



LE SERVICE DES  
DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX  
DU CANADA

*international*

*Le bulletin  
trimestriel  
des employés  
du Service  
des délégués  
commerciaux.*

## Statis-clics

**P**our 50 000 personnes chaque mois, InfoExport est le visage du Service des délégués commerciaux sur Internet. Le record? En mars 2000, 56 000 visiteurs ont téléchargé 382 800 pages, résultant en 1 465 000 "hits." Plusieurs de ces visiteurs se sont rendus sur la page InfoExport de votre poste. Combien? Vous trouverez des données sur votre page et vos documents les plus populaires en allant à [intranet.lbp/horizons](http://intranet.lbp/horizons)

### Postes les plus populaires sur InfoExport (mai 2000)

1. Mexico
2. Londres
3. Buenos Aires
4. Paris
5. Santiago
6. Beijing
7. Tokyo
8. Atlanta
9. Bucarest
10. Bruxelles

### Secteurs les plus populaires sur InfoExport (mai 2000)

1. Agriculture (1 072 visiteurs)
2. Produits de consommation (576 visiteurs)
3. Technologies de l'information et télécommunications (575 visiteurs)
4. Produits de construction (365 visiteurs)
5. Industries de la santé (318 visiteurs)
6. Aérospatiale et défense (305 visiteurs)

### Documents les plus populaires sur InfoExport (mai 2000)

1. Fabricants canadiens de matériaux de construction - Littoral de l'Atlantique - États-Unis (5 127 copies)
2. Télécommunications - Littoral de l'Atlantique - États-Unis (3 300 copies)
3. Résumé de l'Accord de libre-échange Canada - Israël (1 493 copies)
4. Guide des affaires - Russie (891 copies)
5. Marché américain de l'artisanat et de l'article cadeau - États-Unis (205 copies)

## TABLE DES MATIÈRES

Statis-clics .....	1
Délégué commercial en chef ..	2
Un jumelage réussi .....	2
Le COAI et les nouveaux secteurs agro-alimentaires ..	3
<i>Horizons</i>	
Demandes globales .....	4
<i>Des Pros en poste</i>	
Romeo Calderon et Tanweer Islam .....	6
<i>Pratiques exemplaires</i>	
Dow-Jones Interactive .....	8
<i>Équipe Canada inc</i>	
Guide pas-à-pas à l'exportation .....	9
<i>Outils</i>	
Arrimage sécuritaire .....	9
Export Alerte! .....	9
Dilbert! .....	10
<i>L'heure du T</i>	
Vous clients peuvent-ils vous rejoindre? .....	10
WIN .....	11
Qu'est-ce que TCM? ..	12
On parle de vous .....	13
Foires commerciales .....	14

**50 000 canadiens  
s'y retrouvent  
chaque mois**

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



## Le délégué commercial en chef

John Gero a récemment été nommé délégué commercial en chef et sous-ministre adjoint. Il remplace William L. Clarke. Monsieur Gero est entré au gouvernement canadien en 1975 à titre d'économiste. Tout au long de sa carrière, il s'est occupé de questions d'aide internationale et de commerce. Il a occupé des postes dans les missions canadiennes de Nairobi et de Genève, et a été le négociateur pour le Canada sur les aspects de la propriété intellectuelle auprès du GATT et de l'ALENA.

Monsieur Gero a été directeur des Droits de douane et de l'accès aux marchés, et des Recours commerciaux. De 1996 à 2000, il était directeur général de la Politique commerciale, Services, Investissement et Propriété intellectuelle (EBD).



*John Gero,  
Sous-ministre adjoint,  
Affaires internationales,  
et Délégué commercial en chef*

## Un jumelage réussi

L'Irlande  
et le  
**COAI**  
Centre des occasions  
d'affaires internationales

Le Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) collabore avec les délégués commerciaux du Canada partout dans le monde pour jumeler les entreprises canadiennes et les débouchés d'affaires. Voici un exemple de ce que ce travail d'équipe peut accomplir.

**Les entreprises :** Majestic Forest Products de Beechwood (Nouveau-Brunswick) et Factory Direct Hardwood Floors de Shediac (Nouveau-Brunswick).

Majestic Forest Products fabrique des revêtements de sol en bois franc non finis de première qualité dans une gamme d'essences (érable, chêne, bouleau, frêne) et de dimensions. Douze employés sont à l'emploi de M. Vincent De Merchant, propriétaire de l'entreprise. La société a déjà exporté vers les États-Unis et Hong Kong. Pour plus de renseignements sur cette entreprise, veuillez communiquer avec M. Jim Patterson, directeur commercial, au (506) 278-5103.

Factory Direct Hardwood Floors est un distributeur de revêtements de sol en bois franc préfinis de qualité offerts dans une variété d'essences et de dimensions. Pour plus de renseignements sur cette entreprise, veuillez prendre contact avec M. Michel Baillargeon au (506) 533-8999.

**Le client :** C & S Timber Importers de Cavan (Irlande), distributeur de produits du bois.

**Les appariers :** La société C & S Timber Importers a demandé à Mme Gerry Mongey, adjointe commerciale à Dublin, Irlande, de la mettre en contact avec des fournisseurs canadiens de revêtement de sol en bois franc non finis et préfinis de première qualité. Mme Mongey a communiqué avec le COAI et l'agent de repérage, Marg MacGillivray, a trouvé Majestic dans la base de données WIN Exports. Majestic a suggéré de faire appel à Factory Direct comme fournisseur de produits préfinis.

**Le marché :** Ensemble, les sociétés ont livré un conteneur de revêtements de sol en bois franc finis et préfinis en chêne rouge et blanc et en érable d'une valeur d'environ 39 000 \$ CAN. Des commandes supplémentaires sont prévues.

**Commentaires :** « Grâce à l'excellent service reçu du Service des délégués commerciaux en Irlande et au COAI, Majestic Forest Products a pu pénétrer un nouveau marché pour ses revêtements de sol de première qualité » a dit M. Patterson. Pour sa part, M. Baillargeon a fait remarquer : « L'expérience a été très valorisante, et je continuerai de favoriser et de promouvoir les ventes à l'exportation. »

# Le COAI et les nouveaux secteurs agro-alimentaires au Canada

## Le COAI vous aide à trouver des entreprises canadiennes

par Alan Amey

L'intérêt croissant à l'égard des produits des nouveaux secteurs agro-alimentaires du Canada a amené le COAI à ajouter quatre nouveaux secteurs agro-alimentaires à sa liste. Le processus de recherche a été simplifié, ce qui permet d'accélérer le traitement des demandes spécialisées.

Pour aider les agents commerciaux à repérer les produits difficiles à trouver, on ajoute de nouveaux secteurs chaque année. À la suite de consultations auprès d'experts d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, quatre secteurs ont été choisis pour 1999- 2000 :

- aliments biologiques
- nutraceutiques
- aliments fonctionnels
- biotechnologie agricole

### Comment contacter le COAI

Le Formulaire de repérage électronique est la façon la plus simple de présenter une demande. Vous pouvez y avoir accès de trois façons :

- Intranet (<http://ibocintranet>)
- WIN Exports (cliquez d'abord sur COAI)
- CITRIX (applications du commerce)

Il suffit de cliquer sur **Demande de repérage, Fichier**, puis sur **Nouvelle demande**. Remplissez les zones nécessaires (surtout la description du produit) et cliquez sur **Envoyer au COAI**. Vous pouvez également envoyer votre demande par télécopieur au (613) 996-2635 ou par courriel à [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca).

PRESENTED TO:

**Employees of IBOC**  
**Les employés du COAI**

*in recognition of exceptional efforts that have contributed to the efficiency of the International Business Opportunities Centre's operations.*

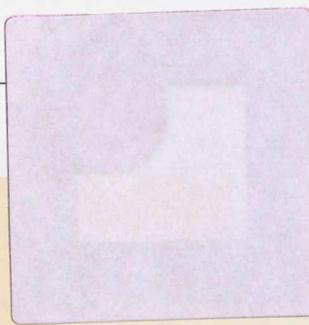
DÉCERNÉ À :

*en reconnaissance de son travail exceptionnel qui a contribué à l'efficacité du Centre des occasions d'affaires internationales.*

ASSISTANT DEPUTY MINISTER  
SOUS-MINISTRE ADJOINT

### Décerné à :

Dan Batista	Joanne Bertrand
Bruce Bakun	Molly Jo Beauchamp
Yolande Bourque	Lori Emmet
Marie-France Carisse	Sheila Johnson
Madeleine Giguère	Marg MacGillivray
Steve Guertin	Lise Marchall
Daniel Lemieux	Lynn Matthew
Franco Manarin	Sean McCabe
Guylaine Poirier	Mardel McInnis
Marc Robillard	Donna Parsons
Alan Amey	Barbara Power



## Demandes globales

### Que dois-je faire si je reçois ce qu'il me semble être une demande globale de renseignements ?

Si vous recevez une requête de la part d'une société et qu'il vous semble qu'il s'agisse d'une demande globale (qui s'adresse à plusieurs postes), veuillez suivre les étapes suivantes :

1. Vérifiez dans le système de gestion de la clientèle de WIN si l'Unité d'appui aux postes a déjà répondu à cette société.
2. Si l'Unité d'appui aux postes a déjà fourni une réponse, vous n'avez pas à le faire à moins que, selon vous, cette demande puisse engendrer des retombées économiques pour le Canada et que la société puisse fournir des résultats.
3. Si l'Unité d'appui aux postes n'a pas fourni de réponse, faites-le à l'aide de la lettre type destinée aux demandes globales, que vous trouverez dans le site Horizons.
4. Dans les deux cas, veuillez aviser l'Unité d'appui aux postes.

### Pourquoi dois-je utiliser la lettre type pour répondre aux demandes globales ?

La réponse type aux demandes globales peut servir d'accusé de réception à la demande du client. On respecte ainsi l'engagement de répondre dans un délai de cinq jours ouvrables. En deuxième lieu, en vous assurant que les clients comprennent la nouvelle approche, vous gagnez du temps à la longue.

