

dans le secteur privé (pour le papier journal, par exemple), ou lorsqu'il s'agit de clients qui font leurs achats en dehors du pays (les sociétés d'exploration et de production pétrolières étrangères qui achètent habituellement le matériel technique courant aux États-Unis, par exemple).

La section commerciale de l'Ambassade, qui entretient des relations avec plusieurs centaines d'agents et de distributeurs, peut vous aider à trouver un représentant qui répond à vos besoins.

Publicité et promotion

La publicité a pris un rapide essor au Pérou au cours des dernières années. La région de Lima, qui compte environ 25 % de la population totale, dont environ 78,4 % d'alphabétisés, est le principal centre de publicité. Le Pérou compte 52 agences publicitaires, dont les principales sont la J. Walter Thompson, Peruana et McCann Erickson Corp. de Lima. Les agences prélèvent habituellement une commission de 15 % du montant brut de la facture. La publicité se fait principalement dans les journaux et les magazines, mais aussi à la radio et la télévision. Parmi les autres médias, signalons les revues spécialisées, les cinémas, les enseignes lumineuses, les foires, les panneaux et le courrier.

Des messages publicitaires sont diffusés sur environ 23 postes de radio commerciaux et à plusieurs stations de télévision qui émettent à partir de la capitale. Seuls les journaux de Lima sont distribués dans tout le pays. Un hebdomadaire, le *Lima Times*, paraît en anglais.

Cotation des prix

Les prix doivent être cotés en dollars américains (coût et fret à Callao). Les entreprises commerciales auraient intérêt à présenter en espagnol leurs cotations, catalogues, illustrations, listes de prix, et autre documentation commerciale, à indiquer les poids et mesures en unités métriques et à fournir des spécifications détaillées sans oublier le prix et le poids des marchandises afin d'aider les importateurs à calculer le montant approximatif du fret et des droits de douane.

Conditions et modalités de paiement

On utilise au Pérou des effets à l'encaissement, mais les lettres de crédit documentaires, payables à vue ou à l'échéance sont plus courantes. Il est conseillé aux