

COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE

*Guide
de l'exportateur
canadien*

stor
HF
1010
.G85E8614
1989
STORAGE

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Canada

वि. सं. १९५५ : १२३०७
१९५५ : १२३०७
१९५५ : १२३०७
१९५५ : १२३०७
१९५५ : १२३०७

(Also available in English)

COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE

Guide de l'exportateur canadien

15-234-002

Pour de plus amples renseignements :

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada
Édifce Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

Direction du commerce, de l'investissement et de la
technologie — Europe de l'Ouest (RWT)
Tél. : (613) 995-9401

Direction de la politique commerciale avec la Communauté
européenne (REM)
Tél. : (613) 995-8297

Centre Info-Export
Tél. 1-800-267-8376

LIBRARY / BIBLIOTHÈQUE

DEPT. OF EXTERNAL AFFAIRS /

MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES

125 SUSSEX

OTTAWA K1A 0G2

1989

MAIN
HF
1010
GB5E8614
1989
STORAGE

TABLE DES MATIÈRES

	page
INTRODUCTION	4
I. LA COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE	5
II. BELGIQUE ET LUXEMBOURG	25
III. DANEMARK	30
IV. ESPAGNE	34
V. FRANCE	39
VI. GRANDE-BRETAGNE	46
VII. GRÈCE	54
VIII. IRLANDE	59
IX. ITALIE	63
X. PAYS-BAS	70
XI. PORTUGAL	75
XII. RÉPUBLIQUE FÉDÉRALE D'ALLEMAGNE	81
XIII. ADRESSES UTILES	89
<i>Délégations commerciales du Canada dans les pays membres de la CEE</i>	89
<i>Centres du commerce international</i>	94
<i>Industrie, Sciences et Technologie Canada</i>	96
<i>Représentants commerciaux des pays membres de la CEE au Canada</i>	97

INTRODUCTION

La Communauté européenne (CE) compte une population d'environ 320 millions d'habitants et fournit près du cinquième de la production mondiale de biens et de services. Il s'agit en fait de l'entité commerciale la plus importante du monde, représentant près du quart du marché mondial, mis à part les échanges entre ses pays membres. La CE est de loin la plus importante concentration de richesse économique, de puissance industrielle et de compétence technologique en dehors de l'Amérique du Nord. Le commerce entre le Canada et la CE est régi par l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce plus communément appelé le GATT ainsi que par un accord cadre de coopération commerciale et économique intervenu en 1976.

L'objet de la présente publication est de sensibiliser les exportateurs canadiens aux intéressants débouchés commerciaux que leur offrent les pays membres de la Communauté européenne. La Direction du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada ainsi que nos délégués commerciaux à l'étranger se feront un plaisir de fournir de plus amples renseignements au sujet des règlements et des conditions dont il est fait état dans la présente publication. On peut aussi s'adresser au Centre du commerce international le plus proche.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada publie également une quantité de brochures destinées à renseigner les exportateurs sur divers sujets et sur ses programmes de promotion et de transfert de la technologie. Pour obtenir des exemplaires de ces brochures, veuillez vous adresser au Centre du commerce international de votre province ou utiliser la ligne sans frais de renseignements sur le commerce.

Les coordonnées des bureaux et organismes dont il est fait mention dans la présente brochure sont données en page titre ainsi qu'à la fin.

I. LA COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE

La Communauté économique européenne (CEE) rassemble 12 pays, à savoir la Belgique, le Danemark, l'Espagne, la France, la Grande-Bretagne, la Grèce, l'Irlande, l'Italie, le Luxembourg, les Pays-Bas, le Portugal et la République fédérale d'Allemagne.

Au sens juridique, il existe trois communautés européennes distinctes qui partagent les mêmes institutions :

- la Communauté européenne du charbon et de l'acier (CECA) créée en 1951;
- la Communauté européenne de l'énergie atomique (EURATOM), créée en 1957; et
- la Communauté économique européenne, créée par le Premier traité de Rome, paraphé le 1^{er} janvier 1958.

En juillet 1968, les six membres fondateurs de la Communauté ont concrétisé leur union douanière en supprimant tout droit de douane et tout contingentement du commerce intérieur. Aujourd'hui, les marchandises circulent librement entre les États membres et tous imposent des droits d'importation uniformes sur une marchandise donnée provenant de tiers pays. (Au 1^{er} juillet 1977, la Grande-Bretagne et l'Irlande ont aligné leurs tarifs extérieurs sur ceux des autres membres de la Communauté, éliminant ainsi le tarif préférentiel accordé aux pays du Commonwealth, dont le Canada.)

En vertu d'une série d'accords de libre-échange intervenus entre la Communauté européenne et ses six pays voisins, soit l'Autriche, la Finlande, l'Islande, la Norvège, la Suède et la Suisse, qui forment l'Association européenne de libre-échange (AELE), les produits industriels circulent maintenant en franchise de droits entre les 18 États. Seuls les produits provenant de la zone de libre-échange profitent de l'exemption de droits. Des règlements fixent le pourcentage maximal, en valeur, de biens ou de services (pièces, matériel ou main-d'œuvre) en provenance de pays tiers qu'il est permis d'ajouter à la valeur totale d'un produit sans que celui-ci cesse de se conformer aux critères d'origine appliqués au commerce entre la CEE et l'AELE.

La Turquie est aussi associée à la CEE, en vertu d'une entente qui prévoit son adhésion future. Par ailleurs, Chypre et Malte ont signé des ententes douanières avec la CEE.

L'Algérie, l'Égypte, Israël, la Jordanie, le Liban, le Maroc, la Syrie et la Tunisie ont pour leur part conclu des ententes de coopération prévoyant l'accès de leurs biens industriels aux marchés de la CEE, ainsi qu'un traitement préférentiel pour leurs produits agricoles.

En 1971, la CEE a mis sur pied un régime de préférences généralisées à l'intention des pays en développement qui permet l'entrée en franchise de produits manufacturés et semi-manufacturés et de quelques produits agricoles transformés, à l'exclusion des matières premières. Le traitement de faveur (en franchise de droits) peut être retiré lorsque certains plafonds établis sont dépassés.

Conformément aux dispositions de la Convention de Lomé, la Communauté accepte en franchise de droits et de contingents tous les produits manufacturés et presque tous les produits agricoles en provenance de 60 pays de l'Afrique, des Antilles et du Pacifique, autrefois territoires dépendants de pays membres de la CEE.

Qu'est-ce-que l'Europe 1992?

Le Marché unique de « l'Europe 1992 » est un programme qui vise à éliminer les obstacles qui constituent encore des entraves à la libre circulation des biens, des capitaux, des services et de la main-d'oeuvre pour ainsi faire de la CE un marché commun véritablement unifié. Cet ambitieux projet a été lancé avec le Livre blanc de 1985 faisant état de près de 300 projets de loi qui devront être adoptés pour libéraliser complètement le commerce. On y proposait notamment des mesures pour réduire 1) les obstacles physiques (contrôles de douane et d'immigration aux frontières), 2) les obstacles techniques (normes techniques, exigences sanitaires et sécuritaires, non-mobilité des travailleurs et des professionnels, etc.) et 3) les obstacles fiscaux (TVA différente selon les États membres).

Pour illustrer la façon dont l'élimination des obstacles permet d'accroître l'efficacité, un « Document administratif unique » a été introduit en 1988 en remplacement des quelque 70 formulaires que devaient fournir les camionneurs qui traversaient des frontières à l'intérieur du territoire de la Communauté.

Un rapport de la CE prédit que la mise en œuvre intégrale du projet de Marché unique pourrait contribuer à faire augmenter le produit intérieur brut (PIB) de 5 p. 100 et à créer entre deux millions et cinq millions d'emplois.

