciaux* » par le professeur Paul Beamish du Western Business School,

de l'Université de Western Ontario, « *L'évolution du rôle des foires et missions commerciales* » par F.H. Rolf Seringhaus, Docteur, School of Business and Economics, Université Wilfrid Laurier, etc.

Ces papiers sont disponibles sur Signet, Applications Ministerielle, sous « *Articles* ».

Des exemplaires de ces papiers-communications seront mis à la disposition des missions n'ayant pas accès au système Signet.

TIGERMAC : MANILLE, LE DERNIER ÉPISODE!

PAR Tim Hobson

Les utilisateurs de SIGNET se servent en ce moment des macros WordPerfect pour faciliter leur tâche : créer une note de service, une fiche de télécopie ou une lettre, par exemple. Nos collègues du service commercial à notre ambassade à Manille ont cependant perfectionné ces macros en mettant au point TIGERMAC.

TIGERMAC a été élaboré par Don Caldwell pour créer et classer la correspondance de divers types, y compris le courrier électronique d'IconDesk. Le system conserve un journal de la correspondance, des activités et des visites - par agent et par sujet.

Grâce à TIGERMAC, les rapports d'activités peuvent être produits en tout temps, permettant aux gestionnaires (comme Don) de suivre leurs activités, celles des agents et l'ensemble de leur direction.

Tout le monde sait que les nouveaux gadgets censés faciliter la tâche ne font souvent que la compliquer; il n'en est rien pour TIGERMAC, que ses utilisateurs portent aux nues. Ainsi, l'agent commercial Byron Lee se demande comment on a pu s'en passer jusque-là. Et il n'est pas seul : Lynn Nawata se réjouit de se voir épargner la corvée des rapports trimestriels et annuels, que TIGERMAC, au fait de toutes les activités, et peut facilement produire des rapports TIPPS/TTS.

Selon Alan Dacanay, « la seule chose que ce macro ne peut pas faire, c'est le café ». Mais il paraît que Don étudie la question.

Vous aimeriez en savoir plus long? Pourquoi ne pas téléphoner à Manille; Don, Alan et Lynn sont à votre entière disposition.

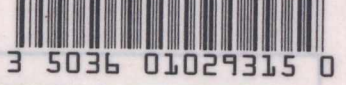
PROGRAMME DE LA CONFÉRENCE NATIONALE

Le centenaire du SDC 1894-1994 • le 3 octobre, 1994

Le deuxième siècle du SDC

- | | | | |
|----------------|--|----------------|--|
| 8 h 30 | Allocution de bienvenue et d'ouverture
Président : M. J.H. (Jake) Warren, ancien sous-ministre de l'Industrie et du Commerce | 12 h 00 | <i>Déjeuner</i>
Président : l'honorable Gordon F. Osbaldeston, CP, OC

Orateur : l'honorable Roy MacLaren, ministre du Commerce international |
| 8 h 40 | « <i>Regard sur l'avenir</i> »
M. R. Allen Kilpatrick, sous-ministre du Commerce international | 13 h 45 | <i>Séance plénière :</i>
« Les défis que réservent l'avenir » |
| 9 h 00 | <i>Séances de travail :</i> « Un succès assuré »
(Ces sessions seront menées par Intersol, société professionnelle d'animation, pour assurer une participation maximale.) | 14 h 00 | <i>Séance de travail :</i> « Passer à l'action » |
| 11 h 00 | <i>Séance plénière</i>
Résultats des séances de travail | 16 h 00 | <i>Séance plénière</i>
Résultats des séances de travail |
| | | 16 h 30 | <i>Conclusion/discours de clôture</i> |



DOCS

CA1
EA163
T71
v. 1
Oct 1,
1994
Copy 1

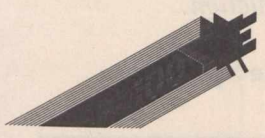
October 1, 1994

Volume 1, No. 5

TRADE COMMISSIONER

HELP!

Trade Commissioner is for everyone in the Trade Commissioner Service. To help us reinforce that point, we would like you to help us rename the newsletter. Please forward your suggestions to TOO. Editor



A Message from the Editor2
 Facilitating Cross-Border Networking.....3
 Canadian Business Centre Opens3
 Great Black Hole4
 Letters.....5
 Electronic TC6
 Technical Visits7
 TCS of the Future.....7

Trade Commissioner, published quarterly by Trade Development Operations (TOO), is an informal newsletter intended to facilitate discussion of matters of common interest and concern among members of the Trade Commissioner Service. Please forward your comments to TOO via E-Mail, telex or facsimile at (613) 996-8688.