#### Ligne de rétroaction à l'intention des clients

Saviez-vous qu'il existe une ligne de rétroaction à la disposition de tous les clients ? On invite ces derniers à composer le 1-888-306-9991 afin d'émettre leurs commentaires et suggestions au sujet des services qu'ils reçoivent des postes.

À cause de l'Internet et du Répertoire du Service des délégués commerciaux accessible sur InfoExport, les postes reçoivent des demandes de renseignements provenant de sociétés qui sont à différentes étapes de leur expansion au niveau des exportations. Certaines de ces demandes sont vagues et générales, et ne contiennent pas suffisamment de renseignements pour que le poste puisse y donner suite efficacement. C'est pourquoi la lettre type contient six questions. Grâce à des renseignements plus détaillés, les postes peuvent offrir un meilleur service afin d'aider les sociétés à obtenir les résultats escomptés.

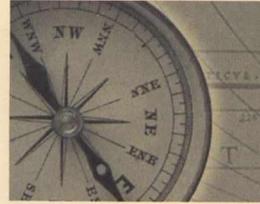
### Dans quelles circonstances ne suis-je pas tenu d'utiliser la lettre type pour les demandes globales ?

Lorsque vous constatez, par la liste de distribution, que la demande a été acheminée à plusieurs postes dans diverses régions géographiques, il n'est pas nécessaire de répondre à la société. Veuillez transmettre la demande à l'Unité d'appui aux postes sans délai. Cette dernière se chargera alors de répondre à la société au nom de tous les postes, et placera une note de suivi dans le système de gestion de la clientèle de WIN.

Rappel important : les agents commerciaux peuvent toujours consulter les lignes directrices préparées par l'Unité d'appui aux postes pour répondre aux attentes des clients de manière uniforme et professionnelle.

### Pourquoi dois-je aviser l'Unité d'appui aux postes que j'ai reçu ce qu'il me semble être une demande globale ?

C'est seulement par votre entremise que l'Unité d'appui aux postes peut confirmer qu'il s'agit bel et bien d'une demande globale, et répondre à la société au nom de tous les postes. L'Unité d'appui au poste compte sur vous pour l'aider à distinguer les demandes globales des autres demandes. La lettre de réponse générale de l'Unité



d'appui aux postes de la Direction des opérations à l'étranger est l'unique occasion où cette dernière « sort de l'ombre » pour guider les sociétés qui cherchent à explorer de nouveaux marchés en les dirigeant vers des ressources nationales appropriées. L'Unité d'appui aux postes est un service interne du ministère destiné à appuyer les délégués commerciaux, et à ce titre, elle ne communique pas normalement avec les sociétés canadiennes concernant leur demande ou leurs activités auprès des postes.

### Quelle est la démarche de l'Unité d'appui aux postes lorsque je l'avise de ce qu'il me semble être une demande globale ?

Voici les étapes suivies par l'Unité d'appui aux postes lorsqu'elle est avisée d'une demande globale :

1. La demande est entrée dans le système de suivi de l'Unité d'appui aux postes. Cette dernière avise par la suite tous les postes qu'elle a été avisée d'une demande générale en plaçant des notes de suivi dans le système de gestion de la clientèle de WIN, qui comprend normalement des conseils sur la réponse à donner par les postes.
2. L'Unité d'appui aux postes évalue si la demande est générale en faisant état du nombre de postes qui ont signalé la demande et du nombre de régions géographiques ciblées par la société.
3. Si la demande est une **Demande globale non confirmée**, l'Unité d'appui aux postes avise tous les postes en mettant à jour la note de suivi dans le système de gestion de la clientèle de WIN.
4. Si la demande est une **Demande globale confirmée**, l'Unité d'appui aux postes répond à la société au nom de tous les postes.

5. L'Unité d'appui aux postes avise tous les postes des mesures prises en mettant à jour la note de suivi dans le système de gestion de la clientèle de WIN..



### Comment l'Unité d'appui aux postes répond-elle à la société ?

Généralement, l'Unité d'appui aux postes ne communique pas directement avec la société et ne fournit pas de réponse aux questions qu'elle a posées au poste. Elle fait plutôt parvenir une lettre type donnant un aperçu de la nouvelle approche du Service des délégués commerciaux et résumant les services que nos bureaux à l'étranger offrent aux sociétés. On y encourage les sociétés à effectuer la majorité de leur recherche au pays et à cibler des marchés spécifiques. On les oriente également vers des ressources nationales, comme le numéro 1-888 d'Équipe Canada inc, ExportSource, InfoExport, et le numéro de FaxLink. Selon le cas, la société peut être référée à d'autres ressources telles que les Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC) ou les Centres du commerce international (CCI).

#### Compliments

Si vous recevez une lettre de compliments pour vos services à l'égard d'une société donnée, ne soyez pas gênés! Transmettez-en une copie à l'Unité d'appui aux postes.

## des Pros en Poste

Dans ce numéro, nous attirons l'attention sur :

### Romeo Calderon @ San Salvador Tanweer Islam @ Dhaka

#### Le seul agent commercial au poste

#### VOUS VOUS OCCUPEZ DE TOUS LES SECTEURS. COMMENT FAITES-VOUS ?

**Tanweer (Dhaka) :** Essayer d'être un homme-orchestre au Bangladesh constitue une entreprise pleine de défis mais rarement frustrante. J'arrive généralement à me tirer d'affaires avec un peu de jugeote, une bonne dose d'humour à l'occasion et de bons contacts. Le vieux dicton — ce n'est pas ce que vous savez mais qui vous connaissez qui compte — a sa place ici. Quand il le faut, je cuisine mes contacts pour en tirer l'information pertinente dont ont besoin les exportateurs canadiens assoiffés de savoir.

**Romeo (San Salvador) :** J'arrive à me tirer d'affaires en dosant la priorisation et la gestion du temps. Certains secteurs sont plus actifs que d'autres et requièrent, par conséquent, plus de temps et d'attention. Donc, normalement, je partage ma semaine en blocs d'activité : les recherches, la réponse aux demandes de renseignements, la rédaction de documents, la visite de clients potentiels, et ainsi de suite.

#### COMME VOUS ÊTES LE SEUL AGENT COMMERCIAL À VOTRE POSTE, VERS QUI VOUS TOURNEZ-VOUS QUAND VOUS AVEZ BESOIN D'AIDE ?

**Tanweer (Dhaka) :** Vers quiconque est prêt à m'aider. Le fait d'arriver tôt au travail et de rentrer tard chez moi semble aussi me réussir à merveille. De plus, l'Unité d'appui aux postes a été une source fort précieuse de conseils et de soutien dans bien des dossiers. Ses lettres types m'ont beaucoup facilité la tâche.

**Romeo (San Salvador) :** Je travaille très étroitement avec mes collègues de l'ambassade au Guatemala. Si possible, nous tentons de regrouper les activités de façon à éviter le double emploi. Nous avons développé une très bonne relation de travail, et je n'hésite pas à m'adresser à eux quand j'ai besoin d'aide.

#### ÉTANT DONNÉ QUE VOUS N'AVEZ PAS DE COLLÈGUES AVEC QUI PARTAGER, COMMENT RESTEZ-VOUS MOTIVÉ ?

**Tanweer (Dhaka) :** Le fait d'être le seul agent commercial n'est-il pas suffisamment motivant ? Sérieusement, je n'ai pas l'impression d'être seul ici. Mis à part le plein appui que je reçois du haut-commissariat, de la direction de l'Asie du Sud et de l'ACDI, le Mitnet et le courriel me mettent en rapport avec d'autres agents commerciaux en quelques instants. Je communique régulièrement avec mes collègues régionaux, et je profite de leurs connaissances, de leurs conseils et de leur soutien. Nous partageons l'information, nous fonctionnons en tandem et nous nous encourageons mutuellement.

**Romeo (San Salvador) :** Je trouve que le travail est motivant par lui-même. Sans compter que l'un des avantages qu'il y a à travailler dans une micro-mission, c'est que vous partagez beaucoup de choses avec vos collègues. Je suis aussi heureux de dire que le chargé d'affaires local et le conseiller commercial au Guatemala sont toujours disposés à m'écouter quand je sens le besoin de me défouler.

#### QUEL EST VOTRE SECTEUR PRÉFÉRÉ ET POURQUOI ?

**Tanweer (Dhaka) :** Je ne pense pas pouvoir en choisir seulement un, mais, si c'était le cas, je dirais la technologie de l'information et la haute technologie. Outre le potentiel incroyable de ce secteur, j'ai toujours été vivement intéressé par la haute technologie.

**Romeo (San Salvador) :** Je dirais l'environnement. D'abord, parce que c'est un des secteurs les plus actifs et aussi parce que la situation écologique au Salvador est critique. Dans les circonstances, j'ai l'impression non seulement d'appuyer les entreprises canadiennes mais aussi d'aider à améliorer les conditions locales.



### QUELS OUTILS VOUS SONT LES PLUS UTILES ET POURQUOI ?

**Tanweer (Dhaka) :** L'Internet, pour des raisons évidentes. C'est rapide, informatif, et une source de renseignements qui est au bout des doigts. En plus, en tant qu'employé recruté sur place, c'est facile et accessible en tout temps.



**Romeo (San Salvador) :** Sans aucun doute WIN et le COAI. Pour les questions courantes, WIN m'a été très utile; mais pour les questions spécifiques, les gens du COAI ont été mes « sauveurs ». Ils ont simplifié mon travail, et je voudrais profiter de l'occasion pour les remercier de leur empressement.

### AVEZ-VOUS UNE PRATIQUE EXEMPLAIRE À PARTAGER AVEC NOUS ?

**Tanweer (Dhaka) :** Je ne sais pas si je devrais l'appeler ma « meilleure » ou ma « pire » pratique. Étant à douze heures et 12 000 milles de distance, j'ai constaté que le fait de donner mon numéro de téléphone cellulaire et de permettre à mes clients réguliers de m'appeler après les heures de travail en cas d'urgence m'a aidé à résoudre bien des problèmes d'affaires délicats ou qui nécessitaient une attention immédiate. Cela donne aussi aux entreprises canadiennes un réconfort additionnel, qui est essentiel pour les encourager à faire des affaires au Bangladesh.

