

Progrès récents dans la lutte contre la corruption

Un pas de plus vers le commerce équitable

La corruption pèse lourd sur le commerce équitable à l'échelle internationale. En effet, il faut désormais compter la corruption comme un « bien d'usage » dans le commerce mondial. Or, cette pratique fausse les termes de l'échange. Il s'agit simplement (d'après une étude réalisée conjointement par le Centre Carter et la société PricewaterhouseCoopers) d'une « taxe cachée » sur le commerce. Les exportateurs canadiens se plaignent depuis longtemps d'être défavorisés à l'étranger devant des concurrents sans scrupules d'autres pays qui recourent à la corruption pour assurer la commercialisation de leurs produits. La bonne nouvelle, c'est que l'on s'emploie actuellement à mettre en place des règles du jeu équitables.

Lutter à l'étranger...

En 1999 entré en vigueur une convention de l'OCDE contre la corruption d'agents publics étrangers. Cette convention est aujourd'hui signée par les 30 pays membres de l'OCDE ainsi que par 5 autres pays non membres (l'Argentine, le Brésil, le Chili, la Bulgarie et la Slovénie) qui y ont adhéré volontairement. La ratification de cette convention par le Canada s'est traduite par l'adoption d'une toute nouvelle loi fédérale — la Loi sur la corruption d'agents publics étrangers — qui criminalise la corruption d'agents publics étrangers. La ratification, par le Canada, de cette convention a notamment permis de dépasser le nombre de pays signataires requis pour que la Convention entre en vigueur. Depuis lors, la Convention a été ratifiée et mise en œuvre par la quasi-totalité des autres pays.

En 2000, le Canada, qui était déjà un pays signataire, a déposé son instrument de ratification de la Convention interaméricaine contre la corruption, un puissant traité de l'Organisation des États américains (OEA) qui impose à 28 pays des Amériques de créer, de maintenir et de renforcer des normes rigoureuses afin de lutter contre la corruption et de garantir l'inté-

grité de la fonction publique. Un mécanisme de suivi visant à évaluer l'application de la Convention a aussi été mis en place.

Les conventions de l'OCDE et de l'OEA constituent des progrès importants dans la lutte internationale contre la corruption. Les travaux de l'ONU concernant l'élaboration d'une convention mondiale anticorruption vont bon train — il s'agit là d'un grand pas en avant en seulement soixante années d'existence. On peut s'attendre à l'avenir à des mesures plus rigoureuses reflétant l'intolérance croissante à l'échelle internationale à l'égard du fléau qu'est la corruption.

... et lutter chez soi

Les exportateurs canadiens devraient bien sûr se réjouir de la mise en place de règles du jeu équitables pour tous à l'échelle internationale, mais ils ont aussi un important rôle à jouer à cet égard. En effet, avant d'exiger des autres qu'ils se conforment aux nouvelles conventions, il faut s'assurer qu'on s'y conforme soi-même. Les exportateurs canadiens devront donc accroître leur vigilance relativement aux gestes que posent leurs employés (en particulier leurs agents) qui font des affaires internationales. Une condamnation au criminel en vertu de la nouvelle loi canadienne serait une véritable

catastrophe aux proportions inimaginables pour l'avenir de n'importe quelle entreprise; même une poursuite ou de simples allégations nuiraient fort à la réputation de l'entreprise de l'exportateur.

Un second rôle pour les exportateurs canadiens — mais un rôle tout aussi important — est de ne pas hésiter à porter plainte contre les actes de corruption posés par des concurrents provenant de pays membres de l'OCDE ou de l'OEA auprès des autorités canadiennes pour qu'une intervention diplomatique puisse être envisagée. Il n'en résultera pas nécessairement des sanctions directes, mais le « tapage » que ces plaintes feront dissuaderont d'agir ceux qui donnent les pots-de-vin et ceux qui les acceptent.

Une bonne gestion interne et une diligence raisonnable de la part des exportateurs, par exemple au chapitre de la formation des employés et agents ainsi que de la mise en application, sont essentielles. De telles mesures ne seront pas perdues pour les tiers, c'est-à-dire les autres intervenants sur le marché. En effet, la perception et l'acceptation de l'instauration à l'échelle internationale d'un nouveau régime anticorruption gagneront du terrain, ce qui est essentiel à la mise en place de règles équitables. ✱

Article écrit par M. P. K. Pal, conseiller en déontologie et gestion des sociétés pour le cabinet d'avocats Flavell Kubrick LLP, à Ottawa. M. Pal donne de nombreuses conférences sur l'éthique et la gouvernance et siège au conseil d'administration de la section canadienne de l'organisme Transparency International.

Le homard canadien au menu

— suite de la page 5

Les partenaires associés aux Frères Blanc pour cette grande opération de lancement sont **Air Canada**, **Vacances Air Canada**, Agriculture et Agro-alimentaire Canada (AAC), la Commission canadienne du Tourisme, la **chaîne des Hôtels Fairmont**, et l'ambassade du Canada à Paris.

Un tel événement, hautement médiatisé auprès des consommateurs étrangers, est un formidable véhicule de promotion de l'excellence et de la qualité des produits canadiens. La preuve : plus de 700 tonnes de homard frais canadien sont expédiées vers la France chaque année. L'an dernier, le mois du homard dans ces 9 brasseries de haut de gamme en a écoulé plus de 10 tonnes.

