



Nouveautés

Notre rôle

Gestion de la clientèle

Politiques clients

Services aux entreprises

Services aux partenaires

Services additionnels

Support aux postes: les gens

Support aux postes: les outils

Discussion

English

1er décembre 1998

Politiques - Contenu canadien

[> Lettres types](#)
[> Cas](#)

Les services sont offerts aux clients qui :

- offrent un produit ou un service dont le contenu canadien correspond à au moins 50 pour cent;
- engendreront vraisemblablement des avantages économiques pour le Canada.

Faites preuve de jugement au moment d'appliquer cette politique.

Questions et réponses:

Q. Qu'entend-on par "contenu canadien appréciable" ?

R. Un contenu canadien d'au moins 50 pour cent, tel qu'il est défini dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation ([consultez le cas pertinent](#)).

Q. Qu'entend-on par "avantages économiques pour le Canada"?

R. Il s'agit des avantages économiques tirés des produits et services pour lesquels la recherche, le développement, la conception, la gestion, l'assemblage, la finition et la réalisation ou l'entretien ont été effectués au Canada. Autrement dit, a-t-on, au Canada, ajouté une forte valeur au produit ou au service? Par exemple, il pourrait s'agir de pièces réusinées comme de la machinerie industrielle (par opposition à des produits comme les vêtements et les automobiles d'occasion).

Q. En cas de doute, comment puis-je déterminer le contenu canadien et les avantages économiques pour le Canada?

R. Communiquez avec l'entreprise pour obtenir cette information. Faites preuve de jugement quand vous demandez au client quel est le contenu canadien. Si vous avez encore des doutes après avoir obtenu de l'information et que vous n'êtes toujours pas certain de devoir fournir le service, communiquez avec l'Unité d'appui aux postes du Service des délégués commerciaux, Direction des opérations à l'étranger, à Ottawa.

Cas particuliers

Q. Dois-je fournir des services à la filiale d'une entreprise canadienne qui essaie de vendre, à l'intérieur de ma région, un produit manufacturé dans un pays tiers?

R. Oui, si vous estimez que la valeur ajoutée au Canada en termes de recherche, d'ingénierie, de fabrication, de conception, de marketing ou de services est assez considérable pour justifier votre intervention. Exemple: Une entreprise canadienne de télécommunications a développé et conçu un téléphone au Canada, l'a fabriqué en Chine et vous demande maintenant vos services en vue de le vendre ou de le distribuer en Australie.

Q. Dois-je desservir une entreprise canadienne qui essaie de vendre, à