TIGERMAC8
 National Conference Program.....8

INFOCENTRE AND ELECTRONIC INFORMATION

By Lewis Coughlin

The InfoCentre, previously InfoExport, has been in the information business for years now, serving the public as the Department's public information resource centre. Clients contact the InfoCentre to receive export counselling, trade and foreign-policy related information and publications, referrals, and to receive general information concerning the Department (DFAIT). Members of the public may submit their enquiries through a 1-800* line, by mail/fax, and in person.

In an effort to make information instantly available 24-hours-a-day, 7-days-a-week, the InfoCentre recently launched a departmental faxback system known as FaxLink. This new service allows clients to obtain information automatically by fax. Clients must call from a fax machine and interact with the system through the

touch-tone keypad on their fax machine. The system will prompt the user for the numbers of one or more documents that he or she may wish to obtain. The selected documents will be faxed to the client at the end of the session. This information service is free; however, long-distance charges apply if calling from outside the Ottawa-Hull region.

To enable FaxLink users to select documents and sub-menus, a master index to the document bank is available from the system. Clients may select the master index on their first call, and after reviewing the index to determine which documents may be of interest to them, they then call back and select the appropriate documents. The entire process takes minutes to execute.

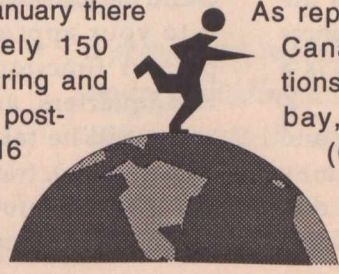
Continued on page 2

Dept. of External Affairs
 Min. des Affaires extérieures
 OCT 24 1994
 RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
 RETOURNER A LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE



Postings: Another busy year!

SPT advises that since January there have been approximately 150 movements. Over the spring and summer, 86 officers were posted, 64 from Canada and 16 were crossposted. Seven officers were seconded in to fill specialist positions.



As reported in *Panorama*, new Canada-based trade positions were approved for Bombay, Beijing, Hong Kong (Guangzhou), Santiago, and Lima.

Hope you are enjoying your new assignments!

SOME CHANGES: *A message from the Editor*

Several readers have commented to us that since this newsletter was called "Trade Commissioner," other members of the TCS might not feel it is intended for them. Not so! It's for everyone in the Trade Commissioner Service. That's why we've been going to the extra effort of sending out this, and all our TCS communications, directly to each member. To help reinforce that point, we would like you to help us rename the newsletter. Please forward your suggestions to Trade Development Operations (TOO).

Whichever name is chosen, our goal remains the same: to provide you with an informal forum to exchange ideas. Remember, this is your publication and we very much welcome your comments and suggestions. You can reach us in Trade Development Operations (TOO) at 995-7786 (phone) and 996-8688 (fax).

★ ★ ★ ★

Since I will be moving to a new assignment this autumn, Rick Mann will take over as editor. Sincere thanks to all those who have worked with me on this newsletter, especially Bernard Adam and Greg Bates who played a key role in its production.

Mike Spencer

TO ALL MEMBERS OF THE TRADE COMMISSIONER SERVICE

The pin enclosed with this newsletter is to commemorate the Centenary of the Trade Commissioner Service (TCS). As a member of the TCS, you are invited to wear it proudly. We are grateful to the Brewers Association of Canada for their generous sponsorship.

Continued from page 1

At present there are over 300 documents available FaxLink, with an additional 200 expected by October. Faxable documents include country fact sheets and reports, market opportunity reviews, industry sector profiles, newsletters, program overviews, "how to" publications and much more. FaxLink documents range anywhere from a one-page fact sheet on a single country to the entire International Trade Business Plan (each section of which is a faxable document).

As Trade Commissioners and Commerce Officers, you may spend a good deal of time disseminating general trade-related

information to your clients in industry, academia, and government. FaxLink can make your life easier by storing a document once, and transmitting it automatically to those who request it. Once your report, fact sheet, paper (etc.) is made available through FaxLink, you only need to alert your clients to the availability of the service and how to get in touch with it.

