

## Rencontre avec les nouveaux ministres

En plus de nommer de nouveaux titulaires aux portefeuilles du Commerce international et des Affaires étrangères, le gouvernement a annoncé qu'il allait refusionner les deux ministères afin d'assurer une approche cohérente des affaires étrangères et des échanges commerciaux avec le reste de la planète.

Les deux ministres continueront toutefois d'être servis par des directions distinctes au sein du Ministère.

David L. Emerson a été nommé ministre du Commerce international et ministre de la Porte d'entrée du Pacifique et des Olympiques de Vancouver-Whistler.

M. Emerson, qui est né à Montréal et a grandi à

Grand Prairie (Alberta), est titulaire d'un baccalauréat et d'une maîtrise en économie de l'Université de l'Alberta, ainsi que d'un doctorat en économie de l'Université Queen's. Il a été élu à la Chambre des communes pour la première fois en 2004, nommé ministre de l'Industrie en juillet de la même année, puis réélu en 2006. Il avait auparavant été PDG de la Canadian Western Bank, puis avait assumé les fonctions de sous-ministre des Finances de la Colombie-Britannique et de sous-ministre auprès du premier ministre de cette province. Il a également été président de la B.C. Trade Development Corporation, PDG de l'Administration de l'aéroport international de Vancouver et PDG de la Canfor Corporation.

M. Emerson dit qu'il a un profond respect pour les lourdes responsabilités qui relèvent du ministère du

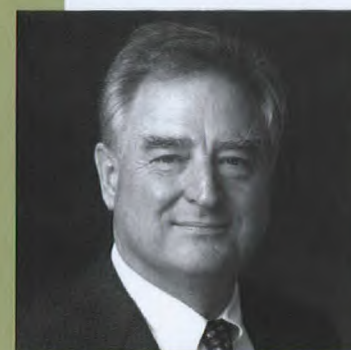
Commerce international. « Le Canada est une nation commerçante qui attache une importance fondamentale à la liberté et à l'ouverture des échanges commerciaux, ajoute-t-il. L'exportation de nos produits aux quatre coins du globe est une tradition dont nous sommes fiers. Les succès remportés par le Canada sur les marchés mondiaux ont par ailleurs une influence déterminante sur sa prospérité et sur le rôle qu'il joue dans l'arène internationale. »

Peter MacKay a été nommé ministre des Affaires étrangères, un poste qui lui permettra, espère-t-il, d'approfondir la participation du Canada aux affaires mondiales.

Né à New Glasgow (Nouvelle-Écosse), M. MacKay a obtenu un diplôme ès arts de l'Université Acadia en 1987, puis a fait des études de droit à l'Université Dalhousie. Il a été à la Chambre des communes pour la première fois en 1997, et en 2000, 2004 et 2006. Il avait auparavant été chef du Parti progressiste-conservateur, leader en Chambre pour son parti et membre du Comité permanent de la justice, des droits de la personne, de la sécurité publique et de la protection civile ainsi que des sous-comités afférents. Il a aussi été nommé ministre de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique.

Lors du service commémoratif tenu en hommage à Glyn Berry à Ottawa en février, M. MacKay a déclaré que même s'il était nouveau aux Affaires étrangères, il connaissait « depuis longtemps les précieux services que nos diplomates ont rendus au Canada au fil des ans ». Depuis son entrée en fonction, il dit avoir reçu des appels de félicitations de la part de nombreux ministres des Affaires étrangères des quatre coins du globe. « J'ai pu constater, ajoute-t-il, qu'ils tiennent en haute estime non seulement la diplomatie canadienne, mais également nos efforts pour assurer le renforcement du droit international et le respect des droits de la personne, ainsi que notre longue tradition dans le domaine du maintien de la paix et notre participation actuelle à la tâche beaucoup plus difficile qu'est le renforcement de la paix. Ils souhaitent que le Canada poursuive dans cette voie. »

**Renseignements :** [www.international.gc.ca](http://www.international.gc.ca).



David L. Emerson, ministre du Commerce international

**RÉDACTION**  
Yen Le, Michael Mancini,  
Jean-Philippe Dumas  
**SITE WEB**  
[www.canadexport.gc.ca](http://www.canadexport.gc.ca)

**ABONNEMENT**  
Tél. : (613) 992-7114  
Télééc. : (613) 992-5791  
[canad.export@international.gc.ca](mailto:canad.export@international.gc.ca)

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines. Convention de la poste-publication n° 40064047

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à : **CanadExport (BCS)** 125, promenade Sussex Ottawa (Ontario) K1A 0G2

CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication de Commerce international Canada. Tirage : 54 000 exemplaires

Also available in English.  
ISSN 0823-3349

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de CanadExport.