Pour tout renseignement, communiquer avec M^{me} Lucie Tremblay, conseiller (Affaires commerciales), ambassade du Canada à Paris, tél. : (011-33) 1-44-43-23-70, téléc. : (011-33)1-44-43-29-98, courriel : lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca internet : www.amb-canada.fr/ ✱

Salon santé à suivre en Arabie

JEDDAH, ARABIE SAOUDITE — 28 septembre-2 octobre 2003 — **Saudi HealthCare 2003** est une exposition commerciale et conférence internationale sur le thème des soins médicaux, des assurances, des soins dentaires, des produits pharmaceutiques, de l'équipement scientifique et du matériel de laboratoire qui est organisée en parallèle avec **Saudi Hospital**, la plus importante manifestation internationale en Arabie saoudite sur l'infrastructure, les fournitures et les accessoires non médicaux destinés aux hôpitaux.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Rasha Serry, agente de commerce, ambassade du Canada à Riyad, courriel : rasha.serry@dfait-maeci.gc.ca Les frais de participation peuvent être couverts en partie par le MAECI dans le cadre de son Programme de développement des marchés d'exportation (PDME).

Pour plus de renseignements sur le PDME, cliquer sur www.infoexport.gc.ca/pemd/menu-f.asp ✱

GROSSES BOUCHÉES EN ALLEMAGNE

COLOGNE, ALLEMAGNE — 11-15 octobre 2003 — Les entreprises canadiennes qui souhaitent tirer parti des débouchés qui s'offrent dans le secteur agroalimentaire pourront se joindre au pavillon du Canada au salon **ANUGA 2003**. En 2001, cette exposition a attiré plus de 188 000 acheteurs de 147 pays.

La participation canadienne à ANUGA 2003 sera organisée et gérée par Agriculture et Agroalimentaire Canada. Les exposants bénéficieront d'un ensemble de services de grande qualité, dont des installations de télécommunications, des salles de réunion, de l'information commerciale et des renseignements sur le marché ainsi que des services de soutien sur place pour les activités de promotion.

Pour plus de renseignements et pour vous joindre au pavillon du Canada, communiquer avec M. Brian Bonner, agent des affaires internationales, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7642, téléc. : (613) 759-7506, courriel : bonnerb@agr.gc.ca internet pour s'inscrire : <http://ats.agr.ca/events/f3419.htm> ou www.anuga.com ✱

Expo pétrole et gaz naturel

ALMATY, KAZAKHSTAN — 7-10 octobre 2003 — Encouragées par le succès de l'an dernier, les autorités de l'ambassade du Canada à Almaty ont l'intention de monter un kiosque national plus grand à **KIOGE 2003**, l'exposition internationale du Kazakhstan sur le pétrole et le gaz naturel.

Le secteur pétrolier et gazier du Kazakhstan offre des débouchés considérables aux sociétés canadiennes spécialisées dans l'extraction, la transformation, le transport et le stockage du pétrole. Étant donné les caractéristiques particulières des formations pétrolifères au Kazakhstan (grande profondeur, pression, teneur en soufre), les entreprises canadiennes qui maîtrisent des technologies de forage ou de transformation y trouveront de bonnes occa-

sions d'affaires. Il existe aussi des possibilités intéressantes pour les entreprises canadiennes qui fabriquent de l'appareillage pour les champs pétrolifères et gaziers (p. ex., matériel de forage et matériel de tête de puits, arbres de Noël, robinets, pompes, outils de repêchage et compresseurs) et celles qui offrent des services d'ingénierie et de géophysique.

Les entreprises qui veulent s'inscrire comme co-exposant au kiosque du Canada, suivant une formule à frais partagés, sont invitées à communiquer avec les personnes ci-dessous, pour discuter des frais de participation et des services offerts aux exposants. L'attribution de l'espace se fait selon le principe du premier arrivé, premier servi. Les entreprises qui ne sont pas en mesure d'assister à l'événement pourront disposer

Une mission toute santé en Italie

BOLOGNE, ITALIE — 11-14 septembre 2003 — Le consulat général du Canada à Milan organise pour la deuxième année une mission groupant des fabricants canadiens de produits nutraceutiques, de produits de phytothérapie, d'intégrateurs de régime et de vitamines.

Cette mission se rendra à **SANA**, 15^e exposition internationale axée sur les produits naturels, la nutrition, la santé et l'environnement. Les entreprises canadiennes participantes auront l'occasion de présenter leurs produits et leurs documents publicitaires au pavillon du Canada et de rencontrer des exposants et des visiteurs italiens et internationaux.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M^{me} Sandra Marchesi, agente de promotion commerciale, consulat général du Canada à Milan, tél. : (011-39-02) 6758-3351, téléc. : (011-39-02) 6758-3900, courriel : sandra.marchesi@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canada.it or www.sana.it ✱

leur matériel publicitaire dans le kiosque du Canada.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Michael Reshitnyk, délégué commercial, Direction de l'Europe de l'Est, MAECI, tél. : (613) 996-7701, courriel : michael.reshitnyk@dfait-maeci.gc.ca ou, à l'ambassade du Canada au Kazakhstan, avec M^{me} Sophie Bibeau, déléguée commerciale, courriel : sophie.bibeau@dfait-maeci.gc.ca ou M. Arthur Iralin, agent de commerce, courriel : arthur.iralin@dfait-maeci.gc.ca tél. : (011-7-3272) 501-151, téléc. : (011-7-3272) 582-493, internet : www.caspianworld.com ou www.iteca.kz ou www.ite-exhibitions.com/og/kioge/ ✱

Pour un aperçu du marché, consulter la version intégrale à www.infoexport.gc.ca/canadexport — rubrique « Foires et missions commerciales ».