L'Europe 1992 est un programme extrêmement complet qui couvre presque tous les aspects du commerce au sein de la CE. Pour votre gouverne, voici quelques domaines qui seront touchés par le programme du Marché unique :

Normes techniques : L'Europe 1992 prévoit la « reconnaissance mutuelle » des produits ouverts. Pour être plus explicite, un produit dont la vente est autorisée dans un État membre pourra aussi être vendu dans tous les autres États membres sans autre forme d'approbation. La CE travaille à l'élaboration de normes minimales à respecter pour ainsi assurer la protection de la santé et de la sécurité des personnes ainsi que de l'environnement.

Le programme du Marché unique prévoit l'élaboration de normes européennes touchant les télécommunications et l'informatique.

Investissement étranger : L'Europe continuera de réserver un bon accueil aux investissements étrangers. Les sociétés canadiennes surveillent attentivement les travaux de la Commission européenne qui prépare une nouvelle loi sur les sociétés ainsi que les mesures que prend la Communauté pour harmoniser les divers aspects du droit des sociétés, initiatives qui affecteront fort probablement les acquisitions par des intérêts étrangers.

Développement de la technologie : Les programmes technologiques au sein de la Communauté prennent plus d'importance en ce sens qu'en plus de contribuer au développement de la recherche ou de la technologie proprement dite, ils visent à coordonner les efforts nationaux en matière de recherche et de développement. Les grands programmes de R-D de la CE (10 milliards \$ en cinq ans) portent sur l'informatique, les télécommunications, les techniques de fabrication et les matériaux de pointe.

Marchés publics : Le programme Europe 1992 cherche à ouvrir les procédures nationales d'appels d'offres aux sociétés de tous les États membres, surtout dans les secteurs des télécommunications, de l'eau, de l'énergie et des transports.

Secteurs bancaire et financier : La libéralisation des secteurs bancaire et financier pourrait éventuellement déboucher sur une banque centrale européenne et une monnaie commune, mais probablement pas en 1992.

Mesures environnementales : Le programme du Marché unique comprend un certain nombre de mesures directement liées à l'environnement: dont des directives exigeant des études d'incidence environnementale pour les grands projets d'investissement, établissant des calendriers de réduction des émissions polluantes des usines et des véhicules à moteur, et introduisant le régime de responsabilité civile pour les dommages écologiques.

L'initiative Europe 1992 s'est accélérée et a orienté les changements structurels déjà observés dans l'industrie européenne. Ces changements favoriseront les fusions et les acquisitions nationales et transfrontières, les alliances transfrontières en matière de R-D, de production et de commercialisation ainsi que la rationalisation des installations de production à l'échelle de l'Europe.

Le Marché européen de 1992 présente d'importants défis et de grandes possibilités au Canada et à ses entreprises. Il donnera à nos gens d'affaires un meilleur accès à tous les États membres de la CE, mais en contrepartie exigera d'eux qu'ils accroissent leurs investissements en Europe ou qu'ils forment des alliances avec des partenaires européens pour pouvoir tirer pleinement avantage des nouvelles règles. Il ouvrira de nouveaux marchés, comme celui des télécommunications, mais intensifiera aussi la concurrence que des firmes européennes de plus en plus efficaces exerceront en Europe, dans des pays tiers et sur le marché intérieur du Canada.

Coopération Canada-CE en matière d'économie et de sciences et technologie

Le Canada et la Communauté européenne entretiennent dans l'ensemble de très bonnes relations économiques, malgré leurs divergences en matière de pêche et d'agriculture. Le Canada est en fait la seule nation industrialisée non européenne à avoir signé avec la CE un accord cadre de coopération commerciale et économique. L'Accord, signé en 1976, applique aux deux parties le régime de la nation la plus favorisée et encourage la coopération industrielle aux plans des investissements, des coentreprises, des consortiums, des accords de licence et des transferts de technologie.

Aux termes de l'Accord, les représentants du Canada et de la CE se réunissent chaque année pour faire le point sur les activités commerciales courantes et projetées. Ces rencontres officielles vont probablement prendre encore plus d'importance avec le projet de la Communauté d'unifier son marché d'ici à la fin de 1992, donnant ainsi au Canada l'occasion unique de discuter de problèmes économiques et de participer à la vie économique de l'Europe.

Le même Accord a également permis une coopération Canada-CE en matière de sciences et de technologie : huit ententes officielles de recherche et de développement technologique ont été signées depuis 1980 sur l'énergie, les matières premières, la santé et l'environnement.

Ces ententes permettent l'échange de données scientifiques et de chercheurs ainsi que l'établissement de projets conjoints de recherche avec des universités, des laboratoires gouvernementaux et des industries. Le Canada étant entre autres un leader dans la technologie du tritium (un produit dérivé du réacteur canadien CANDU), des équipes de la CE spécialisées dans la recherche sur la fusion comptent déjà des membres canadiens, et des marchés ont été adjugés à des entreprises canadiennes compétentes.

Le Canada explore la possibilité de renforcer sa coopération avec la Communauté européenne dans un certain nombre de domaines de recherche, dont l'environnement, les sources d'énergie non nucléaires, la biotechnologie, les télécommunications, l'informatique et les matériaux de pointe. Le ministre canadien des Sciences et de la Technologie et le Secrétaire d'État aux Affaires extérieures ont réitéré cet intérêt à leurs homologues de la CE et proposé la négociation d'un accord sur la science et la technologie.

La CE est l'un des membres du club ministériel EUREKA, qui réunit 18 pays d'Europe de l'Ouest. Ce club dirige un programme plurisectoriel de développement technologique regroupant 297 projets d'une valeur globale de dix milliards de dollars. Ce programme européen fait appel à la participation de 1 600 firmes et instituts de recherche de l'Europe. Un petit nombre d'entreprises canadiennes ont jusqu'ici réussi à s'immiscer dans des projets EUREKA en s'alliant à des partenaires européens.

Tarifs douaniers

Le Tarif douanier commun (TDC) de la CEE, qui s'applique aux marchandises importées de pays tiers, dont le Canada, s'inspire du Système international harmonisé de classification tarifaire.

Le 1^{er} janvier 1988, le Système harmonisé a été adopté par la CEE et par la plupart des autres nations industrialisées (y compris le Canada et les États-Unis). Ce système se fonde sur la Nomenclature du Conseil de coopération douanière.

Dans les pays de la Communauté, les droits de douane sont prélevés sous forme de droits « *ad valorem* » ou de droits « spécifiques ». Le TDC utilise en grande partie les droits *ad valorem* qui sont imposés sur un pourcentage de la valeur déclarée, telle que définie dans les règlements de la CEE (voir la section « Valeur en douane »). Dans les autres classifications où sont imposés des droits spécifiques, le tarif est calculé à l'unité, au poids net ou selon toute autre mesure de quantité spécifiée.

On peut obtenir des renseignements concernant la classification des produits canadiens dans le TDC et les frais de douane afférents en communiquant avec la Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Valeur en douane

Un accord international sur la valeur en douane a fixé des normes uniformes pour l'établissement de la valeur des marchandises importées aux fins du calcul des droits de douane *ad valorem*.

S'il n'existe aucun lien entre l'importateur et l'exportateur, les autorités douanières fixent la valeur en douane d'après le prix effectivement payé ou payable au moment de la vente des marchandises aux fins d'exportation (le « prix transactionnel »). Le prix pourrait être ajusté dans certains cas prévus dans l'accord.

Si le prix transactionnel ne peut être utilisé comme valeur en douane, les autorités douanières établiront cette valeur en utilisant les méthodes sous-mentionnées dans l'ordre suivant :

1. le prix transactionnel pour des marchandises identiques vendues à l'exportation au même pays;
2. le prix transactionnel pour des marchandises analogues vendues à l'exportation au même pays;
3. le prix auquel les marchandises importées ou, encore des marchandises identiques ou analogues sont revendues dans le pays d'importation à des personnes n'ayant aucun lien, ajusté de manière à tenir compte des frais et des profits normaux après l'importation; et

4. une valeur « calculée » d'après le coût de production majoré des dépenses et des profits normaux.

