

Development Business, l'édition commerciale du Forum du développement, publiée par les Nations Unies, même si cela peut prendre jusqu'à deux ans avant que les banques approuvent officiellement un prêt. Pour plus de renseignements sur *Development Business*, voir plus loin dans cette page.

Une mission de la banque pour la pré-évaluation du projet ou l'établissement des faits effectue une étude plus précise et une mise à jour des renseignements concernant le projet. À ce stade, la portée du projet a été déterminée et la banque a intégré officiellement la proposition dans sa filière de projets en attente.

(iii) Évaluation du projet

La banque exprime officiellement son désir de vouloir s'engager en envoyant une mission d'évaluation du projet qui rédige un rapport à l'usage de la banque renfermant une liste initiale de soumissionnaires. Les experts-conseils ont normalement achevé l'avant-projet et précisé les exigences.

(iv) La négociation du prêt entre l'emprunteur et la banque

L'achèvement de la négociation du prêt est marquée par le Rapport final d'évaluation du projet qui contient la liste finale des soumissionnaires, l'échéancier des achats et le plan financier.

Le rapport d'évaluation du projet, le rapport économique sur les pays et les annexes techniques et financières sont intégrés au « Rapport et recommandations du président », qui est soumis à l'approbation du conseil d'administration.

Une fois le projet approuvé, on publie un communiqué annonçant l'approbation.

L'accord de prêt est alors signé avec les emprunteurs, et les documents du conseil d'administration ainsi que les rapports d'évaluation du personnel sont disponibles pour consultation à la bibliothèque du ministère des Affaires extérieures.

L'étape de l'« entrée en vigueur » du prêt est atteinte lorsque l'emprunteur remplit toutes les conditions convenues au cours des négociations. Les décaissements peuvent commencer.

(v) Mise en œuvre du projet

Bien que l'emprunteur soit responsable de la mise en œuvre du projet, la banque enverra une ou des missions de surveillance du projet pour suivre, le cas échéant, l'avancement du projet et les dépenses.

Dans l'échéancier susmentionné, il est important d'établir les moments où les fabricants doivent entreprendre des efforts de promotion.

Pour les gros projets, l'achat des biens est généralement réparti sur la phase d'exécution du projet. Cependant, pour les étapes initiales, les achats peuvent commencer tout de suite après la signature de l'accord de prêt. Les travaux de promotion doivent donc avoir été effectués antérieurement.

Dans le cas du « matériel », la promotion peut démarrer dans la plupart des cas dès que la première liste des soumissionnaires a été officiellement publiée dans le rapport d'évaluation. En ce qui concerne les exigences non publiées ou le matériel « fabriqué sur commande », les travaux de promotion peuvent peut-être démarrer dès que l'expert-conseil a été engagé. Cela donne assez de temps à l'exportateur pour essayer d'influencer la conception et le cahier des charges à son avantage, sinon du moins garantir qu'il ne sera pas laissé de côté. À partir de ce moment-là, l'exportateur devrait donc concentrer ses efforts de promotion sur les personnes-clés chargées des achats de l'emprunteur au sein de l'organisme d'exé-

tion ou de mise en œuvre du projet dans le pays, ou sur l'expert-conseil de l'emprunteur.

3. Les caractéristiques d'une bonne soumission

Le succès d'une soumission repose sur des prix compétitifs et sur une solidité technique regroupés dans une proposition qui répond pleinement au cahier des charges de l'emprunteur et de ses experts-conseils. Pour obtenir des conseils en ce qui touche la formulation des offres et l'obtention d'assurances, de cautionnements et de garanties de bonne exécution — qui sont souvent exigés par le cadre du cahier des charges d'une soumission — les sociétés intéressées peuvent entrer en contact avec la Corporation commerciale canadienne, la Société pour l'expansion des exportations ou l'une des directions de l'expansion du commerce du ministère des Affaires extérieures. Les directions des secteurs industriels du ministère de l'Expansion industrielle régionale, qui figurent dans la Section III, s'avèreraient utiles aussi à cet égard et permettraient d'identifier aussi d'autres compagnies avec lesquelles des exportateurs pourraient collaborer à l'égard de soumissions sur des appels d'offres.

Lors de la présentation d'une soumission, il convient de suivre les principes fondamentaux suivants :

a) Analyser le marché de façon réaliste et de façon sélective en concentrant vos efforts sur les pays et les secteurs présentant de fortes possibilités d'avenir pour votre entreprise. Les ressources humaines et financières sont souvent utilisées le plus efficacement lorsque judicieusement concentrées sur des créneaux particuliers. Les directions des secteurs industriels du ministère de l'Expansion industrielle régionale peuvent conseiller les exportateurs dans cette recherche et cette analyse.

b) Déterminer les débouchés éventuels à l'exportation en étudiant de près les renseignements disponibles sur les projets internationaux, y compris *Development Business*, qui est une publication bimensuelle. L'édition commerciale fournit la liste des projets dans les filières de la Banque mondiale et de la BID, de même que des avis d'achat au titre des projets financés par les banques multilatérales de développement. Le coût d'un abonnement d'un an est de 250 \$ US. Pour s'abonner, il suffit d'écrire à l'adresse suivante :

Development Business
P.O. Box 5858
Grand Central Station
New York, N.Y. 10163-5850
Tél. : (212) 754-8070

Les directions de l'expansion du commerce et la bibliothèque du ministère des Affaires extérieures tiennent également à jour les renseignements sur les projets de biens d'équipement outre-mer. Les bureaux régionaux du ministère de l'Expansion industrielle régionale (MEIR) et divers gouvernements provinciaux disposent également de renseignements sur les projets internationaux.

c) Formuler des stratégies de mise en marché fondées sur une connaissance du projet, du cahier des charges et de la concurrence.

d) Mettre en œuvre des plans de mise en marché grâce à des contacts avec l'emprunteur et son expert-conseil, sans oublier d'expliquer et de mettre en valeur les caractéristiques et avantages particuliers du produit.

e) Préparer une soumission solide, comportant un prix compétitif, et la fonder sur la volonté de réduire partiellement les frais généraux et peut-être les bénéfices selon la souplesse des concurrents au chapitre des coûts et des prix. Il faut bien s'assurer que tous les frais