

LA NORME « WILSON », UN AN APRÈS

par Paul Connors

C'est en Europe qu'ont lieu les plus grandes foires commerciales. Celles-ci exercent souvent un attrait au-delà de l'Europe même, et des participants du Moyen-Orient, du Maghreb, et parfois du monde entier y viennent. Le CeBIT, Telecom, et le Salon de l'aéronautique de Paris/Le Bourget (SAP), pour ne nommer que ceux-là, sont bien connus du Service des délégués commerciaux. La décision que le MAECI a prise d'adopter la nouvelle formule « Wilson » de partage du coût des kiosques nationaux risquait d'avoir des conséquences importantes pour le programme des foires et des missions européennes. Si l'on compare la part du coût récupérée au cours du présent exercice à celle recouvrée au cours d'années financières antérieures, on voit les conséquences qu'a eues l'adaptation à la formule « Wilson ».

Même avant l'introduction de la formule, le Secteur de l'Europe (RGB) avait toujours fixé des parts élevées, notamment dans les domaines de l'informatique et de l'aérospatiale. Le tableau suivant montre le coût des kiosques nationaux par rapport au coût total des projets et au coût direct de ces derniers (critère Wilson). Bien qu'il représente la majeure partie du coût indirect des projets, le budget des déplacements des agents commerciaux se rendant aux kiosques nationaux accroît au maximum l'influence de ces agents aux foires.

PART DU COUT	94/95	95/96	96/97
% du coût total des projets	31,5	47,1	50,0
% du coût direct des projets	35,0	50,3	53,0

Les chiffres de l'AF 1996-1997 correspondent à la part prévue.

Ce ne sont pas des poussières!

La part recueillie dans l'AF 1995-1996 a dépassé 2,4 millions de dollars. On est parvenu à l'augmenter en adoptant deux moyens. Tout d'abord, le Ministère a imputé des taux plus élevés que les taux « Wilson » aux sociétés de moins de 100 employés qui participaient pour les première, deuxième et troisième fois, dans le pays en question, à une foire ou mission qu'il subventionnait. Supposons, par exemple, que le coût direct du projet atteint 9 000 \$ pour neuf mètres carrés. Au lieu de réclamer la part minimale de 3 000 \$, 4 500 \$ et 6 000 \$ les première, deuxième et troisième fois où l'entreprise participait, respectivement, le Ministère a facturé

5 000 \$, 6 000 \$ et 7 000 \$. En second lieu, il a réclaté le coût total aux entreprises de plus de 100 employés ainsi qu'aux gouvernements provinciaux et aux associations.

À RGB, la transition au système « Wilson » s'est faite en douceur, chose assez étonnante, et la majorité des plaintes ont émané des associations. En se montrant disposées à payer la part plus élevée du coût, l'industrie canadienne confirme toute l'importance qu'elle accorde aux grandes foires internationales organisées en Europe; et c'est ce que révèlent aussi les consultations tenues sur la Stratégie canadienne pour le commerce international (SCCI). De nombreuses entreprises acceptent de payer le coût entier ou une part plus grande de ce dernier pour avoir une place dans les kiosques nationaux, au lieu de monter leur kiosque à leurs propres frais.

Autre avantage du système Wilson, les associations ont organisé plus souvent des pavillons pour leurs membres dans des contextes où le MAECI s'en chargeait autrefois. Les 29 exposants au SAP 1995 ont été recrutés avant l'application du système « Wilson », mais 28 d'entre eux seront tenus de payer le coût entier au SAP 1997. Cela étant, l'Association des industries aérospatiales du Canada (AIAC) et les exposants ont décidé de préparer la participation canadienne au SAP en 1997. De même, la Marine Equipment Exporters Association of Canada se charge maintenant d'organiser la délégation et la prestation de notre pays au METS, salon européen des matériels nautiques, et la Société des industries du plastique du Canada fera fort probablement de même pour le prochain salon triennal des plastiques, à Kunststoff, en Europe.

La synergie issue de la formule « Wilson » a influé sur tous les aspects des foires et missions. Comme on le demandait, les missions envoyées à l'étranger sont maintenant entièrement financées. En outre, les missions commencent à percevoir des frais auprès de quiconque affiche sur les murs de ses kiosques d'information ou dépose des dépliants sur les tablettes de ces derniers; par ailleurs, les participants aux missions NEXOS paient maintenant au moins la moitié de ce qu'elles coûtent. À cause de la formule « Wilson » et de la réduction des fonds versés par le Programme de l'expansion du commerce international, il existe maintenant une rigoureuse discipline dans le contexte du programme des foires et missions. On organise moins de foires et de missions, mais le secteur privé assume un rôle plus grand, tant en accordant son soutien qu'en finançant les projets.

Paul Connors est Directeur adjoint, Direction des foires et missions (RENF). Pour communiquer avec lui, composer le 996-5555.