

2.0 Vente au marché de défense américain

Comme il est mentionné dans l'introduction, un fabricant canadien peut vendre des biens de défense aux États-Unis, en qualité de principal adjudicataire ou de sous-traitant d'un principal adjudicataire américain (ou à des sous-traitants américains ou canadiens, en qualité de sous-traitant lui-même). Puisque les règles diffèrent pour chacun de ces cas, le présent chapitre traitera des entreprises canadiennes, d'abord comme principaux adjudicataires, puis comme sous-traitants.

2.1 Marchés principaux

2.1.1 Agences américaines d'achats militaires

La structure militaire des États-Unis relève du Secrétaire de la défense, dont le *Department of Defense* (DOD) est le groupe chargé des politiques. Chacun des trois services armés (armée, marine, aviation) constitue un département militaire opérationnel. Chacun de ces départements militaires doit acheter le matériel et les services répondant à ses besoins.

En plus des départements des Forces armées, les agences suivantes du DOD achètent du matériel et des services:

- (a) la *Defense Logistics Agency* (DLA) — ses besoins ne se limitent pas à des systèmes de défense perfectionnés ou propres à un seul département militaire — la DLA a établi plusieurs centres d'approvisionnement de défense responsables chacun des achats d'un certain nombre de produits différents;
- b) la *Defense Communications Agency*;
- c) la *Defense Nuclear Agency*.

Les politiques et pratiques d'achats du DOD et des départements militaires sont codifiées dans une publication intitulée *Defense Acquisition Regulation* (DAR). On trouvera tout au long du présent texte divers extraits, sections et paragraphes du DAR mais l'envergure de celui-ci nous empêche de reproduire dans ce guide toutes les citations appropriées. Les sociétés canadiennes peuvent consulter le DAR en communiquant avec le Bureau des programmes de défense à Ottawa ou en achetant leur propre exemplaire du *U.S. Superintendent of Documents* (voir paragraphe 2.1.5.2).

Les règlements d'achats des départements militaires et des autres agences les obligent à passer normalement par la Corporation commerciale canadienne (CCC) pour octroyer des marchés principaux sur des produits et services canadiens. La CCC accordera alors un contrat à la société canadienne touchée.

2.1.2 La Corporation commerciale canadienne (CCC)

La Corporation commerciale canadienne (CCC) est une société canadienne de la Couronne établie par une loi du Parlement, pour jouer surtout le rôle d'organisme de négociation de marchés, lorsque

d'autres pays ou des organisations internationales souhaitent acheter des biens et services canadiens du gouvernement. La CCC confie, par voie de sous-traitance, tous les marchés étrangers à l'industrie canadienne.

2.1.3 Procédés de demande de soumissions de l'armée américaine

Le CCC passe des contrats avec le ministère des Approvisionnements et Services pour fournir le "Centre d'approvisionnement pour l'exportation" (CAE), un organisme qui agit au nom de la CCC en tant que "marché principal" pour les agences américaines d'achats de la défense. À ce titre, elle reçoit et distribue aux fournisseurs canadiens les documents de soumission (Bid sets) touchant les besoins militaires des États-Unis. Issus directement des agences américaines d'approvisionnement militaire, ils sont postés directement à la fois à la CCC (CAE) et aux entreprises canadiennes dont les noms figurent sur les listes d'adresses de soumissionnaires (voir 2.1.5 ci-après). Les documents de soumission reçus par la CCC (CAE) sont accompagnés d'une liste de destinataires canadiens qui les ont reçus directement par la poste.

*Les entreprises canadiennes qui s'intéressent au marché militaire américain doivent s'inscrire dès que possible auprès de la CCC/CAE puisque cette dernière doit avoir un dossier sur la société et ses capacités afin de certifier ses soumissions.

Les documents de soumission peuvent prendre la forme d'un APPEL D'OFFRE, d'une DEMANDE DE PROPOSITIONS ou d'une DEMANDE DE PRIX, tel qu'exposé ci-après.

2.1.3.1 Appel d'offres (AO)

L'AO est un mode d'approvisionnement à publicité officielle dont peut se prévaloir, sur demande, tout habitant. Cette méthode est utilisée pour environ 80 % de tous les achats militaires des États-Unis. Puisque chaque AO donne vraisemblablement lieu à une forte concurrence, il est strictement régi par des marches à suivre clairement définies. L'acceptation d'une soumission par l'agence américaine occasionne une adjudication immédiate; l'appel d'offres doit donc être considéré comme un contrat susceptible d'entrer en vigueur au moment de la présentation. On a prévu des modalités d'appel (sur lesquelles on peut se renseigner auprès de la CCC/CAE) pour les soumissionnaires refusés.

L'AO définit, par ses clauses contractuelles, toute restriction susceptible d'empêcher l'octroi d'un marché à un soumissionnaire quelconque (voir le chapitre 5, Limites du programme).

Puisque la soumission acceptée devient immédiatement un contrat nanti d'engagements juridiques, il faut éviter les erreurs quant aux prix et aux livraisons prévues, à l'interprétation des exigences d'emballage, aux spécifications, etc. On ne peut modifier une soumission après son dépouillement, à moins que le soumissionnaire sélectionné ne souhaite rendre son offre plus attrayante pour l'agence américaine.