À la demande de l'importateur, l'ordre de mise en application des deux dernières méthodes de calcul de la valeur en douane peut être inversé.

Si la valeur en douane ne peut être déterminée à l'aide de ces méthodes, elle peut l'être en utilisant pour ce faire des « moyens raisonnables » qui sont conformes aux dispositions de cet accord et de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT).

Les emballages des produits importés sont assujettis aux mêmes droits que le produit lui-même. S'il s'agit d'un emballage différent du type habituellement utilisé pour ce genre de produit, qui peut être utilisé à d'autres fins que l'emballage, ou si ce type d'emballage a été utilisé afin de ne pas payer les droits autrement applicables, cet emballage est assujetti aux droits qui lui seraient normalement imposables dans le cas d'une livraison distincte.

Droits antidumping et droits compensateurs

D'après les statuts et règlements, le Conseil des ministres et la Commission (l'exécutif) de la CE doivent veiller à l'application des contrôles antidumping à l'intérieur de la Communauté. Toutefois, il incombe aux pays membres de traiter les demandes de révision des règlements, de soumettre les détails pertinents, et de demander une intervention immédiate sur le marché (droits antidumping temporaires), et de voir à l'application des décisions du Conseil.

En vertu de la réglementation antidumping, la Commission a le pouvoir d'imposer des droits antidumping sur les importations provenant de n'importe quel pays si celles-ci sont vendues à perte ou si elles sont subventionnées. Il est d'ailleurs dans l'intérêt de la Communauté de prendre de telles mesures lorsque les autorités sont convaincues que les ventes à perte ou la subvention causent ou menacent de causer un tort sensible à l'une des industries des pays de la Communauté ou, encore, retardent matériellement l'établissement d'une industrie dans la Communauté.

Les marchandises sont généralement considérées comme vendues à perte lorsque le prix d'exportation fixé est inférieur à celui de la juste valeur marchande dans le pays d'origine. Le prix auquel se vendent des produits identiques ou comparables, au cours normal du marché dans le pays

d'origine, constitue la juste valeur marchande. Cependant, ce prix peut être rajusté pour que la comparaison entre la juste valeur marchande et le prix d'exportation soit équitable.

Des droits compensateurs sont imposés lorsque des exportations subventionnées par le gouvernement du pays exportateur sont vendues à un prix inférieur au prix demandé sur le marché national et menacent ainsi l'industrie du pays importateur. L'aide financière comprend toute prime ou subvention accordée directement ou indirectement par un gouvernement ou une autre autorité aux fins de la production ou de l'exportation de produits.

Si les faits portés à leur connaissance prouvent qu'il y a réellement vente à perte ou aide financière et que celles-ci causent ou menacent de causer un tort sensible à une industrie de la Communauté, les autorités peuvent aussi imposer des frais provisoires en attendant les résultats d'une enquête approfondie. Aucun droit ne peut être imposé en vertu d'une ordonnance de frais provisoires, mais une garantie (habituellement un dépôt en espèces) peut être exigé pour couvrir tout droit susceptible d'être imposé. La durée de validité des ordonnances de frais provisoires est habituellement de trois mois. Dans le cas d'importations provenant de pays signataires du Code anti-dumping du GATT (dont le Canada), la Commission prolongera cette durée de six mois si les exportateurs et les importateurs en cause en font la demande.

Avant que l'enquête ne débute, la Commission doit informer toutes les parties en cause des détails de l'affaire en publiant un avis dans le *Journal officiel de la Communauté européenne*. De même, le gouvernement canadien et tout exportateur canadien directement intéressé est informé lorsqu'une enquête est envisagée.

Le manufacturier et l'exportateur étrangers de même que l'importateur du produit en question sont tenus de fournir toute preuve demandée relativement à une plainte de dumping et présenter toute objection à l'appui de leur position. De même, les consommateurs et les utilisateurs de produits importés peuvent exprimer leur opinion, puisqu'il appartient à la Commission de déterminer s'il y a lieu d'imposer un droit quelconque pour protéger les intérêts de la Communauté. La Communauté n'a pas le pouvoir d'obliger une personne à lui fournir des renseignements, mais il est dans l'intérêt de toutes les parties de prendre des décisions éclairées, à la lumière de faits et de considérations pertinentes.

Des représentations verbales ou écrites peuvent être faites auprès de la Commission. Pour faciliter ces représentations, toutes les parties en cause peuvent obtenir un résumé confidentiel de la demande. Il n'y a pas d'audiences publiques et habituellement pas de confrontation entre les diverses parties en cause.

Barrières non tarifaires

Les barrières non tarifaires sont des mesures et des pratiques susceptibles d'entraver directement ou indirectement les échanges commerciaux. Bien qu'elles puissent être justifiées dans certains cas (règlements pour la santé et la sécurité), elles peuvent être en soi des entraves à la libre circulation des marchandises. Maintenant que les négociations commerciales réduisent les barrières tarifaires et que la libéralisation du commerce est encouragée, les barrières non tarifaires revêtent une importance grandissante.

Dans les pays de la CEE, les barrières non tarifaires qui touchent les secteurs agricole et sidérurgique sont imposées par la CEE, tandis que celles qui touchent les produits industriels sont imposées par les États membres.

Les barrières non tarifaires qui nuisent aux exportations du Canada vers les pays de la Communauté comprennent les certificats sanitaires pour les plantes et pour les animaux, les licences, les normes et les politiques d'achat des gouvernements.

Droits variables. Des droits variables sont perçus sur l'importation d'un grand nombre de produits agricoles. Le calcul de ces droits varie selon les produits, mais ils représentent généralement l'écart entre le prix du produit sur le marché mondial et le prix de soutien de la CEE, plus un certain montant visant à privilégier les produits de la Communauté.

Règlements relatifs au prix minimal. Un prix minimal, ou prix de référence, est établi pour les pommes, cerises, pêches, poires, prunes, maïs en grains, tomates et autres fruits et légumes frais, ainsi que pour certains produits de l'acier. Ce prix est établi d'après les prix de ces produits sur le marché de la Communauté. Des droits compensatoires sont perçus sur les produits importés qui sont vendus à un prix inférieur au prix de référence.

Les délégations commerciales du Canada dans les pays membres de la CEE tiennent toujours compte de ces facteurs lorsqu'elles répondent aux demandes de renseignements des exportateurs canadiens.

Les exportateurs doivent donc être prêts à se conformer aux directives spécifiques d'agents ou d'importateurs, car les barrières non tarifaires peuvent être temporaires ou imposées uniquement durant certaines périodes précises de l'année.

Documentation

Aucune facture de douane précise n'est requise pour dédouaner les marchandises canadiennes dans les divers États membres de la CEE. En général, il suffit d'utiliser les factures commerciales courantes de l'exportateur et les documents d'envoi habituels pour les marchandises exportées. Les renseignements suivants peuvent toutefois vous être utiles :

Facture commerciale. Normalement, il suffit de fournir deux copies de la facture commerciale sur laquelle il est fait état de tous les détails nécessaires à l'établissement de la valeur coût, assurance, fret (CAF). Bien qu'aucune forme ou teneur particulière de facture commerciale ne soit prescrite, nous vous conseillons d'y faire mention des détails suivants :

- la date et le lieu de l'envoi;
- l'étiquetage des paquets et leur ordre numérique;
- la description exacte des produits : nature, quantité, qualité, poids (brut et net, de préférence en unités métriques) en soulignant les facteurs qui pourraient en modifier la valeur;
- le prix convenu des produits, y compris le coût unitaire et le coût total franco à bord (FOB) à l'usine plus expédition, assurance et autres frais;
- les conditions de livraison et de paiement; et
- la signature d'un agent responsable de l'entreprise expéditrice.

