

Consultations relatives à la mise à jour de la stratégie
Commercial mondiale du Canada
Ottawa, le 28 août, 2012

Accès aux services de soutien - observations préliminaires
Aide-mémoire

P. Luc Dupont, président, UNAK- Groupe conseil international
www.unak.ca

Soutenir les entreprises à l'étranger

1) Il serait peut-être utile pour le Canada de s'engager dans une diplomatie économique et commerciale active à l'instar de l'Australie qui travaille avec constance et cohérence à se repositionner en Asie depuis de nombreuses années déjà.

2) L'organisation de missions commerciales doit s'intégrer dans un cadre voire une stratégie plus large. Les missions ne peuvent constituer des fins en soi.

3) Les marchés de l'Inde, de la Chine ou du Brésil ne sont pas pour tout le monde. La promotion de ces marchés doit à tout le moins être accompagnée d'un solide mode d'emploi à moins que la tolérance aux risques ne soit très élevée.

4) Pour retirer le maximum des retombées potentielles liées aux accords de libre-échange, il faut préparer les entreprises au nouvel environnement créé par ces accords. Certaines feront face à une concurrence accrue ici même au Canada. Comment faire pour s'y adapter? Le processus de mise à niveau engagé dans le sillage de l'ALENA mérite peut-être d'être rappelé.

5) Le gouvernement doit aider à la compréhension des enjeux des marchés internationaux, soit directement ou indirectement. Il doit également contribuer à la prise de contact avec des interlocuteurs de qualité.

6) Le défi pour le SDC est le changement de l'échiquier commercial avec l'avènement du web 2.0. En effet, tout ce qui s'appelle information technique est soit disponible par l'entremise de moteurs de recherche ou de sites spécialisés.