If you have information you feel could benefit our primary client, the Canadian exporter, send it to your appropriate geographic or functional division at Headquarters, and appropriate steps will be taken to reformat (if necessary), translate, and submit it to the InfoCentre for final processing. The main requirement

is that the document(s) be submitted in electronic format (Word-Perfect 5.X).

Information submitted for integration into FaxLink will also appear in the departmental electronic bulletin board service being developed by the Trade Information Systems Division (TPP). More news about this on-line information service appears on page 6.

For more information concerning FaxLink, please contact Lewis Coughlin, Information Officer, InfoCentre (SKI) at (613) 944-1490 or by SIGNET E-Mail.

*InfoCentre: 1-800-267-8376

944-4000 (Ottawa-Hull)

FaxLink: (613) 944-4500

Fax: (613) 996-9709

FACILITATING CROSS- BORDER INDUSTRY NETWORKING

By Tim Hobson

The Consulate General in Boston has developed a directory of Canadian and American North-Eastern Multimedia Firms, and put it on a diskette. With the help of some industry associations, some mailing lists, and their own research, the Consulate found close to 800 companies.

The goal of this initiative was to facilitate contact between firms on both sides of the border, and already there is talk amongst the firms listed of a conference to bring them together later this year in Boston. Ideally, some strategic alliances would result between the Canadian and

American companies.

Interest in this directory has gone as far as Seattle, where the BC Trade representative is developing something similar, with a focus on west coast firms. Boston is working on a Macintosh version of the directory (the Multimedia's platform of choice), and is eagerly awaiting some success stories that may have been spawned by this initiative.

For more information on the Multimedia in Canada and New England Directory, contact Margaret Counts at the Canadian Consulate General, MITNET 468-3358.

THE FIRST CANADIAN BUSINESS CENTRE OPENS IN MEXICO CITY

The Canadian Business Centre in Mexico is open for business!



CANADIAN BUSINESS CENTRE
CENTRO CANADIENSE DE NEGOCIOS
CENTRE D'AFFAIRES CANADIEN

Centre is a user-pay, multi-purpose facility that provides Canadians with:

The Centre, designed to support the growing number of Canadian exporters interested in the Mexican market, is Canada's first state-of-the-art business facility abroad. With over 7,000 Canadian commercial inquiries registered so far in 1994, Mexico is now one of Canada's busiest trade embassies in the world.

For Roger Chan, the Business Centre's Director, the opening of the Centre means Canadian exporters have all the business support and facilities they need to do business successfully in Mexico. The Business

- a 600 m² exhibition space to host special events and trade shows;
- ready-to-use temporary executive offices and telecommunications services for daily use;
- fully equipped seminar and conference rooms to accommodate large meetings; and
- a permanent business information centre providing a direct link for Canadian companies to the resources of the Canadian Embassy.

AVOIDING THE GREAT BLACK HOLE

By Bill Skinner

Most of us
know how
hard it is
conducting
a market
study.

Most of us know how hard it is conducting a market study. We start out with great enthusiasm, and slowly sink into despair at the amount of work involved, which we always under-estimate, and at the end we are only too glad to be rid of it.

Then we wonder if anyone will read it, or if the report will end up in the Great Black Hole (we all know where that is). But a market study is not complete without a distribution plan for the report. Remember, exporters have told us in surveys that dissemination of our MI/I is too limited, not that we produce useless information.

Several recent market studies have passed through TPP with the request "please distribute". Following is a checklist on how to avoid "warehouse heaven" for your market reports:

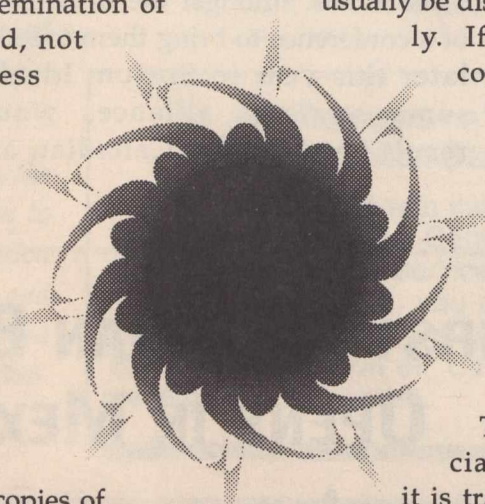
- ① Did you send extra copies of your report to the InfoCentre (SKI) for inventory and for further distribution to callers who may request information on your market (including sub-contract opportunities). SKI should always be on the distribution list for reports.
- ② Do you have a one page summary of the report, preferably on diskette, so it can be translated and loaded on to the InfoCentre's FaxLink system (a faxback information service for exporters)? If so, TPP can also post it as a bulletin on the electronic bulletin board service (BBS) we are developing.
- ③ The one pager can also make for a good article in the biweekly *CanadExport* publication. In cases where a market report has been

publicized in *CanadExport*, others asked for the report who were not readily identified as being members of the "targeted" industry. But they were suppliers to sub-suppliers in the industry. There is a wide "ripple effect" of publicizing your report in *CanadExport* which can lead to sub-contract opportunities in Canada.