**Romeo (San Salvador) :** Oui. Quand vous fournissez un service, ne craignez jamais d'y ajouter une « touche personnelle ». Et soyez honnête. Les conditions locales ne se prêtent pas toujours à tous les produits et services.

### QUEL EST VOTRE PLUS GRAND DÉFI ?

**Tanweer (Dhaka) :** Sur le plan personnel, me remettre du décalage horaire au retour du Canada. Sur le plan professionnel, encourager les entreprises canadiennes à adopter une approche à long terme à l'égard du Bangladesh.

**Romeo (San Salvador) :** Pouvoir offrir les meilleurs conseils possibles et respecter le délai de cinq jours !

### QUEL ASPECT DE VOTRE TRAVAIL PRÉFÉREZ-VOUS ?

**Tanweer (Dhaka) :** J'aime tous les aspects de mon travail. Désolé, je n'ai pas de préférence.

**Romeo (San Salvador) :** En fait, il y en a deux. D'abord, j'aime bien être continuellement exposé à de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouvelles idées. Ensuite, ces expériences m'obligent invariablement à rencontrer de nouvelles personnes, ce que j'adore faire.

# Lisez 6 000 journaux sans lever le petit doigt

par Apurva Mehta

*Saviez-vous que le Ministère a engagé un adjoint à la recherche pour vous ?*

**« La meilleure caractéristique de DJI, c'est qu'il fait la recherche et que vous recevez les remerciements. »**

**T**rouvez l'icône « CITRIX » sur votre bureau SIGNET pour avoir accès à Dow-Jones Interactive (DJI). Il s'agit d'une puissante base de données en direct de plus de 6000 publications du monde entier.

Utilisez DJI pour lire vos journaux, revues et magazines favoris. Ou recherchez une bibliothèque de publications afin de trouver des renseignements sur une société, une industrie ou une région. Vous pouvez établir vos propres paramètres de recherche et demander au système de vous donner les renseignements qui vous intéressent. D'un clic de votre souris, vous pouvez demander à DJI de rassembler les nouvelles les plus récentes au sujet des clients, du secteur ou de la région dont vous avez la charge.

Le site DJI comprend une zone *CustomClips*, qui permet aux utilisateurs de créer un certain nombre de dossiers contenant les renseignements publiés sur des sujets de leur choix. J'ai créé des dossiers pour chacun de mes secteurs et régions géographiques.

Vous pouvez utiliser les dossiers prédéfinis ou créer des dossiers personnalisés. Par exemple, l'un de mes dossiers personnalisés contient des renseignements sur les activités dans le secteur de l'habitation et des produits de construction en Inde. J'ai utilisé une combinaison de mots clés, j'ai sélectionné les publications indiennes comme source d'information et j'ai choisi la livraison par courriel en texte clair.

Lorsque vous créez des dossiers personnalisés, n'oubliez pas que le succès (sur le plan de la pertinence des renseignements reçus) dépend en grande partie du choix des mots clés.

DJI met à jour quotidiennement mes connaissances sectorielles et régionales. Fait plus important encore, DJI me transmet des renseignements sur les marchés et de l'information commerciale qui peuvent être utiles à mes clients. Par exemple, un de mes dossiers personnalisés sur le secteur des transports a repéré un entrefilet sur un projet de route à péage annoncé en Inde. J'ai envoyé cette nouvelle à un client qui vend du matériel pour route à péage, et celui-ci m'a remercié immédiatement de lui avoir fait part de ce renseignement.

Une autre information portait sur les plans d'un gouvernement régional visant à retenir par contrat les services de consultants internationaux pour étudier la faisabilité technique de plusieurs projets d'infrastructure. J'ai pris contact avec la personne appropriée, obtenu une liste des projets, ajouté certains renseignements de base et envoyé le rapport à un groupe de sociétés canadiennes de génie-conseil.

Un guide d'utilisation est en voie d'élaboration et sera affiché sur le site Intranet Coffre@outils.

# NOUVELLE PARUTION : Guide pas-à-pas à l'exportation

**L**e *Guide pas-à-pas à l'exportation* est une nouvelle publication d'Équipe Canada inc qui offre aux petites et moyennes entreprises des conseils sur la façon de se préparer à exporter.

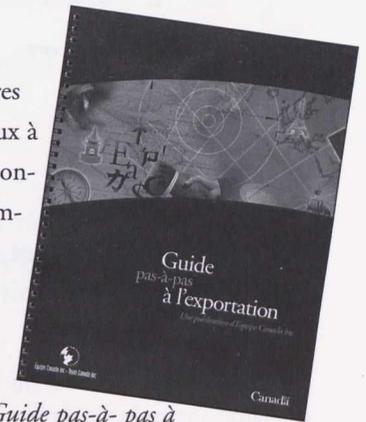
## *Comment le nouveau guide profitera-t-il au Service des délégués commerciaux ?*

Le manque de préparation des clients est l'une des difficultés auxquelles se heurtent les agents commerciaux et le Guide constitue une des façons de surmonter ce problème. Il aide les entreprises à déterminer dans quelle mesure elles sont prêtes à exporter et leur offre de l'assistance pour se préparer. Il décrit aussi les divers produits et services d'aide à l'exportation offerts au Canada et à l'étranger.

## *Que renferme le Guide ?*

Le Guide intègre ce que les partenaires d'Équipe Canada inc avaient de mieux à offrir. Il est le fruit de beaucoup de consultations et de contributions – y compris les rétroactions des exportateurs eux-mêmes.

Vous pouvez commander des exemplaires en français ou en anglais du *Guide pas-à-pas à l'exportation* sur le site Web d'ExportSource ([exportsource.gc.ca](http://exportsource.gc.ca)), ou le télécharger en format PDF ou en format texte.



## Outils

### **EXPORT ALERTE !**

**L**es agents commerciaux qui se tiennent au courant des changements aux règles de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) peuvent en tirer profit, et leurs clients en profiteront aussi. *Export Alert!* est un outil pratique créé par le Conseil canadien des normes qu'il vaut la peine de recommander à ses clients.

Standards Council  
of Canada



Conseil canadien  
des normes

Ce système envoie automatiquement des courriels aux abonnés lorsque des pays membres de l'OMC proposent des modifications aux règles. Les abonnés peuvent personnaliser *Export Alert!* en choisissant leurs domaines d'intérêt particuliers à partir de 41 secteurs d'activité. Pour vous y abonner sans frais, visitez le site Web du Conseil des normes, [www.scc.ca](http://www.scc.ca)

## *Arrimage sécuritaire Guide pour les exportateurs*

**U**ne version revue et modernisée du guide sur la façon d'emballer des produits en vue de leur expédition vient d'être rééditée. Cette troisième édition, fortement recommandée pour de nouveaux exportateurs, renferme de bons conseils pour les clients dont les produits pourraient être endommagés durant le transport.

Pour commander, communiquez avec le Service de renseignements du MAECI ([enqserv@dfait-maeci.gc.ca](mailto:enqserv@dfait-maeci.gc.ca)) et mentionnez le numéro du produit : 44TA (version anglaise) or 44TF (version française).





# Vos clients

## peuvent-ils vous rejoindre?

**Votre carte d'affaires est sur le Web, mais votre nom est-il bien épilé ?**

Votre nom et un hyperlien avec votre carte d'affaires sont sur le site du Service des délégués commerciaux à [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca).

Choisissez une langue, cliquez sur « Secteur », choisissez un de vos secteurs de responsabilité et sélectionnez votre nom. Vous pouvez aussi trouver votre carte en utilisant la fonction « Localiser un employé » à la page des secteurs. Entrez votre nom et cliquez sur « Rechercher ».

S'il vous faut mettre à jour votre carte ou si vous voulez modifier vos secteurs de responsabilité, faites-le en direct sur le site Intranet Horizons.

**Les coordonnées de votre poste sont sur le Web, mais quel numéro de télécopieur est indiqué ?**

L'adresse, les numéros de téléphone et de télécopieur, l'adresse électronique et la liste des employés de votre poste sont sur le site du Service des délégués commerciaux ([www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)). Après avoir choisi une langue, cliquez sur l'option « par pays », choisissez votre région géographique, cliquez sur votre pays et votre bureau puis allez à « Cliquez ici pour notre personnel et adresse ».

Si les coordonnées de votre mission ne sont pas à jour, demandez à votre champion WIN de les modifier en direct sur le site Intranet Horizons.

**Un nouveau répertoire est créé à chaque mois, mais votre poste y figure-t-il ?**

À chaque mois, les cartes d'affaires des employés et les coordonnées des postes sont utilisées pour produire un nouveau répertoire du Service des délégués commerciaux. Le répertoire peut être téléchargé en format PDF sur le site [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca). Si vous voulez modifier les entrées concernant votre poste, demandez à votre champion WIN de le faire en direct sur le site Intranet Horizons.

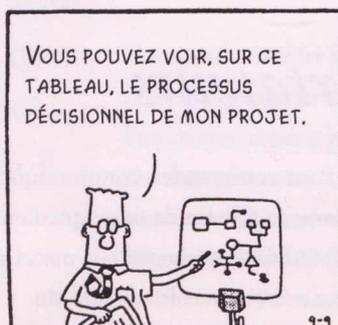
### Pour chaque foire commerciale

importante au Canada à laquelle nous avons une présence, la section Commercialisation et cyber-services prépare un répertoire sectoriel d'agents commerciaux. Pour les produire, nous nous servons des données sous la rubrique sectorielle appropriée sur InfoExport. Si votre nom ne paraît pas sous chacun de vos secteurs de responsabilité, il est possible que votre nom ne sera pas publié dans certains répertoires. Ne soyez pas perdants, assurez-vous que votre information est complète !

## DILBERT®

par Scott Adams

DILBERT ©  
United Feature Syndicate  
Reproduit avec permission.