## Trouver un bon intermédiaire aux États-Unis

La vente à l'aide d'un intermédiaire vous permet d'établir rapidement une présence commerciale aux États-Unis, sans avoir à y organiser vos activités. Cette avenue mérite donc que l'on s'y attarde.

Il existe plusieurs types d'intermédiaires. Les distributeurs, par exemple, achèteront vos produits, puis les importeront aux États-Unis pour les revendre. Les représentants et agents travaillent à la commission et effectuent souvent leurs ventes à divers types de clients. Les maisons de commerce offrent une gamme complète de services d'exportation, qui vont de l'étude de marché initiale à la vente ferme.

Le recours aux intermédiaires comporte des avantages bien réels, mais vous devriez également savoir qu'il existe aussi des inconvénients. Par exemple, cela peut se traduire par une réduction de vos marges bénéficiaires et très peu de contrôle quant à la façon dont vos produits sont présentés à l'étranger. En outre, vous vous sentirez peut-être loin de vos clients, ce qui pourrait vous empêcher de prendre les meilleures décisions sur les plans de la fabrication et de la commercialisation. C'est la situation dans laquelle se trouve votre entreprise qui déterminera s'il est somme toute avantageux de faire affaire avec un intermédiaire.

### Comment repérer un bon intermédiaire

Généralement, les participants aux foires commerciales axées sur les États-Unis peuvent vous mettre en contact avec des intermédiaires. Le Service des délégués commerciaux du Canada, ainsi que les chambres de commerce et les associations commerciales du Canada et des États-Unis peuvent également vous renseigner. Il peut s'avérer utile de demander des références à d'autres entreprises de votre secteur ou encore de consulter Internet, par exemple le U.S. Directory of Manufacturer's Sales Agents.

Avant de conclure une entente, il importe d'évaluer l'éventuel intermédiaire, en tenant compte de ses références, de sa force de vente, de ses ventes passées, des entreprises qu'il représente, des segments de marché qu'il couvre et de ses stratégies de promotion.

### Autre solution : les alliances stratégiques

Il est également possible de former une alliance stratégique avec une entreprise américaine présente sur votre marché cible. Ce type d'entente, qui peut prendre diverses formes, peut être profitable.

Une des approches courantes que vous pourriez adopter est la concession de licence, par laquelle vous permettriez à votre partenaire américain d'utiliser vos techniques exclusives ou votre propriété intellectuelle. Par exemple, vous pourriez permettre à votre partenaire de fabriquer et de vendre vos produits aux États-Unis. Vous pourriez également recourir au franchisage, une forme de concession de licence, et donner à votre franchisé le droit d'utiliser vos procédés de fabrication, votre façon d'offrir vos services, vos systèmes commerciaux et vos marques de commerce.

Dans le cas d'une concession de licence ou d'une entente de fabrication réciproques, deux entreprises s'échangent leurs produits, leurs services ou leur production. Il est aussi possible d'établir une entente de comarketing, dans le cadre de laquelle deux entreprises bénéficient mutuellement de

leur réseau de distribution et de leurs marchés intérieurs, ainsi qu'une entente de coproduction, permettant à deux entreprises de produire conjointement des produits et de réaliser ainsi des économies d'échelle.

Il est également possible d'établir une coentreprise. Aux États-Unis, il s'agit généralement d'une collaboration entre deux entreprises en vue de réaliser un projet en particulier. La coentreprise dure le temps du projet et n'est pas perçue comme une relation à long terme, quoiqu'elle puisse y mener.



Il se peut fort bien que l'un de ces types d'alliance soit la solution idéale pour vos activités d'exportation sur le marché américain. Les alliances sont non seulement utiles pour régler les questions d'accréditation professionnelle et d'assujettissement à l'impôt des États-Unis, mais elles peuvent également accroître la force concurrentielle de votre entreprise : compte tenu de la forte concurrence qui règne aux États-Unis, cette stratégie ne peut être que profitable.

**Renseignements :** Exporter aux États Unis, guide complet publié en ligne par Équipe Canada inc à l'adresse [exportsource.ca/etats-unis](http://exportsource.ca/etats-unis). Pour obtenir par téléphone des renseignements en matière d'exportation, faites le 1 888 811-1119.