Il n'est habituellement pas nécessaire de se procurer un certificat de la Chambre de commerce ni de faire authentifier la facture par le consul.

Lancée par la Chambre de commerce internationale, la publication *Incoterms* est utilisée dans toute l'Europe pour éviter les malentendus quant aux responsabilités des acheteurs et des vendeurs. Les exportateurs canadiens auraient avantage à se reporter aux définitions et aux procédures décrites dans les publications *Incoterms* et *Guide pour les Incoterms*, que l'on peut se procurer aux adresses suivantes :

CCI Services S.A.R.L.
38, cours Albert 1^{er}
75088 Paris
France
Téléphone : 261-8597
Télex : 650770

Délégations commerciales canadiennes :

1080, Beaver Hall
Bureau n° 1630
Montréal (Québec)
Canada H2Z 1T2
Téléphone : (514) 866-4334

200, rue Elgin
Bureau n° 301
Ottawa (Ontario)
Canada K2P 2J7
Téléphone : (613) 238-4000

Certificat d'origine. Sauf pour les produits textiles et les vêtements, un certificat d'origine n'est habituellement pas exigé pour les produits importés du Canada. L'importateur peut toutefois l'exiger pour des importations contingentes de certains produits tels les vins, les textiles, etc. Les exemplaires de ce certificat doivent être fournis sur les formulaires courants vendus par les imprimeurs commerciaux. Les certificats d'origine, lorsqu'ils sont requis, doivent habituellement être authentifiés par une Chambre de commerce, un *Board of Trade* ou un autre organisme semblable.

Connaissance. Aucun règlement ne précise le type de formulaire à employer ni le nombre de connaissances requis pour un envoi en particulier. Un connaissance contient habituellement les renseignements suivants :

- le nom de l'expéditeur;
- les nom et adresse du destinataire;
- le port de destination;
- la description des produits;
- la liste détaillée des frais de transport et autres coûts;
- le nombre de connaissances constituant le jeu complet; et
- la date et la signature du transporteur officiel accusant ainsi réception des produits à expédier.

Les renseignements donnés doivent correspondre à ceux qui figurent sur les factures et les paquets. Les connaissances sans transbordement ou sur demande sont acceptés. Pour les envois par cargo aérien, le connaissance aérien remplace le connaissance ordinaire.

Note de colisage. Bien qu'elle ne soit pas exigée, la note de colisage permet d'accélérer le dédouanement de la marchandise au port d'entrée. Cette note doit fournir une description exacte et détaillée du contenu de chaque caisse ou conteneur compris dans l'envoi et mentionner les poids net et brut ainsi que la valeur CAF de chaque produit.

Certificats sanitaires et phytosanitaires. Pour exporter des plantes, des produits végétaux, des animaux ou des produits d'origine animale dans la Communauté, il faut habituellement se procurer un certificat sanitaire délivré par Agriculture Canada. Si vous vous proposez d'entrer sur ces marchés, il serait souhaitable de communiquer avec la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments d'Agriculture Canada à Ottawa concernant les animaux et les produits d'origine animale ainsi que les plantes et les produits végétaux, ou de vous adresser à un bureau d'Agriculture Canada dans votre région pour déterminer les conditions à remplir au moment de l'envoi de ces produits à la Communauté européenne.

Remarques complémentaires. Dans toute la mesure du possible, envoyez sous pli séparé la documentation requise au destinataire avant l'envoi des marchandises afin que les Douanes puissent en prendre connaissance en même temps que les documents d'entrée. Le fait de placer ces documents dans le colis expédié occasionnera des

retards. En outre, les destinations et les descriptions qui figurent sur les documents doivent être rédigées suivant les termes du Tarif douanier commun ou du tarif douanier en vigueur dans le pays de destination et, autant que possible, dans la langue de l'État membre auquel sont destinés les produits. Les documents en français ou en anglais sont toutefois acceptés partout dans la Communauté, sauf en France, où ils doivent absolument être rédigés en français.

Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA

Qu'est-ce qu'un carnet? Le carnet (Admission temporaire), couramment appelé carnet ATA, est un document douanier spécial qui simplifie les formalités douanières pour les gens d'affaires et les professionnels désirant importer sur une base temporaire des échantillons commerciaux, du matériel professionnel et des produits connexes dans la plupart des principaux pays.

Le carnet consiste en une chemise verte qui renferme un certain nombre de feuilles douanières de couleurs différentes. Il y a deux feuilles blanches pour chaque pays visité : l'une utilisée à l'entrée et l'autre à la sortie. Des lignes pointillées perforées séparent ces feuilles en talons (en haut) et en volets détachables (en bas). Les volets sont estampillés, signés et conservés par les autorités douanières à l'entrée comme à la sortie d'un pays. Les talons, également estampillés et signés par les Douanes, restent dans la chemise du carnet. Il y a aussi deux feuilles jaunes (comprenant talons et volets) utilisées à la sortie du Canada et au retour au pays. Lorsque la marchandise est transportée d'une frontière à une autre entre deux pays, des feuilles bleues se trouveront aussi dans la chemise.

Votre carnet sera préparé en fonction de vos besoins.

Pourquoi utiliser un carnet? Le carnet constitue une aide précieuse qui accélère et facilite le transport de produits importés sur une base temporaire. Son utilisation permet d'éviter certaines formalités douanières comme la préparation du formulaire de déclaration nationale ou l'achat d'un cautionnement douanier à des fins de nantissement à chaque barrière douanière, lesquelles exigent efforts, temps et argent. Le carnet permet donc au voyageur de commerce :

- de se servir d'un seul carnet pour le transport des produits qui passeront à la douane de plusieurs pays au cours d'un même voyage;
- de prendre les dispositions douanières requises par les pays où il doit se rendre;
- de remplir rapidement les conditions requises à un coût fixé à l'avance; et
- d'effectuer autant de voyages qu'il en a l'intention pendant la période de validité du carnet qui est d'un an.

Qui peut se servir d'un carnet? Les représentants (vendeurs, techniciens, représentants d'organismes de réglementation professionnelle, équipes professionnelles) d'entreprises canadiennes voyageant à l'étranger, peuvent se servir d'un carnet qu'ils trouveront d'ailleurs fort utile.

Quelle est la durée de validité d'un carnet? Un carnet est valable pendant un an à compter de sa date d'émission. Cette période ne peut être prolongée et tous les articles inscrits dans un carnet doivent être ramenés au Canada à l'échéance de celui-ci.

Combien de temps faut-il prévoir pour obtenir un carnet? Il faut compter quatre jours à compter de la réception de la demande par la Chambre de commerce du Canada. Ce délai peut toutefois varier selon le nombre de demandes reçues pendant la même période.

Dans quels pays peut-on se servir des carnets? Les carnets peuvent être émis pour utilisation dans tous les pays de la CEE.

C'est la Chambre de commerce du Canada qui émet les carnets ATA, et qui s'occupe de l'administration du système et de l'émission de garanties au Canada.

On peut obtenir de plus amples renseignements sur le carnet ATA ainsi que des formules de demande de carnet en s'adressant à :

Carnet Canada
La Chambre de commerce du Canada
1080, côte du Beaver Hall
Bureau 1730
Montréal (Québec)
H2Z 1T2
Téléphone : (514) 866-4334

ou à

Carnet Canada
The Canadian Chamber of Commerce
Richmond — Adelaide Centre, Suite 2109
120 Adelaide Street West
Toronto (Ontario)
Canada M5H 1T1
Téléphone : (416) 868-6415
Télécopieur : (416) 868-0189

ou à

La Chambre de commerce du Canada
55, rue Metcalfe, bureau 1160
Ottawa (Ontario)
Canada K1P 6N4
Téléphone : (613) 238-4000
Télécopieur : (613) 238-7643

Étiquetage, emballage et publicité des aliments

La CEE a des directives qui régissent l'étiquetage, l'emballage et la publicité des aliments préemballés destinés au commerce de détail. Les produits qui ne respectent pas les normes établies ne sont pas acceptés dans les pays de la CEE.