- ④ Was the report prepared in electronic format, i.e on a word processor? If it is prepared electronically, it can usually be distributed electronically. If so can you send a copy of the full report on diskette or as an attachment to a SIGNET e-mail message to TRANS (Translation bureau). This allows your geographic desk officer (or the T-branch SEG specialist) to ensure that it is translated and loaded onto the BBS.

- ⑤ The report could also be sent to those industry associations whose members are potential suppliers to the target market. You can do this yourself via a fax message to the association to indicate that the report exists and where it is available — preferably the InfoCentre (SKI) because of their report and caller tracking system which feeds into WIN. Alternatively, the fax message could come from the T-branch Sector Expert Group specialist. A directory of associations in Canada exists in the Library (SKS).

Hopefully these comments will be helpful to you in completing the dissemination of your valuable market reports and other studies.



Letters from Your Colleagues

Market Information/Intelligence (MI/I): How Do We Deliver?

We all know that businesses have told us that they want *market intelligence*. We now have to decide how we are going to deliver the product.

By definition, the competitive advantage of the TCS is being positioned in the field. We work closely with the ITCs, the provinces and industry associations — but we are the folks outside of Canada. Do we want to dilute this very valuable advantage by also spending our resources on trying to deliver a service at home? This seems to be the direction we are taking in the MI/I field.

The whole issue was driven home when, at this post, our Commercial Section was given a very interesting presentation on the plans for the whole MI/I machine. While the technical considerations were well thought out the more basic philosophical questions did not seem to have been addressed. Namely, is it efficient to expect Trade Commissioners to divide their resources between gathering information/intelligence in the field and disseminating it in Canada.

Wouldn't it make more sense to make the MI/I readily available to Canadian companies through a combination of an online system and "hubs" throughout the country? This is indeed the approach taken by the U.S. Department of Commerce through its National Trade Data Bank (NTDB) - which is available to all U.S. companies directly through a modest subscription or free of

charge at local municipal and university libraries. It can also be made available through local Chambers of Commerce and industry associations. The NTDB includes all kinds of MI/I from U.S. posts abroad as well as statistics, country profiles, etc.

In this case, to use an old metaphor, the horse is at least being led to water - it is his call if he wishes to drink. In Canada, we seem to think that we have to hog-tie the horse and force feed it with MI/I!

In this writer's opinion, we should make our very valuable MI/I readily accessible to all Canadian companies. However, they must at least be willing to make the initial step of subscribing to an information service or going to their local library or Chamber of Commerce office. If they can't do this, then they really haven't any business getting into the international marketplace.

P.S. It is interesting to note that a college in Rhode Island has taken the Department of Commerce system, added value to it and is marketing it to organizations which can act as information "hubs" for companies in their region. One of these organizations is the Canadian Chamber of Commerce. It seems a shame that our national Chamber of Commerce has to go to the U.S. for this service when Canadian Trade Commissioners are busy collecting MI/I at the posts.

Chris Thornley, Boston

BBQ, A Great Success*

Mike, yesterday's event could not pass without a congratulatory note to you and your TOO staff for a job well done. Yes, the weather cooperated but it was the venue, format (relaxed, no speeches etc.) and organizational touches (particularly Dave Smith's catering, also the all-in cost structure) which made it one of the best get-togethers in a long time. Great Effort.



Brian Oak

*As part of the TCS Centenary celebrations, TOO organized a barbecue on June 29 at Maple Island. Approximately 200 members, TCS associates, and spouses attended the event. The barbecue also afforded the opportunity to say farewell to our colleagues who departed last summer. Another barbecue was planned for September 22 to welcome members returning to Ottawa.

THE ELECTRONIC TRADE COMMISSIONER

By Bill Skinner

The BBS will feature conferences for discussion of common problems and questions.