# Les esprits se rencontrent

## Groupe consultatif sur les systèmes commerciaux

Imaginez plus de 40 représentants des postes, de l'administration centrale et d'Équipe Canada inc qui cogitent trois jours durant sur l'âge de l'information, le Service des délégués commerciaux et nos systèmes d'information. Ajoutez à cela que le groupe a eu des présentations d'experts dans les domaines du service à la clientèle et du commerce électronique, qu'il a pu voir des produits de pointe pour la prestation de services électroniques et qu'il avait en main les opinions, les vues et les idées de plus de 40 postes sur l'avenir des systèmes d'information dans notre organisation. L'objectif ? Une stratégie de commerce électronique pour le Service des délégués commerciaux qui soit réfléchie, représentative et axée sur la clientèle et les postes. Utopique ? Pas vraiment...

Des délégués commerciaux, des agents et des adjoints au commerce, dont les deux tiers venaient des postes et le reste du Canada, se sont réunis du 27 au 29 mars à Ottawa. Ils ont examiné en détail le projet de stratégie de commerce électronique élaborée sur la base du processus de consultation WIN en mode rapide. Les discussions ont été très stimulantes et constituent un défi pour l'ensemble du Service des délégués commerciaux - quels outils d'information nous aideront à offrir un service de valeur dans un monde en mutation rapide où l'information est bon marché et facilement accessible ?

Pour voir ce que le Groupe consultatif sur les systèmes commerciaux avait à dire, consultez les délibérations du groupe sur le site [Coffre@outils](mailto:Coffre@outils).

## Une perspective pour l'avenir

### Le commerce électronique et le Service des délégués commerciaux

Nous vivons dans un monde au rythme trépidant et en mutation constante où l'information foisonne.

La technologie a révolutionné presque tous les aspects de notre vie. Nulle part, toutefois, est-ce aussi évident que dans la façon de faire des affaires. De plus en plus, les transactions se font en direct, qu'il s'agisse de marchandises, de services ou d'information. Les entreprises qui ne tiennent pas compte de cette tendance sont mises à l'écart, puis finissent par disparaître. Les clients du Service des délégués commerciaux n'échappent pas à la règle, et nous non plus par conséquent.

À l'ère de l'information, les besoins de nos clients changent - ceux-ci doivent pouvoir compter sur des analystes plus avertis du marché local, qui peuvent réunir des informations non aisément disponibles sur Internet. Nos clients veulent de plus en plus faire affaires avec nous par voie électronique. Pour relever ce défi et pour nous assurer d'être proactifs, il nous faut un plan

qui nous permette d'intégrer le commerce électronique dans nos activités.

Le développement de ce plan a débuté avec les consultations WIN en mode rapide et s'est poursuivi avec la réunion du Groupe consultatif sur les systèmes commerciaux. La « stratégie de commerce électronique » allie la contribution des missions et les pratiques exemplaires de l'industrie. Elle décrit clairement les outils d'information dont le Service des délégués commerciaux a besoin pour continuer d'offrir à ses clients un service à valeur ajoutée.

Pour vous faire une idée de l'avenir du Service des délégués commerciaux et comprendre comment nous comptons atteindre nos objectifs, rendez-vous à la **Stratégie de commerce électronique** sur le site [Coffre@outils](mailto:Coffre@outils). L'avenir, c'est maintenant que ça commence.

# « Qu'est-ce que TCM ? »

C'est une question que nous posent souvent nos collègues ici et dans les postes à l'étranger.

TCM est la Direction de l'appui aux marchés, créée il y a deux ans pour fournir de l'information commerciale aux associations industrielles clientes et aux unités du commerce à l'administration centrale et dans les postes. Elle assure aussi la coopération des équipes commerciales, un partenariat avec les associations industrielles nationales, des services d'aiguillage et de recherche et le soutien des activités de promotion. Ces services sont offerts par l'entremise des trois unités de travail de la Direction : Centre des études de marché, Promotion des exportations de biens et services et Service des transports.

## Le Centre des études de marché

Le Centre des études de marché produit des études de marché qui indiquent les débouchés à l'étranger, par secteur et sous-secteur, pour aider les exportateurs canadiens. Le Centre accorde de l'importance à l'aide que lui prodiguent ses collègues, ici et dans les missions, en lui fournissant le fruit de leurs connaissances des débouchés à l'étranger et du paysage économique local qui se retrouvent dans les études finales. Les études de marché sont disponibles en direct sur InfoExport et servent de documents de référence précieux aux exportateurs canadiens et aux agents commerciaux.

## Le Service de promotion des exportations de biens et services

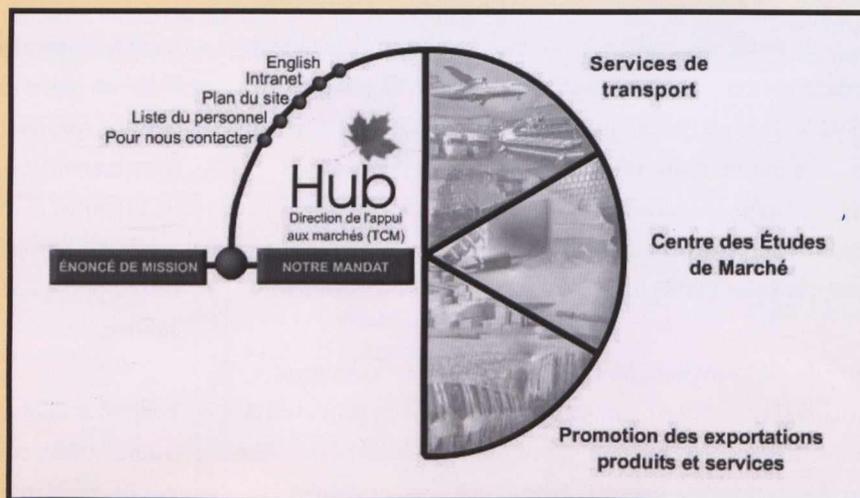
Le service de promotion des exportations de biens et services collabore avec plus de 100 associations industrielles importantes en appuyant leurs initiatives en matière de développement des exportations et en constituant le principal lien entre les associations et les postes à l'étranger. Il administre également le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) du Ministère – Activités des associations commerciales. En outre, cette unité représente le Ministère au sein des équipes sectorielles, elle fait connaître les cas de réussites des postes et les débouchés canadiens aux Équipes sectorielles commerciales Canada et elle coordonne la préparation et la production de plans d'action par pays.

## Le Service des transports

Le Service des transports fait la promotion des services et du matériel de transport du Canada et donne des conseils

aux exportateurs canadiens sur les produits et la formation liés aux transports. L'unité prodigue des conseils sur les questions pratiques et stratégiques et elle est le point de convergence des contacts en matière de transport au sein de l'administration fédérale et de l'industrie. De plus, le Service des transports traite, au nom d'autres ministères, les demandes de recherches maritimes bilatérales et elle s'occupe de la sécurité maritime et des avis environnementaux.

Pour obtenir plus de renseignements sur TCM, visitez notre nouveau site Intranet – le Hub – à [tcmsrv01.tcm.index.htm](http://tcmsrv01.tcm.index.htm). Le Hub présente également une liste de personnes-ressources dans chacune des trois unités et comprend une foule de liens Internet vers les informations sur l'industrie, les pouvoirs publics, le commerce et les affaires. N'oubliez pas de nous faire parvenir vos observations et suggestions pour nous aider à améliorer et à mettre à jour notre site.



# Le saviez-vous ? On parle de vous !

Nous avons parlé de vous aux associations nationales industrielles



De g. à dr. : Roger Ferland, directeur-général des Programmes et services à l'étranger, le ministre du Commerce international, Pierre S. Pettigrew et Anna Biolic, directrice de la Direction de l'appui aux marchés (TCM).

Ce printemps, les délégués d'associations nationales industrielles se sont réunis à Ottawa dans le cadre du deuxième Symposium des associations nationales sur l'exportation. Mis sur pied par la Direction de l'appui aux marchés (TCM), le symposium a permis aux associations d'échanger des idées sur les façons de soutenir les activités d'expansion commerciale de leurs membres. L'Info-foire qui se rattachait au symposium a par ailleurs permis aux délégués de connaître les différents services à l'exportation offerts par le Ministère. Le conférencier invité, le ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, a invité les associations à fournir plus de renseignements aux agents commerciaux sur leur industrie et à encourager leurs membres à recourir davantage au Service des délégués commerciaux.

## Ces petites annonces publicitaires en disent long sur vous

Ces petites annonces publicitaires ont été réalisées par la Section

**Vous faites des affaires à l'étranger ?**  
Vous avez étudié et ciblé un marché étranger? Nous sommes 500 professionnels du commerce présents dans 133 villes aux quatre coins du monde. Vous y trouverez des rapports et des liens vers d'autres sites pertinents. Bref, vous y aurez accès au Service des délégués commerciaux.

Le Service des délégués commerciaux du Canada : au service des entreprises canadiennes à l'étranger.

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

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA  
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international / Department of Foreign Affairs and International Trade

**24 heures par jour**  
Vous comptez exporter? Vous avez étudié et ciblé un marché étranger? Faites appel à nos services, 24 heures par jour. Notre site Web vous donne accès aux services de 500 professionnels du commerce présents dans 133 villes aux quatre coins du monde. Vous y trouverez des rapports et des liens vers d'autres sites pertinents. Bref, vous y aurez accès au Service des délégués commerciaux.

Le Service des délégués commerciaux du Canada : au service des entreprises canadiennes à l'étranger.

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

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA  
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international / Department of Foreign Affairs and International Trade

Commercialisation et cyber-services de la Direction des opérations à l'étranger. Vous les apercevrez dans bon nombre de bulletins d'associations nationales industrielles au cours des prochains mois. Grâce à elles, les membres d'associations pourront mieux vous connaître et en apprendre davantage sur vos services.

## Le ministre a parlé de vous d'un bout à l'autre du pays

Le ministre du Commerce international, M. Pierre S. Pettigrew, a parlé de vous auprès de gens d'affaires dans huit villes canadiennes. Il a encouragé les sociétés à recourir aux six services de base que vous offrez. Des délégués commerciaux de 17 postes ont pris part à des séminaires sur l'exportation : Stéphanie Allard de Bogota, Claude Fontaine de Sao Paulo, Randy Harwood de Santiago, Marcel Lebleu de Buenos Aires, Roland Goulet de Mexico, Gib McEwen de Budapest, Alan Minz de Londres, John McNab de Paris, Norbert Kalisch de Berlin, Louis Poisson de Madrid, Khawar Nasim de Rome, Wayne Robinson de Minneapolis, Marc-André Brault d'Atlanta, André LeBlanc de New York, Scott Flukinger de Dallas, Catherine Boucher de Boston et John Lang de Détroit. Le délégué commercial en chef, John Gero, et le directeur général des Programmes et services à l'étranger, Roger Ferland, ont également accompagné le ministre.