Pour la gouverne de ceux qui exportent dans la Communauté des produits alimentaires préemballés, voici les grandes lignes de ces directives :

L'étiquette doit faire mention :

- du nom commercial du produit;
- de la liste des ingrédients qui le compose;
- de la quantité nette contenue dans l'emballage, exprimée en unités métriques;
- de la durée minimale (de conservation);
- des conditions d'entreposage recommandées ou des méthodes de préparation particulières;
- des nom et adresse du fabricant ou de l'emballleur, ou du distributeur établi dans la Communauté;
- du pays d'origine du produit; et
- du mode d'emploi dans le cas où l'acheteur a besoin d'instructions pour apprêter le produit.

Si le produit est prêt pour la consommation, l'étiquette doit également indiquer si le contenu a été cuit à la vapeur, bouilli, fumé, séché à froid, pulvérisé, congelé ou préparé de quelque autre manière.

L'étiquetage qui sera jugé trompeur du point de vue de l'origine, de la composition, de la quantité, de l'identification, des caractéristiques, du mode de fabrication ou de production, sera proscrit et le commerce du produit en cause sera alors interdit.

La langue employée dans l'étiquetage ou la publicité doit être celle de l'État membre auquel les marchandises sont destinées. Les autres langues reconnues par la Communauté sont acceptables dans certains cas. Les caractères des lettres doivent avoir au moins 1,5 mm de hauteur et pas moins du dixième de la grosseur des plus gros caractères employés sur l'étiquette qui, eux, ne doivent toutefois pas dépasser 5 mm de hauteur.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'étiquetage des produits alimentaires destinés aux pays membres de la CEE, veuillez vous adresser à la Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Taxes à la valeur ajoutée (TVA)

La plupart des produits vendus dans la CEE, qu'ils soient importés ou fabriqués dans un des pays membres, sont assujettis à une taxe à la valeur ajoutée. Cette taxe est

appelée par les francophones « TVA » (taxe à la valeur ajoutée) et « VAT » (value-added tax) par les anglophones. Tous les pays de la Communauté ont une méthode uniforme d'application de la TVA, mais les taux appliqués varient d'un pays à l'autre.

Dans certains cas, il existe deux ou trois catégories de taux : le taux courant, le taux moins élevé ou exemption visant les denrées alimentaires ou autres produits essentiels, et le taux plus élevé ou principal applicable aux produits de luxe et aux articles non essentiels.

À compter de janvier 1989, le taux courant de la TVA des pays de la CEE est le suivant :

Belgique	19 %
Danemark	22 %
Espagne	12 %
France	18,6 %
Grèce	16 %
Irlande	25 %
Italie	19 %
Grande-Bretagne (R.-U.)	15 %
Luxembourg	12 %
Pays-Bas	18,5 %
Portugal	17 %
République fédérale d'Allemagne	14 %

La taxe à la valeur ajoutée payée dans un pays membre sur les marchandises vendues entre les pays de la CEE peut être recouvrée sur présentation d'un document prouvant que les marchandises, déjà assujetties à la TVA dans le pays d'exportation, ont été expédiées dans un autre pays membre de la CEE.

La taxe à la valeur ajoutée est calculée à partir de la valeur à l'acquitté des produits importés. On peut obtenir de plus amples renseignements concernant les taux imposés par les États membres de la Communauté en s'adressant à la Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Les demandes doivent comprendre si possible une description détaillée du produit, dont le numéro SH (système harmonisé) et le pays de destination.

Politique de concurrence de la CEE

La politique de concurrence de la Communauté est sévère. Les accords restrictifs comme le partage du marché sont

strictement interdits et les situations de quasi-monopole ne doivent pas être exploitées à outrance.

La Commission tire son mandat du traité de Rome qui interdit explicitement les accords visant à restreindre le commerce, y compris ceux qui fixent les prix, limitent la production et découpent les marchés sans avantager le consommateur. Ces règlements s'appliquent aux accords intérieurs entre au moins deux sociétés nationales et aux ententes conclues entre les entreprises de la CEE et celles de tiers pays. Le traité de Rome proscrie tout « abus de situation de quasi-monopole » dans la CEE, qui nuirait au commerce entre les États membres. Toutefois, le traité ne définit pas l'expression « situation de quasi-monopole ».

Outre la réglementation de la Communauté sur les pratiques restrictives et abusives, chaque État membre a ses propres règlements dans ce domaine, ce qui, par le passé, a entraîné des malentendus. Les conflits peuvent être résolus à partir des principes directeurs établis par la Cour de justice de la Communauté européenne. C'est la loi de la Communauté qui prévaut et celle-ci doit être appliquée intégralement et uniformément à l'échelle du Marché commun.

Uniformisation des normes industrielles

La Communauté estime que la diversité des normes en vigueur dans les États membres constitue un obstacle technique au commerce. Elle a donc mis sur pied un programme permanent d'uniformisation des normes.

La Communauté a entrepris une étude approfondie de toutes les barrières matérielles, techniques et fiscales qui entravent le commerce et gênent les activités menées à l'échelle de la Communauté par l'industrie et les particuliers. En juin 1985, elle a publié un livre blanc qui contenait trois cents propositions visant à éliminer ces barrières et ainsi créer un véritable marché unique en Europe. Le livre blanc a été présenté aux chefs des gouvernements de la Communauté européenne, qui y ont donné leur aval et se sont engagés à remplir toutes les conditions nécessaires à la création d'un marché unique d'ici 1992.

Un grand nombre des propositions générales contenues dans le livre blanc ont été adoptées. Dans le secteur industriel, des directives précises ont été émises. Il incombe à chaque État membre de faire respecter les normes de la CEE.

Les normes qui ont déjà été uniformisées ont surtout trait aux transporteurs routiers, aux automobiles, aux tracteurs agricoles et au matériel météorologique. Il est généralement reconnu que les normes nationales demeurent en vigueur jusqu'à l'approbation d'une directive par le Conseil et sa publication dans le journal officiel de la CEE.

Les exportateurs de produits ou de matériel industriels peuvent continuer à obtenir de leurs clients l'aide nécessaire concernant les normes à observer pour les envois en Europe. Si les parties intéressées sont avisées de modifier les produits à exporter vers la Communauté, elles peuvent communiquer avec la Direction du secteur industriel pertinent d'Industrie, Sciences et Technologie Canada pour vérifier le règlement de la CEE ou pour faire préciser une directive particulière.

Politique agricole commune de la CEE

Depuis son entrée en vigueur en 1962, la Politique agricole commune (PAC) de la CEE a exercé une influence considérable sur la production et le commerce des produits agricoles dans les États membres de la Communauté européenne et même à l'échelle internationale. Les éléments de base de cette politique comprennent la suppression des obstacles au commerce intracommunautaire, l'établissement de prix de soutien intérieurs et une réglementation commune concernant les importations et les exportations.

Par l'intermédiaire des organismes interventionnistes qui achètent les produits agricoles à des niveaux de prix fixés à l'avance, la CEE a maintenu sur le marché intérieur les prix de la plupart des produits agricoles à des niveaux généralement bien supérieurs à ceux du marché mondial. Elle y est parvenue en protégeant le marché intérieur de la concurrence étrangère au moyen de droits d'importation variables, empêchant ainsi la vente de produits étrangers dans la CEE à des prix inférieurs aux prix locaux et faisant en sorte que seuls sont importés les produits qui ne peuvent être fournis par la Communauté.