In 1894 John Larke, Canada's first Trade Commissioner, sailed to Australia with orders to report on trade prospects for Canadian manufacturers there. Larke was in the information business, and he reported by mail.

In 100 years the rationale of the Trade Commissioner's job has not changed: we are still in the information business. However, the tools and techniques of the job have changed from reporting by steamer-mail to using telexes, telephones, facsimiles and e-mail. Now the TCS has another tool: an Electronic Bulletin Board Service (BBS).

TPP, as part of the MI/I initiative, is constructing an experimental BBS employing existing hardware and off-the-shelf software. The BBS complements the InfoCentre's FaxLink and SIGNET's forthcoming broadcast fax capability. The BBS is also consistent with renewing government using information technology. Information dissemination is an effective method for governments to add value to marketplace decision making.

The BBS is a logical next step as another means of communicating information. A recent Maclean's magazine article on the new economy claimed more than half a million Canadian homes now contain PCs with modems. The percentage in SMEs is even higher. There are approximately 30 BBS systems across the federal government. By establishing a DFAIT BBS, the Canadian Trade Commissioner Service joins the ranks of all other G-7 trade services which offer a BBS to their exporters.

The immediate goal of TPP's BBS is to make the InfoCentre's trade documents accessible electronically on a 7-day-a-week 24-hour basis. At first, this will be on a stand-alone dial up basis only. But, in the longer term, the BBS should be accessi-

ble to Canadian companies via Datapac (or a 1-900 number) and ultimately as a "gopher" site on the Internet.

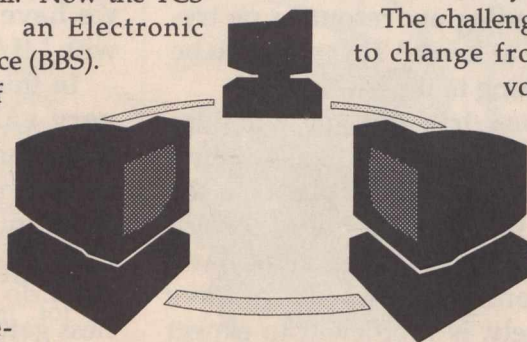
The BBS will also feature moderated conferences ("news groups" to Internet users) for discussion of common problems and questions.

Another more modest goal of the BBS is to provide the InfoCentre with an internet e-mail address. This will allow the BBS to e-mail newsletters, press releases, announcements of new publications, forthcoming missions, etc, to users who subscribe to the list server, tentatively called CANADEXPORT & TRADE NEWS. In the long term, the BBS will also allow for fax delivery of documents.

The challenge will be for our clients to change from conventional mail, voice mail and fax mail to getting information electronically from DFAIT's Bulletin Board Service. The economics of this service are superior to any other current method.

In several recent DFAIT surveys, exporters have responded that the #1 service they expect from the TCS is timely market information on sales leads and contacts. Indeed, a recent market study by the Canadian Chamber of Commerce cited dissemination of information about trade contacts as the #1 obstacle to exporter growth. Exporters want targeted information quickly. Exporters need to have a road map to sources of trade leads, contacts and customer and competitor information. The BBS is one starting point.

Is the BBS a field of dreams? If we build it, will they come? The evidence is clear from our market research that information providers such as Trade Commissioners, librarians and information brokers, will use the BBS if there is useful information on it. However, usage will depend upon how we package the services and how useful the information is. Like a good garden, it must be tended to or it will go dormant. As John Larke discovered 100 years ago, in the information business dormancy is bad news



A NEW CONCEPT: 'TECHNICAL VISITS OTTAWA'

By Keith A.
Mobley

Corporate and public enterprises in the Ottawa area have discovered an innovative way to attract business visitors to their facilities and offices, one which may also offer substantial benefits to Trade Commissioners.

Using technical tours as a business development tool is a relatively new concept which has proven to be attractive to the approximately 20 "client-sites" now available through 'Technical Visits Ottawa'. And, for Trade Commissioners faced with diminishing budgets and increasing workloads, arranging tours of those sites may now involve as little as a telephone call. The cost is equivalent to that of many scenic and cultural tours.

Founding partners Lorraine Flaherty and Keith Mobley recognized that the National Capital Region includes the home offices of Canadian and world leaders in telecommunications, computer hardware and software, life sciences and medical technology. They also

realized that Ottawa is often overlooked as a business and advanced technology centre by organizers of trade missions and other business development activities.