## Un article du magazine Profit vante vos services

« Les services secrets du Canada ». Voilà comment le magazine Profit vous a décrit à ses 100 000 lecteurs dans son numéro d'avril 2000.

Le journaliste s'est entretenu avec David Mulrone de Taipei, Jan Sczaghino de Shanghai, Simon Smith et George Edwards de Londres et Cadia Maestri de Sydney, et avec quelques-uns de leurs clients.

Si vous n'avez pas encore eu l'occasion de lire cet article, vous pouvez le trouver sur le site Web <http://www.profit-guide.com/magazine/b1-0400.html>

# Soyez visible aux foires commer- ciales

Êtes-vous l'un des agents commerciaux qui ont assisté à Globe 2000 en mars ou au Congrès mondial du pétrole et au National Petroleum Show à Calgary en juin dernier ? Si oui, vous avez sans doute remarqué la présence importante du Service des délégués commerciaux à ces événements.

La Section commercialisation et cyber-services de la Direction des opérations à l'étranger travaille étroitement avec la Direction de l'appui aux marchés, votre direction générale géographique et les organisateurs des activités pour faire en sorte que les entreprises qui participent aux activités commerciales au Canada sachent que des délégués commerciaux sont disponibles pour discuter des débouchés sur les marchés étrangers.

Voici ce que nous faisons pour rehausser votre présence aux foires commerciales :

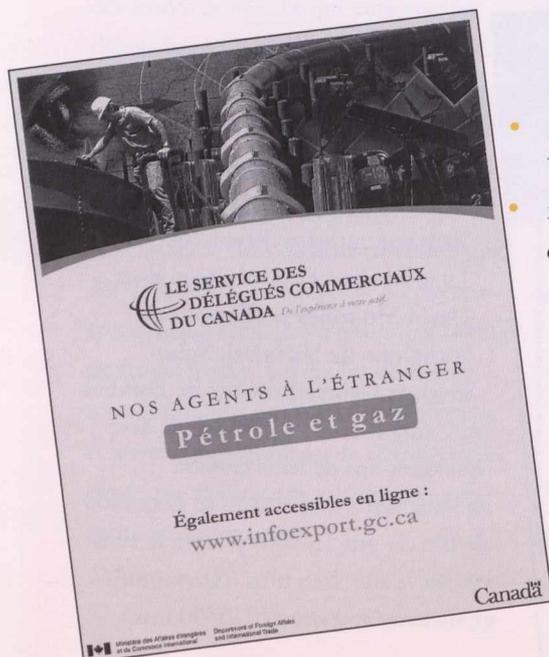
- nous publions des annonces dans *CanadExport*, les magazines sectoriels et les guides des conférences et des exposants pour informer les entreprises de notre présence à une activité;
- nous insérons une liste des services offerts par le Service des délégués commerciaux dans la trousse des délégués;
- nous présentons des démos du site Web InfoExport;
- nous mettons en évidence le nom des membres du Service des

délégués commerciaux dans la liste des délégués;

- nous fournissons nos images de marque et notre logo pour qu'ils soient utilisés dans les stands et publications du Service des délégués commerciaux liées à l'activité.

Nous participerons aux activités suivantes cette année. Nous espérons vous y voir !

- Assemblée générale annuelle de l'Association des industries aérospatiales du Canada, Ottawa, 17, 18 et 19 septembre 2000
- Congrès annuel de l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada, Halifax, 5 et 6 octobre 2000
- Softworld 2000, Halifax, du 15 au 18 octobre 2000
- Construct Canada, Toronto, du 29 novembre au 1er décembre 2000
- SIAL-Montréal - Salon international de l'alimentation et des boissons Montréal, du 4 au 6 mars 2001
- Americana - Salon international du commerce et des technologies environnementales des Amériques Montréal, du 28 au 30 mars 2001



## PARLEZ-NOUS !

Avez-vous une pratique exemplaire à partager ?

Des commentaires ou des suggestions ?

SDC International vous invite à partager vos idées.

Contactez le rédacteur en chef : Anne-Marie Dorais

Courriel : [anne-marie.dorais@dfait-maeci.gc.ca](mailto:anne-marie.dorais@dfait-maeci.gc.ca)

Tél. (613) 944-1474

Télé. (613) 944-0497

DOCS  
CA1  
EA163  
T71  
EXF  
v. 7  
July  
2000

LIBRARY E A / BIBLIOTHÈQUE A E  
3 5036 01029325 9

VOLUME 7, NO. 3

July 2000

THE CANADIAN  
TRADE COMMISSIONER  
SERVICE

*i n t e r n a t i o n a l*

~~LATEST ISSUE~~  
~~DERNIER~~  
~~NUMERO~~

*The quarterly  
newsletter for  
employees  
of the Trade  
Commissioner  
Service.*

# Post "Hit" Parade

## CONTENTS

**F**or 50,000 people each month, InfoExport is the face of the Trade Commissioner Service on the Internet. The record? 56,000 visitors viewed 382,800 pages for a total of 1,465,000 hits in March 2000. Many of these visitors went to your post's page on InfoExport. How many? For details on visits to your post's page and on the popularity of your documents, go to [intranet.lbp/horizons](http://intranet.lbp/horizons)

### Most Popular Posts on InfoExport

1. Mexico City
2. London
3. Buenos Aires
4. Paris
5. Santiago
6. Beijing
7. Tokyo
8. Atlanta
9. Bucharest
10. Brussels

### Most Popular Sectors on InfoExport (May 2000)

1. Agriculture (1,072 visitors)
2. Consumer (576 visitors)
3. Information and Communication Technologies (575 visitors)
4. Building Products (365 visitors)
5. Health (318 visitors)
6. Aerospace and Defence (305 visitors)

### Most Popular Documents on InfoExport (May 2000)

1. Canadian Building Materials Manufacturers - Mid-Atlantic USA (5,127 copies viewed)
2. Telecommunications Market - Mid-Atlantic USA (3,300 copies viewed)
3. Free Trade Agreement Canada - Israel (1,493 copies viewed)
4. Business Guide - Russia (891 copies viewed)
5. National Giftware and Craft Market - USA (205 copies viewed)

Post "Hit" Parade . . . . .	1
Chief Trade Commissioner . . . . .	2
Making the Match . . . . .	2
IBOC and Emerging Agri-Food Sectors . . . . .	3
<i>Horizons</i> Global Enquiries . . . . .	4
<i>People@Post</i> Romeo Calderon and Tanweer Islam . . . . .	6
<i>Best Practice</i> Dow-Jones Interactive . . . . .	8
<i>Team Canada Inc</i> A Step-by-Step Guide to Exporting . . . . .	9
<i>Tools</i> Safe Stowage . . . . . Export Alert! . . . . .	9
Dilbert! . . . . .	10
<i>T-Branching Out</i> Can your clients reach you? . . . . . WIN . . . . . What is TCM? . . . . . We're Talking About You . . . . . Trade Shows . . . . .	10 11 12 13 14

**50,000 Canadians  
can't be wrong!**  
[www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)

## Chief Trade Commissioner

John Gero was recently appointed Chief Trade Commissioner and Assistant Deputy Minister, replacing William L. Clarke. Mr. Gero joined the Canadian Government as an economist in 1975 and has worked on international aid and trade issues throughout his career. He has served at Canadian missions in Nairobi and Geneva, and as the Canadian negotiator on intellectual property for GATT and NAFTA.

Mr. Gero is a past Director of the Tariff and Market Access Division and the Trade Remedies Division. From 1996 to 2000, he was Director General of the Trade Policy (Services, Investment and Intellectual Property) Bureau (EBD).



*John Gero,  
Assistant Deputy Minister,  
International Business,  
and Chief Trade Commissioner*

# Making the Match

Ireland and  
**IBOC**  
International Business  
Opportunities Centre 

The International Business Opportunity Centre (IBOC) works with Canada's trade commissioners around the world to connect Canadian companies with business opportunities worldwide. Here's an example of what this teamwork can accomplish.

### The Companies

Majestic Forest Products of Beechwood, New Brunswick and Factory Direct Hardwood Floors of Shediac, New Brunswick.

Majestic Forest Products manufactures top grade unfinished hardwood flooring in various types of wood (maple, oak, birch, ash) and dimensions. Owner Vincent De Merchant employs a staff of 12, and the organization has experience exporting to the United States and Hong Kong. For more information on this company, contact Mr. Jim Patterson, Sales Manager, at (506) 278-5103.

Factory Direct Hardwood Floors is a distributor of quality pre-finished hardwood flooring, available in various types of wood and dimensions. For more information on this company, contact Mr. Michel Baillargeon at (506) 533-8999.

### The Customer

C & S Timber Importers of Cavan, Ireland, a distributor of wood products.

### The Matchmakers

Mrs. Gerry Mongey, a Commercial Assistant in Dublin, Ireland, was approached by C & S Timber Importers for Canadian suppliers of top grade unfinished and pre-finished hardwood flooring. Mrs. Mongey contacted IBOC, and Sourcing Officer Marg MacGillivray searched the WIN Exports database and located Majestic Forest Products. Majestic suggested Factory Direct as a supplier of pre-finished products.

### The Deal

Together, Majestic and Factory Direct shipped one container of unfinished and pre-finished hardwood flooring in red and white oak and maple. The total value of the sale was approximately CDN \$39,000 with additional orders anticipated.

### The Quote

"Thanks to the excellent service and assistance received from the Trade Commissioner Service in Ireland and IBOC, Majestic Forest Products was able to secure a new market for our top grade flooring products," said Mr. Patterson. Mr. Baillargeon remarked, "The experience was very rewarding and I will continue to foster and promote future export sales."