Les prix élevés qui ont cours sur le marché intérieur ont stimulé la production agricole de la Communauté et entraîné des surplus de produits tels que le bœuf, le lait en poudre et le beurre. Pour permettre aux exportateurs de la Communauté de vendre ces produits sur les marchés mondiaux à des prix concurrentiels, une remise (subvention) leur est versée afin de combler l'écart entre les prix élevés de la Communauté et les prix mondiaux. Dans certains cas, cette

subvention a placé les exportateurs de produits agricoles de la CEE en situation avantageuse sur certains marchés par rapport aux exportateurs d'autres pays.

La Politique agricole commune est financée par le Fonds européen d'orientation et de garantie agricole, qui tire environ les deux tiers de ses revenus des droits de douane et des droits d'importation de produits agricoles. Le troisième tiers des revenus du Fonds provient des contributions versées par les États membres.

Bien que la CEE constitue le plus vaste marché d'exportation pour les produits agricoles du Canada, ce marché est néanmoins difficile à percer en raison de la politique agricole commune de la Communauté.

II. LA BELGIQUE ET LE LUXEMBOURG

Observations générales

La Belgique est un pays moderne et très industrialisé. Son secteur tertiaire (services) est en pleine expansion, tandis que ses secteurs de production industrielle et de fabrication traditionnelle accusent un léger recul.

En situation de dépendance en ce qui a trait aux matières premières, la Belgique a fondé son économie sur la force et l'efficacité de ses industries de transformation, et sa localisation de choix, aux portes de l'Europe septentrionale constitue toujours un de ses atouts majeurs. Depuis 1975, les secteurs de l'acier, de la métallurgie, de la production des machines et du matériel de transport ont perdu de l'importance au profit de l'électronique, des produits chimiques élaborés, des produits pharmaceutiques, des produits agro-alimentaires, et du secteur tertiaire. Mais les relations commerciales entre la Belgique et le Canada commencent seulement à refléter ces nouvelles tendances, les produits minéraux, forestiers et alimentaires représentant toujours la part principale de nos exportations et les produits belges importés étant essentiellement des produits de l'industrie sidérurgique, de l'outillage, du matériel de transport, des produits chimiques et pharmaceutiques et des diamants.

Bien qu'elle ne compte que 10 millions d'habitants, la Belgique se classe au dixième rang mondial par l'importance de ses exportations et de ses importations. En outre, avec un commerce extérieur représentant 70 p. 100 de son produit national brut (PNB), l'économie belge est la plus ouverte du monde industrialisé, même si le pays applique le tarif extérieur commun de la CEE. Au sein de la CE, et tout particulièrement pour les trois pays limitrophes que sont l'Allemagne, la France et les Pays-Bas, la Belgique représente un lieu de transit important. Le pays sert également de base de fabrication des produits destinés à l'Europe occidentale et, en tant que marché-test, elle est très représentative de ses voisins plus grands. Ces caractéristiques, conjuguées à la possibilité d'utiliser le français ou l'anglais pour les transactions et discussions d'affaires, fournissent ainsi aux exportateurs canadiens un excellent point de

départ pour tout ce qui a trait aux ventes ou aux investissements dans un marché européen unifié.

Une certaine connaissance de la politique interne belge peut s'avérer utile. Le pays est divisé en deux grandes régions linguistiques, les Néerlandophones (ou Flamands) occupant le nord du pays et les Francophones (ou Wallons) occupant le sud du pays. Une troisième région linguistique moins importante, située à l'est, regroupe la communauté germanophone belge. Tout au long de son histoire, la Belgique a connu (et connaît encore) des conflits opposant Flamands et Wallons et un système gouvernemental fédéral vient d'être instauré afin de donner une plus grande indépendance à chaque groupe linguistique/culturel. Bruxelles, la capitale, est officiellement bilingue et jouit à ce titre d'un statut particulier. Toute personne désireuse de faire des affaires en Belgique se doit d'être sensible aux différences régionales y existant.

On peut facilement obtenir des données statistiques sur l'économie et l'industrie belges en s'adressant au gouvernement, aux banques ou aux associations commerciales. Ces dernières offrent une foule de renseignements sur les secteurs manufacturiers et de services.

Comment pénétrer le marché belge

La Belgique, bien que réceptive au commerce avec l'étranger, demeure un marché hautement compétitif et raffiné, où les produits des pays membres de la CEE et les produits non agricoles de l'Association européenne de libre-échange (AELE) entrent en franchise de droits. Les entreprises canadiennes qui espèrent trouver des débouchés sur le marché belge doivent surmonter l'obstacle du Tarif extérieur commun (TEC) et soutenir la concurrence en termes de qualité, de prix et de livraison.

Comment faut-il aborder ce marché? Il nous est impossible d'apporter une réponse qui soit valable dans tous les cas, étant donné que les différents produits se vendent de diverses façons et que chaque fabricant utilise une méthode d'exploitation qui lui est propre. Dans certains cas, les ventes directes constituent la meilleure solution, particulièrement pour ceux qui font affaire avec une entreprise ayant de nombreuses succursales ou avec un ou quelques clients industriels importants.

La plupart des entreprises canadiennes ont recours aux services d'un représentant ou d'un importateur-distributeur.

Il existe divers organismes de ce genre en Belgique, mais l'exportateur doit prendre soin de choisir l'entreprise la plus compétente dans son secteur. En raison de la concurrence très vive qui s'exerce sur le marché, il est parfois difficile de trouver les représentants idéaux qui ne sont déjà surchargés ou qui ne travaillent pas pour le compte d'un compétiteur.

Bien que certains représentants se limitent à des régions particulières du pays, la plupart ont comme territoire l'ensemble de la Belgique, et parfois même le Luxembourg. Quelques-unes des grandes entreprises ont des filiales aux Pays-Bas, dans le nord de la France ou en Allemagne de l'Ouest, mais la chose est de moins en moins courante. En raison de la dimension relativement restreinte du marché qu'ils desservent, la plupart des distributeurs ont tendance à offrir une gamme plus variée de produits que ne le font les Américains.

Le choix d'un agent ou d'un représentant est une question qui mérite réflexion. Ces ententes lient les parties en cause et ne peuvent être dénoncées qu'en conformité avec les lois locales. Il est donc fortement recommandé de conclure une entente pour une période d'essai d'une durée déterminée plutôt qu'une entente d'une durée illimitée. Il serait sage de recourir aux services d'un conseiller juridique compétent avant de prendre un engagement formel.

L'expérience révèle que le meilleur moyen de choisir un distributeur est de le rencontrer. Les lettres, les brochures et les rapports sur la solvabilité ont certes leur utilité, mais ils ne permettent pas à l'éventuel représentant de vous poser directement des questions sur le produit, ni ne vous permettent à vous d'évaluer le distributeur et son enthousiasme à promouvoir vos produits. Les services commerciaux de l'Ambassade du Canada à Bruxelles sont toujours disposés à vous conseiller et à vous aider à fixer des rendez-vous avec les représentants susceptibles de vous convenir.

Vous pouvez également obtenir un entretien personnel avec des distributeurs en participant à des foires commerciales ou en les visitant. Bien que plusieurs foires locales et quelques foires internationales importantes aient lieu chaque année en Belgique, bon nombre d'entreprises canadiennes considèrent qu'elles obtiennent d'aussi bons résultats en participant aux grandes foires internationales qui se tiennent régulièrement en Europe, particulièrement en Allemagne de l'Ouest, en France et aux Pays-Bas. Les agents

belges les plus efficaces et les plus dynamiques assistent habituellement à ces foires.

On peut facilement être tenté de considérer le marché belge comme une simple extension des marchés français, néerlandais ou allemand, mais, pour la plupart des fournisseurs, la Belgique offre un marché unique qu'il convient d'aborder d'une façon particulière.