Because the region is being marketed actively by tourism and economic development authorities as a first-class centre for corporate and association conventions, conferences, and other meetings, tapping into the stream of business visitors for the benefit of Ottawa's business community becomes an obvious opportunity. Further, the strength and diversity of that business community is expected to attract the attention of many who have seen Ottawa as political and administrative headquarters rather than as corporate headquarters.

'Technical Visits Ottawa' founders are now planning to expand their services into other markets in Canada and the United States. They may be reached by telephone (613) 744-6000, by facsimile at (613) 744-2461, and electronic mail at ad952@freenet.carleton.ca.

THE TCS OF THE FUTURE INDEPENDENT DISCUSSIONS

In her article, *The TCS of the Future*, (Vol. 1, No. 4), Deirdre Kent reported that a series of mini-consultation conferences would be held across Canada, and in preparation for the conferences, a number of discussion papers had been commissioned from the Centres for International Business Studies.

The papers cover a variety of topics including improving the TCS, invest-

ment, and fairs and missions, etc.

Titles include *Beijing, Boston, or Brussels, Improving the Effectiveness of the Canadian Trade Commissioner Service* by Philip Rosson, Dean, Faculty of Management Studies, Dalhousie University, *A Role for the Trade Commissioner Service in Facilitating Investment into Canada* by Professor Paul Beamish, Western Business

School, University of Western Ontario, *The Changing Role of Trade Fairs and Missions* by F.H. Rolf Seringhaus, Ph.D., of the School of Business and Economics, Wilfrid Laurier University, etc.

The papers are available on SIGNET in *Corporate Applications* under 'Articles'. Copies of the papers will be distributed to posts which do not have access to SIGNET.

TIGERMAC: MANILA'S LATEST THRILLAH

By Tim Hobson

WordPerfect macros are currently being used by SIGNET users to facilitate such tasks as creating a memo, a fax cover sheet or a letter. Our trade colleagues in Manila have taken these macros one step further, and have developed *TIGERMAC*.

TIGERMAC was developed by Don Caldwell to automatically create, number and file all of the standard correspondence types, including IconDesk e-mail. It maintains a log of all Section transactions: correspondence, activities, and visits - by officer and by subject.

Thanks to *TIGERMAC*, activity reports can be generated at any time, allowing managers (like Don) to track their own activity, that of individual officers, and their division as a whole.

As we all know, new computer

gizmos can sometimes be more of a hassle than a benefit, but the users of *TIGERMAC* can't say enough about it. Byron Lee, Commercial Officer, describes it as one of those "how did we ever get by without it" innovations.

He's not alone; Lynn Nawata is happy that it has eliminated the tedious task of quarterly and annual reporting, because *TIGERMAC* tracks all activities, and can easily produce TIPPS/TTS reports.

Alan Dacanay says that "the only thing this macro can't do for us is make coffee". Don is looking into that, or so we hear.

If you would like to know more about *TIGERMAC*, give them a call in Manila; Don, Alan, Gerry or Lynn would be more than happy to fill you in.

NATIONAL CONFERENCE PROGRAM

TCS Centenary: 1894-1994 • October 3, 1994

"TCS: The Second Century"

- | | |
|---|--|
| <p>0830 <i>Welcome and Opening Remarks</i>
Chairman: J.H. (Jake) Warren, former Deputy Minister of the Department of Industry, Trade & Commerce</p> | <p>1200 <i>Luncheon speaker:</i>
Chairman:
The Honourable Gordon F. Osbaldeston, P.C., O.C.</p> |
| <p>0840 <i>"Looking to the Future"</i>
Allen R. Kilpatrick, Deputy Minister for International Trade</p> | <p>Speaker: The Honourable Roy MacLaren, Minister for International Trade</p> |
| <p>0900 <i>Working Sessions: "Ensuring Success"</i>
(These sessions will be led by Intersol, a professional facilitation firm, to ensure maximum participation.)</p> | <p>1345 <i>Plenary Session: "Tomorrow's Challenges"</i></p> |
| <p>1100 <i>Plenary Session:</i>
Outcomes from Working Sessions</p> | <p>1400 <i>Working Sessions: "Making it Happen"</i></p> |
| | <p>1600 <i>Plenary Session:</i>
Outcomes from Working Sessions</p> |
| | <p>1630 <i>Wrap-up / Concluding Remarks</i></p> |