# IBOC and Emerging Agri-Food Sectors in Canada

## Helping you find Canadian companies

by Alan Amey

**R**ising interest in products from Canada's emerging agri-foods sectors has led IBOC to add four new agri-food sectors. The search process has been simplified, allowing specialized requests to be processed faster.

To help trade officers source difficult-to-find commodities, emerging sectors are added each year. Through consultations with experts at Agriculture and Agri-Food Canada, four sectors were chosen for 1999-2000:

- organic foods
- nutraceuticals
- functional foods
- ag-biotechnology

### How to contact IBOC

The Electronic Sourcing Request Form is the easiest way to submit a request. It can be accessed three ways:

- Intranet (<http://ibocintranet>)
- WIN Exports (click on IBOC to start)
- CITRIX (trade applications)

Simply click on **Sourcing Request, File**, then **New Form**. Fill in the necessary fields (especially the product description) and click **Send to IBOC**. You can also fax your request to 613-996-2635 or e-mail it to [iboc@dfait-maeci.gc.ca](mailto:iboc@dfait-maeci.gc.ca).

PRESENTED TO:

**Employees of IBOC**  
**Les employés du COAI**

*in recognition of exceptional efforts that have contributed to the efficiency of the International Business Opportunities Centre's operations.*

DÉCERNÉ À :

*en reconnaissance de son travail exceptionnel qui a contribué à l'efficacité du Centre des occasions d'affaires internationales.*

ASSISTANT DEPUTY MINISTER  
SOUS-MINISTRE ADJOINT

### Presented to:

Dan Batista	Joanne Bertrand
Bruce Bakun	Molly Jo Beauchamp
Yolande Bourque	Lori Emmet
Marie-France Carisse	Sheila Johnson
Madeleine Giguère	Marg MacGillivray
Steve Guertin	Lise Marchall
Daniel Lemieux	Lynn Matthew
Franco Manarin	Sean McCabe
Guyline Poirier	Mardel McInnis
Marc Robillard	Donna Parsons
Alan Amey	Barbara Power



## Global Enquiries

### What should I do if I receive a suspected global enquiry?

If you receive an enquiry from a company and you suspect that it is a global enquiry, follow these steps:

1. Find out if the Post Support Unit (PSU) has already responded to this company by checking the WIN Client Management System (WIN CMS).
2. If the PSU has responded, you do not need to answer the enquiry unless you feel it could lead to economic benefits for Canada and the company can deliver results.
3. If the PSU has not responded, answer the enquiry with the standard letter for suspected global enquiries, which is available on Horizons.
4. In both cases, please inform the PSU.

### Why should I use the standard letter for suspected global enquiries?

You should use the standard letter for suspected global enquiries to acknowledge receipt of the client's request. This will ensure that the service commitment of responding within five working days is met. The letter gives clients an overview of our new approach, which ultimately saves time and effort.

#### Client feedback line

Did you know that we have a client feedback line that all clients can use? Clients are encouraged to call 1-888-306-9991 with suggestions or comments about the services they receive from posts.

With advances in Internet access and the availability of the Trade Commissioner Service directory on InfoExport, posts receive enquiries from firms at varying stages of their export development. Some of these enquiries are vague and general in nature, and do not contain enough detailed information for the post to act effectively. That's why the "six questions" are included in the standard letter for suspected global enquiries. With more detailed information, posts can provide better service to help companies get results.

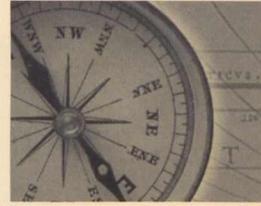
### Is there any circumstance where I do not have to respond using the standard suspected global enquiry letter?

When it is evident from the distribution list that the enquiry has gone out to a large number of posts in different geographic regions, you do not need to respond to the company. Send the information to the PSU immediately. The PSU will then respond to the company on behalf of all posts and place a tracking note in the WIN CMS.

The most important thing for trade officers at post to remember is that the PSU has guidelines to help you manage client expectations in a consistent and professional manner.

### Why should I inform the PSU of a suspected global enquiry?

It is only with your assistance that the PSU can confirm a global enquiry and respond to the company on behalf of all posts. The PSU relies on you to help identify global enquiries. The global enquiry response letter from



TCS/PSU is the one instance when the PSU comes from “behind the scenes” to guide companies in their export market development efforts by referring them to appropriate domestic sources for services. The PSU is a departmental, in-house support unit for trade officers and as such does not normally contact Canadian companies in response to their requests or dealings with posts.

### What does the Post Support Unit do once I inform them of a suspected global enquiry?

Here are the steps that the PSU takes when notified of a suspected global enquiry:

1. The enquiry is logged into the PSU tracking system. PSU alerts all posts to a suspected global enquiry by placing tracking notes in the WIN CMS, which normally includes advice to posts on how to respond.
2. The situation is monitored to determine whether the enquiry is global by tracking the number of posts that report the enquiry and the number of geographic regions the company has targetted.
3. If the enquiry is an **Unconfirmed Global Enquiry**, the PSU advises all posts and updates/removes the tracking note in the WIN CMS.
4. If the enquiry is a **Confirmed Global Enquiry**, the PSU responds to the company on behalf of all posts.
5. The PSU advises all posts of the action taken and updates the tracking note in the WIN CMS.

### How does the PSU respond to the company?

Generally the PSU does not contact the company directly by telephone nor does it provide the company with the information they requested from posts. The PSU sends a standard letter, which is an overview of the New Approach of the Canadian Trade Commissioner Service and outlines the services that companies can expect to receive from our offices abroad. Companies are encouraged to do most of their research domestically and to target specific markets. They are also directed to domestic sources for assistance. These include: the Team Canada Inc 1-888 number, ExportSource, InfoExport, and the FaxLink number. Depending on the situation, the company may be referred to other resources such as the Canada Business Service Centres (CBSCs) or the International Trade Centres (ITCs).



#### Compliments

If you receive a letter complimenting you for the work you have done for a company, don't be shy! Remember to send a copy to the PSU.

In this edition of people@post we are focussing our attention on:

## Romeo Calderon @ San Salvador Tanweer Islam @ Dhaka

The only trade officer@post

### YOU COVER ALL SECTORS. HOW DO YOU MANAGE?

**Tanweer (Dhaka):** Trying to be a “Jack of all trades” in Bangladesh is challenging, but rarely frustrating. Common sense, an occasional wry sense of humour and good contacts usually see me through. The adage — it’s not what you know, but who you know that counts — holds true out here. When it’s required, I tap into my contact resources for relevant information to satiate the inquisitive minds of Canadian exporters.

**Romeo (San Salvador):** I manage by doing a mixture of prioritization and time management. Some sectors are more active than others and therefore require more time and attention. So, I usually divide my week in blocks of activities: researching, answering requests, writing documents, visiting potential clients, and so forth.

### AS THE ONLY TRADE OFFICER AT YOUR POST, WHO DO YOU TURN TO WHEN YOU NEED HELP?

**Tanweer (Dhaka):** I’ll turn to anybody who’s willing to help. Coming in early and going home late also seems to work wonders for me. As well, the Post Support Unit has been an invaluable source of advice and support on many issues. Their standard letters have made my job more manageable.

**Romeo (San Salvador):** I work very closely with my colleagues from the Embassy in Guatemala. When possible, we try to organize activities together to avoid duplication. We have developed a very good working relationship and I feel comfortable turning to them when I need extra help.

### NOT HAVING OTHER TRADE OFFICERS TO SHARE WITH, HOW DO YOU STAY MOTIVATED?

**Tanweer (Dhaka):** Isn’t being the sole commercial officer, motivation enough? Seriously, I don’t feel I’m alone here. Aside from the full support of the High Commission, the South Asia geographic division and CIDA, MITNET and e-mail have made other trade officers just a phone call or a few clicks away. I keep in touch with my regional colleagues on a regular basis, calling on their knowledge, advice and support. We share information, piggyback and keep each other going.

**Romeo (San Salvador):** I find the work itself is motivating. Besides, one of the advantages of working in a small micro mission is that you share a lot with your co-workers. I am also glad to say that both the local chargé d’affaires and the commercial counsellor in Guatemala are always willing to lend an ear when I need to release some steam.

### WHAT’S YOUR FAVOURITE SECTOR AND WHY?

**Tanweer (Dhaka):** I don’t think I have the luxury of choosing one, but given the option, it would be information technology and high tech. Aside from the tremendous potential of this sector, I’ve been interested in high tech all my life.

**Romeo (San Salvador):** I would have to say environment. Firstly, because it is one of the most active sectors, and secondly, because the ecological situation in El Salvador is so critical. As such, I feel that I am not only supporting Canadian companies, but helping to improve local conditions.



## WHICH TOOLS ARE MOST VALUABLE TO YOU AND WHY?

**Tanweer (Dhaka):** The Web, for obvious reasons. It's fast, easy, informative, and a ready source of information. Also, speaking as an LES, it's easily and readily accessible.

**Romeo (San Salvador):** I would definitely say WIN on-line and IBOC are the most valuable to me. When it comes to routine matters, WIN has been very useful, but with specific matters, the folks at IBOC have been my "salvation." They have simplified my work, and I would like to take this opportunity to thank them for their prompt responses.

## DO YOU HAVE A BEST PRACTICE TO SHARE?

**Tanweer (Dhaka):** I don't know whether to call it my "best" or "worst" practice. Being 12 hours and 12,000 miles away, I have found that providing my cell number to my regular clients and the consent to call me after office hours, in case of an emergency, has helped resolve many business issues, whether thorny or in need of immediate action. It also provides the Canadian companies that extra comfort, which is essential to encourage them to do business in Bangladesh.

**Romeo (San Salvador):** Yes. Never be afraid of adding the "personal touch" when delivering a service. Also, be honest. Local conditions are not always favourable to all products and services.

## WHAT'S YOUR GREATEST CHALLENGE?

**Tanweer (Dhaka):** On a personal level - recovering from jet lag after returning from Canada. At work, it's encouraging Canadian companies to adopt the long-term approach for Bangladesh.