Certes, la Belgique présente les mêmes caractéristiques que nombre d'autres marchés européens du Nord et c'est d'ailleurs pour cette raison qu'un grand nombre d'entreprises en font leur tête de pont en Europe. L'expérience acquise sur ce marché est souvent précieuse et constitue incontestablement une bonne préparation avant de s'attaquer au marché de la France et de l'Allemagne de l'Ouest.

Quand planifier son voyage d'affaires

Vous serez toujours bien accueilli en Belgique, sauf qu'il est préférable d'éviter les mois de juillet et d'août qui coïncident avec la période des vacances estivales, la période du 20 décembre au 6 janvier ainsi que la semaine qui précède et celle qui suit Pâques; de même que les jours fériés suivants :

Jour de l'an : 1^{er} janvier

Dimanche et lundi de Pâques

Fête du travail : 1^{er} mai

Ascension : mars-avril†

Le dimanche de la Pentecôte : mars-avril†

Jour de la communauté néerlandaise : 11 juillet

Jour du souvenir national : 21 juillet

L'Assomption : 15 août

Jour de la communauté francophone : 27 septembre

Fête de la Toussaint : 1^{er} novembre et 2 novembre*

Armistice : 11 novembre

Jour de la dynastie (anniversaire du roi) : 15 novembre

Noël : 25 décembre et 26 décembre*

† La date varie d'une année à l'autre

* Bureaux du gouvernement seulement

Règlements du pays

En Belgique, de nombreux produits sont assujettis à des règlements nationaux qui s'inspirent largement des directives de la CEE, par exemple en ce qui concerne l'étiquetage, l'emballage et la publicité des aliments préparés destinés au commerce de détail. Ces règlements s'appli-

quent en particulier aux produits alimentaires, aux plantes vivantes, aux cigarettes, aux produits pharmaceutiques et médicaux, aux produits de beauté, aux textiles, à la machinerie et aux appareils ménagers. Les règlements visant les produits pré-étiquetés s'appliquent aux produits emballés destinés à la consommation : produits alimentaires, produits de soins corporels, de nettoyage et de lavage, produits d'entretien pour le cuir et les meubles, huiles minérales et autres combustibles ainsi que peintures et vernis prêts à utiliser.

Marques d'origine. En Belgique, la seule règle générale à observer se résume à l'interdiction d'apposer sur toute marchandise étrangère importée, exportée ou en transit des marques ou inscriptions pouvant laisser sous-entendre qu'il s'agit de produits d'origine belge.

Avant d'être mis en vente, tous les poids et mesures ainsi que les instruments et appareils de pesage, de mesure et de calcul doivent être accompagnés d'un certificat précisant l'identité du fabricant ou de l'importateur et porter une estampille du gouvernement belge faisant foi d'un contrôle préalable.

Certificats sanitaires. Des certificats sanitaires émis par Agriculture Canada et signés par un vétérinaire sont exigés pour les viandes, les préparations à base de viande, les abats et les graisses fondues.

On doit joindre aux expéditions de produits agricoles un certificat phytosanitaire rédigé en français et émis par Agriculture Canada.

Pour les importations de poisson comestible et de produits de la pêche, il faut présenter des certificats sanitaires signés par des agents de la Direction générale des services d'inspection de Pêches et Océans Canada.

Échantillons. Les échantillons d'une valeur marchande négligeable sont exempts de droits de douane et de taxes.

Les échantillons commerciaux ou les marchandises importées pour une certaine durée à une fin précise peuvent être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée au pays, mais on peut ensuite obtenir un remboursement sur présentation de la preuve d'exportation subséquente. Les exportateurs peuvent utiliser le système de carnets ATA pour faciliter l'entrée de leurs échantillons (voir chapitre I, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA).

III. DANEMARK

Observations générales

Étant à peu près du même niveau technologique que le Canada, le Danemark est un pays où prime le secteur secondaire. Son économie de libre entreprise laisse beaucoup de place aux sociétés privées. Le secteur manufacturier, qui est le plus dynamique, se compose principalement de petites unités hautement spécialisées. La production agricole, une industrie traditionnelle, est devenue une industrie de pointe de transformation des aliments. L'industrie brassicole et l'industrie métallurgique, en particulier la fabrication de machines, sont devenues importantes. Les industries nouvelles, dont celle des matières plastiques, des produits pharmaceutiques et chimiques, et de l'électronique, se tirent pour leur part fort bien d'affaire. Le Danemark présente pour les produits canadiens un bon marché encore partiellement inexploité.

En raison de la superficie restreinte du pays et des limites du marché, les entreprises étrangères désignent habituellement un seul représentant pour tout le Danemark. Certaines entreprises locales demandent même de représenter tous les pays scandinaves, estimant que le marché danois est trop petit pour ne faire affaire que dans ce pays. Dans ce cas, les exportateurs canadiens ont avantage à consulter le délégué commercial avant de concéder tout droit de représentation. Les représentants peuvent être rémunérés sous forme de commission, de salaire, ou les deux.

La correspondance appuyée par des renseignements pertinents sur les produits et sur les prix peut suffire à éveiller un premier intérêt. La correspondance peut être rédigée en anglais faute de l'être en Danois, mais pas en français, car bien peu de Danois le comprennent.

Les prix doivent être indiqués en dollars canadiens ou américains, de préférence CAF à Copenhague, ce qui permet la comparaison avec les prix de marchandises offertes par la concurrence. Il serait bon de décider de votre échelle de prix en prenant en considération les incidences des taux de change et des tarifs d'expédition maritime sur les prix de vos produits par rapport à ceux des fournisseurs européens qui sont plus rapprochés du marché danois.

Il n'existe aucun mode de paiement universel au Danemark et tous les modes normaux y ont cours. Les paiements à vue ou à 30 ou 60 jours sont courants. Les paiements de biens de production s'effectuent en 90 ou 120 jours et, parfois même, en 180 jours. Les listes de prix doivent être accompagnées de documents descriptifs et d'échantillons à distribuer aux agents ou aux acheteurs éventuels.

Préparation du voyage d'affaires

Informez le délégué commercial de l'Ambassade du Canada à Copenhague de votre venue longtemps à l'avance, en prenant soin de préciser l'objet de votre visite, le genre d'entreprises que vous souhaitez visiter, et aussi de joindre plusieurs jeux de documents accompagnés d'une liste de prix CAF à Copenhague, sans oublier les modalités de paiement et de livraison, la commission versée à l'agent et tout autre renseignement pertinent. Avec ce matériel, les responsables des services commerciaux se feront un plaisir d'évaluer vos chances de réussir sur le marché danois et, s'il y a lieu, de prendre des rendez-vous pour vous.

Les visiteurs qui se rendent au Danemark devraient demander à leur agent de voyage de faire toutes les réservations de voyage et d'hôtel longtemps à l'avance, puisqu'il peut parfois être difficile de trouver un endroit où se loger. Les visiteurs qui projettent de se rendre au Danemark entre mai et septembre devraient réserver leurs chambres d'hôtel plusieurs mois à l'avance. Le mois de juillet est une très mauvaise période pour un voyage d'affaires au Danemark, parce que la majeure partie des entreprises ferment leurs portes pendant ce mois. Les échantillons, il va sans dire, véhiculent un message de vente plus éloquent que la documentation aussi bien présentée soit-elle. Aussi, chaque fois que vous pouvez le faire, distribuez des échantillons ainsi que des cartes d'affaires.

Copenhague « la merveilleuse » est la dixième ville la plus dispendieuse d'Europe, et selon les normes canadiennes, les hôtels et restaurants de première classe coûtent cher. Les prix comprennent automatiquement une taxe à la valeur ajoutée de 22% et 15% pour le service.

Le moyen le plus pratique de se déplacer dans Copenhague demeure le taxi; vous pouvez normalement vous rendre d'un rendez-vous à un autre en moins de 15 ou 20 minutes. Ne donnez pas de pourboire, car celui-ci est compris dans le prix indiqué au compteur.