**Romeo (San Salvador):** To be able to give the best advice possible and meet the five-day deadline!

## WHAT'S YOUR FAVOURITE PART OF THE JOB?

**Tanweer (Dhaka):** The job itself - in its entirety. Sorry, I have no favourites.

**Romeo (San Salvador):** I actually have two favourite parts. First, I like the fact that I am continually exposed to new products, services and ideas. The second is that these experiences invariably entail meeting new people, which is something I really enjoy.

# Read 6000 newspapers without lifting a finger

by Apurva Mehta

*Did you know that DFAIT has hired a research assistant for you?*

**“The best part of Dow-Jones Interactive is that it does the research and you get the thanks.”**

Look under the “CITRIX” icon on your SIGNET desktop for Dow-Jones Interactive. It’s a powerful on-line database of more than 6,000 publications from around the world.

Use Dow-Jones Interactive to read your favourite newspapers, magazines and journals. Or search a library of publications to find information on a company, industry or region. You can set your own research parameters and have the system prompt you with information that interests you. With a click of your mouse, you can get Dow-Jones Interactive to compile the latest news items concerning your clients, sector or region of responsibility.

The Dow-Jones Interactive site features an area called CustomClips, where users can set up a number of folders to receive published information on topics of choice. I have set up folders for each of my sectors and geographic regions.

You can use the preset folders or create custom folders. For instance, one of my custom folders is set up for information on the developments in India’s housing and building products sector. I used a combination of key words, selected Indian publications as the information source, and chose delivery in plain text e-mail.

When setting up custom folders, remember that success (in terms of relevance of information received) depends largely on the choice of key words.

Dow-Jones Interactive updates my sectoral and regional knowledge on a daily basis. More important, it sends me market intelligence and information of potential use to my clients. For example, one of my custom folders on the transportation sector picked up a news item about a toll road project being announced in India. I forwarded this news to a client who sells toll road equipment, and immediately received their thanks for referring a new lead.

Another news item detailed a regional government’s plans to contract international consultants to study the technical feasibility of several infrastructure projects. I contacted the appropriate government official, obtained a project list, added some background information and forwarded the compiled report to a select group of Canadian consulting engineering companies.

A guide on how to use Dow-Jones Interactive is currently being prepared and will be posted on the “Tools of the Trade” Intranet site.

**HOT OFF THE PRESS:****A Step-by-Step Guide to Exporting**

**A** *Step-by-Step Guide to Exporting* is an informative new publication from Team Canada Inc (TCI) that offers advice to small and medium-sized enterprises (SMEs) on how to become “export-ready.”

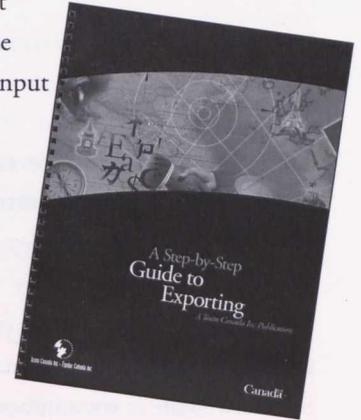
**How does the new guide benefit the TCS?**

One of the challenges trade officers face is dealing with clients who are unprepared. This guide is one way to overcome the problem. It helps companies determine the degree to which they are ready to export and offers them assistance in getting prepared. The Guide also describes the various export assistance products and services available in Canada and abroad.

**What's in the Guide?**

This guide incorporates “the best of the best” from TCI partners and is the result of extensive consultation and input – including feedback from exporters themselves.

Copies of *A Step-by-Step Guide to Exporting* can be ordered on-line at the ExportSource Web site ([exportsource.gc.ca](http://exportsource.gc.ca)) in French or English, or downloaded in a PDF or text version.

**Tools****EXPORT ALERT!**

**K**eeping up-to-date on World Trade Organization (WTO) rules can benefit trade officers by helping them to better serve their clients. *Export Alert!* is a useful tool developed by the Standards Council of Canada and a good tip to pass on to clients.

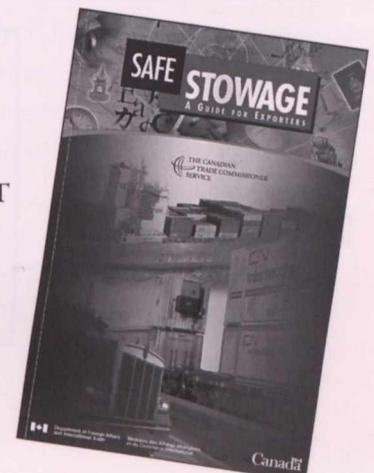
Standards Council  
of CanadaConseil canadien  
des normes

The system automatically e-mails subscribers when WTO member countries propose changes to the rules. Subscribers can customize *Export Alert!* by selecting their particular areas of interest from 41 fields. To subscribe to *Export Alert!* free of charge, visit the Standards Council Web site at [www.scc.ca](http://www.scc.ca)

**Safe Stowage  
A Guide for Exporters**

**D**FAIT's guide to preparing cargo for shipment is back in print - revised and modernized. This third edition of *Safe Stowage* is highly recommended for new exporters and a good source of advice for clients whose cargo could be damaged.

Order copies from the DFAIT  
Enquiries Centre  
([enqserv@dfait-maeci.gc.ca](mailto:enqserv@dfait-maeci.gc.ca))  
and quote product number  
44TA (English) or  
44TF (French).





## Can your clients reach you?

**Your personal business card is on the Web, but is your name spelled properly?**

Your name and a link to your personal business card appear on the Trade Commissioner Service Web site at [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca). Choose a language, click "Sector," select one of your sectors of responsibility and scroll down to find your name. You can also search for your business card by using the "Search for a staff member" function on the sector list page. Just enter your name and click search.

If your personal business card needs updating or if you wish to modify the sectors to which you are assigned, do it on-line at the Horizons Intranet site.

**Your Post's coordinates are on the Web, but what fax number is listed?**

Your Post's address, telephone and fax numbers, e-mail address and list of employees appear on the Trade Commissioner Service Web site ([www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca)). After choosing a language, click "Country," select your geographical area, click on your country and your office, then scroll down to select "Click here for our Team and Address."

If your post's coordinates are not up-to-date, ask your WIN champion to modify them on-line at the Horizons Intranet site.

**A new directory is created each month, but is your post listed?**

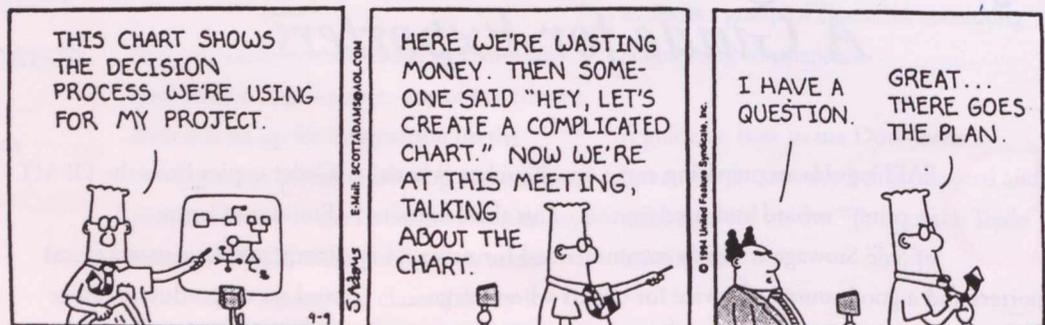
Every month, employee business cards and posts' coordinates are used to produce a new directory of the Trade Commissioner Service. The directory is available in PDF format at [www.infoexport.gc.ca](http://www.infoexport.gc.ca). If you wish to modify your post's entries, ask your WIN champion to do so on-line at the Horizons Intranet site.

**For every major trade show in Canada where we have a presence, the Marketing and E-Services Section produces a sectoral directory of officers. We use the sectoral listings on InfoExport to produce these directories. If your name is not listed for all of the sectors you cover, your name might not appear in some of the sectoral directories. Don't miss out, make sure your information is complete.**

### DILBERT®

By Scott Adams

DILBERT ©  
United Feature Syndicate  
Reprinted by Permission.



## A Meeting of the Minds - Trade Systems Advisory Group

Imagine more than 40 representatives from posts, headquarters and Team Canada Inc brainstorming for 3 days straight on the information age, the Trade Commissioner Service, and our information systems. Factor in that this group heard from experts in the area of customer service and electronic business; saw leading edge electronic service delivery products; and had in hand the opinions, views and ideas of over 40 posts on the future of information systems in our organization. The goal? A considered, representative, client- and post-oriented strategy for e-business in the Trade Commissioner Service. Too good to be true? Think again...

A mix of trade commissioners, commercial officers and commercial assistants - 2/3 of whom were from posts and 1/3 from Canada — met from March 27 to 29 in Ottawa. They examined the “E-business Strategy” drafted on the basis of the WIN Fast Forward Consultation process. The discussions held were very thought-provoking. The challenge that faces the Trade Commissioner Service as a whole is, what are the information tools that will help us to offer value in a fast changing world where information is cheap and readily available?

To see what the Trade Systems Advisory Group had to say, go to “Trade Systems Advisory Group Proceedings” on the Tools of the Trade Web site.

## A Vision for the Future - A Strategy for E-business in the Canadian Trade Commissioner Service

We live in a fast paced, ever-changing world where information is abundant. Technology has revolutionized virtually every aspect of our lives, and nowhere is this more evident than in the way we do business. Increasingly, goods, services and information transactions occur on-line. Businesses that ignore this trend fall behind and eventually disappear. The clients of the Canadian Trade Commissioner Service are not exempt, and so, neither are we.

Our clients' needs are changing as a result of the information age. They need a more sophisticated set of eyes and ears in the local market, one that collects intelligence not readily available via the Internet. Our clients are looking to do more and more business with us electronically. To meet these challenges and to

ensure that we are proactive, we need a plan for incorporating e-business into our work.

The development of this plan began with the WIN Fast Forward consultations, and continued with the meeting of the Trade Systems Advisory Group. The E-business Strategy combines the input of posts with best practices in industry. It sets out, in plain language, the information tools that the Trade Commissioner Service needs in order to continue to add value for its clients.

To see the future of the Trade Commissioner Service, and to understand how we are going to get there, go to **E-business Strategy** on the Tools of the Trade Web site. Because... the future is now.

# "What is TCM?"

It's a question we're often asked by our colleagues here and at posts abroad.

TCM is the Market Support Division formed two years ago to provide industry association clients and trade units at headquarters and posts with market information, trade team cooperation, partnerships with national industry associations, referrals, research, and promotional activities support. These services are offered through the Division's three work units: the Market Research Centre, Export Promotion Goods & Services, and Transportation Services.

### Market Research Centre

The Market Research Centre produces market reports that identify specific sector and sub-sector foreign market opportunities to help Canadian exporters. The Market Research Centre values the assistance of its colleagues, here and at posts, in providing direct knowledge of foreign market opportunities, as well as a snapshot of the local economic landscape for inclusion in the reports. The completed reports are available on-line at InfoExport as a valuable reference tool for Canadian exporters and trade officers.

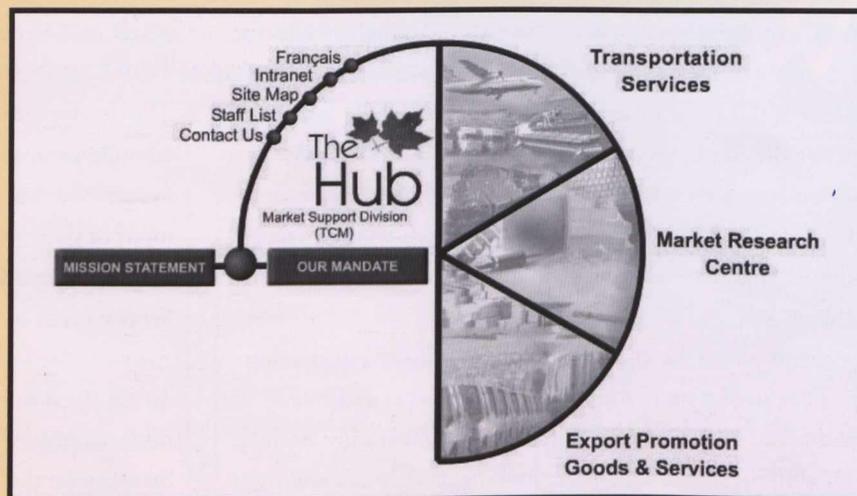
### Export Promotion Goods & Services

Export Promotion Goods & Services works with more than 100 major industry associations supporting their export development initiatives and providing the primary link between the associations and posts abroad. It also administers the Department's Program for Export Market Development (PEMD) - Association Trade Activities. In addition, this unit represents the Department on sectoral teams, communicates post success stories and Canadian opportunities to the appropriate Trade Team Canada Sectors (TTCs), and coordinates the preparation and production of Country Action Plans (CAPs).

### Transportation Services

Transportation Services promotes Canadian transportation services and equipment and provides advice on transportation and education products to Canadian exporters. The unit offers advice on practical and policy matters and is the focal point for transportation contacts in both government and industry. In addition, Transportation Services processes, on behalf of other departments, bilateral maritime research requests, and maritime safety and environmental notification.

To find out more about TCM, visit our new Intranet site, the Hub, at [tcmsrv01.tcm.index.htm](http://tcmsrv01.tcm.index.htm). The Hub also features a list of contacts in each of the three units and a host of Internet links to industry, government, trade and business research information. Don't forget to send us your comments and suggestions to help us improve and update our site.



# Have you heard? We're talking about you!

**We told Canadian trade associations about you**

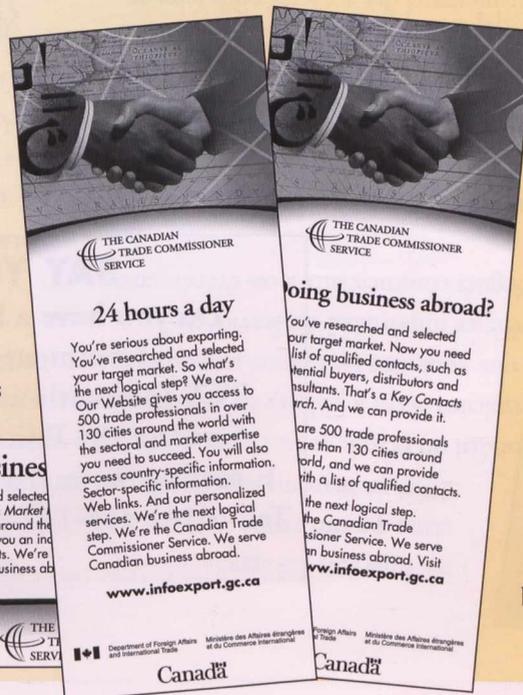


*L. to R. Roger Ferland, Director-General of Overseas Programs and Services, the Hon. Pierre S. Pettigrew, Minister for International Trade and Anna Biolic, Director of TCM.*

This spring, delegates from Canadian trade associations met in Ottawa for the second annual National Associations Symposium on Exporting. Organized by the Market Support Division (TCM), the symposium provided a valuable forum for the associations to exchange ideas on how to assist their members in their trade development activities. The accompanying InfoFair allowed delegates to learn about the Department's range of export services. The Hon. Pierre S. Pettigrew, Minister for International Trade, was the keynote speaker. He challenged associations to provide more information about their industry to trade officers, and to encourage their members to make more use of the TCS.

## These little ads say a lot about you

These little ads were produced by the Marketing and E-Services Section of the Overseas Operations



Division. You'll be seeing them in many Canadian trade association newsletters in the coming months. Through them, association members will be learning more about you and the services you have to offer.

## The Minister went around the country talking about you

In eight Canadian cities, Mr. Pettigrew talked to Canadian business people about you. The Minister encouraged companies to ask for the six core services you offer. Trade commissioners from 17 posts participated in seminars on exporting. They were: Stéphanie Allard from Bogota, Claude Fontaine from Sao Paulo, Randy Harwood from Santiago, Marcel Lebleu from Buenos Aires, Roland Goulet from Mexico, Gib McEwen from Budapest, Alan Minz from London, John McNab from Paris, Norbert Kalisch from Berlin, Louis Poisson from Madrid, Khawar Nasim from Rome, Wayne Robinson from Minneapolis, Marc-André Brault from Atlanta, André LeBlanc from New York, Scott Flukinger from Dallas, Catherine Boucher from Boston and John Lang from Detroit. John Gero, Chief Trade Commissioner, and Roger Ferland, Director-General of Overseas Programs and Services, also accompanied the Minister as he talked trade to Canadians.

## This Profit Magazine article says a great deal about you

"Canada's Secret Service." That's how Profit Magazine described you, in its April 2000 issue, to its 100,000 readers. David Mulrone in Taipei, Jan Scazighino in Shanghai, Simon Smith and George Edwards in London and Cadia Maestri in Sydney were interviewed by the magazine, as were some of their clients. If you haven't had a chance to read it yet, you can find it on-line at <http://www.profitguide.com/magazine/b1-0400.html>

# We'll make sure you're seen at Major Industry Events

**A**re you one of the trade officers who attended Globe 2000 in March, or the World Petroleum Congress and National Petroleum Show in Calgary this past June? If so, you would have noticed that the Trade Commissioner Service had quite a presence at these events.

The Marketing and E-Services Section of the Overseas Operations Division works closely with the Market Support Division, your geographic bureau and event organizers to ensure that companies visiting industry events in Canada know that trade commissioners are on hand to discuss opportunities in foreign markets.

## What we do for you

Here's what we do to enhance your presence at trade shows:

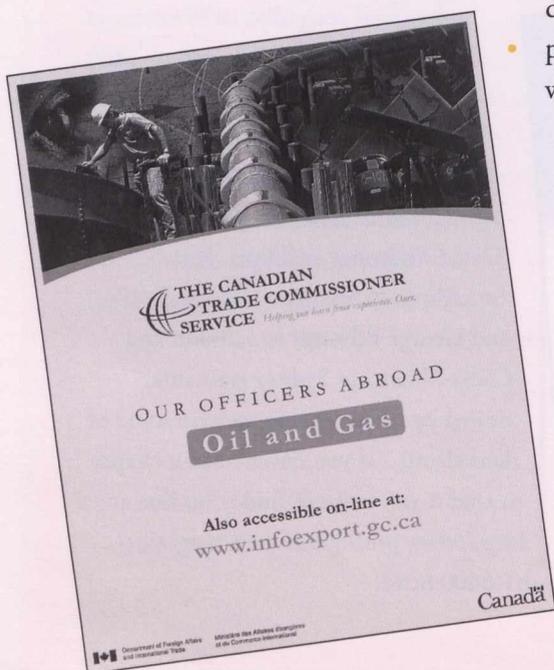
- place ads in *CanadExport*, sector magazines, and event conference/exhibitor guides advising companies of our presence at an event
- insert our Services List in the delegates' bag
- do demos of the InfoExport Web site
- highlight your names in the delegates' listing
- produce a directory of all officers who cover the sector (see photo)

- provide our corporate branding images and logo for use on kiosks and event publications.

## Will you be there?

We'll be attending the following events this year. See you there!

- Aerospace Industries Association of Canada Annual General Meeting, Ottawa, September 17-19, 2000
- Alliance of Manufacturers and Exporters Canada (AMEC) Annual Convention, Halifax, October 5-6, 2000
- Softworld 2000, Halifax, October 15-18, 2000
- Construct Canada, Toronto, November 29 - December 1, 2000
- SIAL-Montreal - International Food and Beverage Show, Montreal, March 4-6, 2001
- Americana - International Trade Show and Conference for High Tech Environmental Technologies, Montreal, March 28-30, 2001



## SAY YOUR PIECE

Do you have a best practice to share?  
Comments or suggestions?

TCS International welcomes your input.

Contact the Editor: Anne-Marie Dorais

E-mail: [anne-marie.dorais@dfait-maeci.gc.ca](mailto:anne-marie.dorais@dfait-maeci.gc.ca)  
Tel. (613) 944-1474 Fax (613) 944-0497