Pour les visites à l'extérieur de la ville, il y a de nombreux vols réguliers à destination de 13 aéroports provinciaux et un bon choix de correspondances ferroviaires. Parfois aussi, il est plus facile de louer une automobile.

Quel est le meilleur moment pour venir à Copenhague et pour combien de temps? Les mois de septembre à mai sont de toute évidence la période la plus propice au commerce. Habituellement, une visite de deux ou trois jours est suffisante.

Dès le début de votre séjour, nous vous suggérons de rendre visite aux services commerciaux de l'Ambassade du Canada où on vous fournira les renseignements d'usage avant votre tournée de visites. Quant aux rendez-vous, vous devez faire preuve de ponctualité. S'il ne vous est pas possible de vous présenter, vous devez annuler votre rendez-vous par téléphone.

Règlements du pays

Normes concernant l'étiquetage. Le Danemark étant membre de la CEE, ses lois sont de plus en plus harmonisées à celles de la Communauté. Cependant, certains règlements nationaux demeurent en vigueur et l'exportateur a avantage à s'enquérir auprès de l'importateur des exigences du pays. Il incombe à l'importateur d'obtenir les certificats vétérinaires et autres certificats d'importation lorsqu'il y a lieu. Les services commerciaux de l'Ambassade du Canada au Danemark peuvent vous fournir une liste des additifs alimentaires que le pays interdit.

Échantillons. Les échantillons d'une valeur marchande négligeable ou qui ne se prêtent pas à la consommation peuvent être importés au Danemark en franchise de droits. Les échantillons ordinaires des voyageurs peuvent être admis en franchise de droits pour une période de 12 mois, moyennant un dépôt remboursable à l'exportation des échantillons.

D'autre part, les échantillons commerciaux ou les biens importés pour une période provisoire à une fin précise pourront être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée du pays, lesquels pourront être remboursés sur présentation de la preuve d'exportation. Les importateurs intéressés à ce système doivent prendre les dispositions préalables avec les autorités douanières du pays.

Les exportateurs canadiens peuvent aussi se munir d'un carnet ATA pour leurs échantillons qu'ils utilisent en démonstration ou placent en exposition. (Voir chapitre 1, « Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA »).

IV. ESPAGNE

Observations générales

L'Espagne est une monarchie parlementaire, dont le premier gouvernement a dirigé en 1977 la transition du pays vers un État démocratique moderne. L'Espagne, qui a une population de 40 millions d'habitants, est organisée en municipalités, en provinces et en 17 régions autonomes, outre les enclaves de Ceuta et de Melilla en Afrique du Nord. Chacune exerce le pouvoir qui lui revient dans l'administration de ses intérêts.

Les principales villes sont Madrid (la capitale), Barcelone (la principale ville portuaire industrielle de la Catalogne), Valence (également une ville portuaire sur la côte méditerranéenne), Séville (principale ville d'Andalousie) et Bilbao (principal port du Pays basque). Les exportateurs visant le marché espagnol devraient se concentrer sur Madrid et sur Barcelone, qui offrent les meilleurs débouchés pour la plupart des produits.

Langues. Le castillan, qui est la langue officielle nationale, est compris dans tout le pays. Les habitants de la Galicie, de la Catalogne et du Pays basque ont leurs propres dialectes qui diffèrent sensiblement du castillan.

Heures d'ouverture et usages. En Espagne, l'heure normale est six heures en avance sur l'heure normale de l'Est (HNE) au Canada.

Les entreprises étrangères en Espagne ont habituellement les mêmes heures d'ouverture qu'en Amérique du Nord (9 h à 17 h 30, les employés ayant une heure pour le déjeuner). Quant aux entreprises espagnoles, elles accordent une pause plus longue pour le déjeuner et ferment plus tard. Au cours de l'été, les heures d'ouverture des bureaux et commerces sont habituellement plus courtes, soit de 8 h à 15 h.

Les banques sont ouvertes au public de 9 h à 14 h, du lundi au samedi inclusivement. La monnaie officielle est la peseta.

Tous les poids et mesures sont exprimés en unités métriques.

Économie. L'Espagne a une économie de marché libre et le gouvernement possède une part assez importante des principales industries. Les monopoles privés autorisés par l'État existent, quoique les pratiques monopolistiques de l'État et du secteur privé sont beaucoup moins courantes depuis l'adhésion récente de l'Espagne à la CEE.

Ressources fondamentales. L'agriculture, le charbon, le minerai de fer, le cuivre, l'énergie hydro-électrique et les pêches constituent les principales ressources naturelles de l'Espagne. La prospection pétrolière et gazière se poursuit dans le but de réduire la dépendance du pays envers les importations énergétiques.

Industries. Les secteurs industriels clés sont ceux des produits chimiques, de la construction automobile, du pétrole, de l'exploitation minière, de l'agriculture, du tourisme, des banques, du ciment, de l'acier, des textiles, de l'énergie et de la construction navale. On note une tendance à la hausse des investissements dans le tourisme, l'agriculture et les produits chimiques. La croissance est forte dans les secteurs de la haute technologie, particulièrement dans le secteur informatique.

Relations commerciales. L'Espagne est membre de la Banque mondiale, du Fonds monétaire international, de l'Accord général sur les tarifs et le commerce (GATT) et de l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE).

Débouchés. Par suite de l'adhésion de l'Espagne à la CEE en 1986, la législation, les organismes et les pratiques commerciales espagnoles seront d'ici 1992 complètement alignés sur ceux de la CEE. Des changements considérables devront être apportés aux secteurs de l'énergie, des finances, du transport, de l'éducation, de la santé, de la télévision et des télécommunications pour ainsi respecter les normes de la CEE en matière de services. En conséquence, d'excellents débouchés s'offrent aux fournisseurs qui œuvrent dans ces secteurs, particulièrement en ce qui concerne les produits de haute technologie.

L'abaissement progressif des droits de douane et des barrières non tarifaires améliorera la position des produits canadiens déjà compétitifs sur le marché des pays membres de la CEE. Les industries espagnoles ne seront plus protégées par des contingents à l'importation ni par des conditions d'autorisation différents de ceux en vigueur dans les autres pays de la CEE.

Outre les secteurs publics déjà mentionnés, les domaines prometteurs comprennent l'électronique (matériel et logiciels), le matériel minier, le matériel de transformation des aliments, les instruments médicaux, les produits de la biotechnologie et les produits de défense.

Dans le secteur agricole, les producteurs de céréales et de légumineuses de la CEE offriront une concurrence plus vive, bien qu'il pourrait y avoir de nouveaux débouchés pour le maïs, le canola, le tabac et le poisson. Il y a toujours de bons débouchés pour les fourrures et les peaux.

Des accords transitoires régissent les exemptions de 32 produits dits « délicats ». Jusqu'en 1992, les produits « délicats » importés des pays membres du GATT sont assujettis à des contingents. Ces contingents augmenteront chaque année jusqu'à ce qu'ils atteignent les normes de la CEE. Dans le secteur agricole, le lait, le bœuf, le fromage, la farine de blé mou, les fruits et légumes, les huiles, le porc et le vin sont considérés comme des produits « délicats ».

Le milieu des affaires. La barrière de la langue pose un problème, car les Espagnols sont moins disposés à travailler en anglais ou en français que la plupart des autres membres de la CEE. En raison du régionalisme, du réseau complexe de relations d'affaires et des exigences bureaucratiques qui s'appliquent aux transactions commerciales, il est préférable d'avoir recours aux services d'un agent ou d'un distributeur espagnol. Pour assurer une bonne couverture du marché, les exportateurs devraient s'assurer que l'agent ou le distributeur qu'ils ont choisi possède au moins un bureau à Madrid et à Barcelone. Il est bon de se rendre sur place au début et de temps à autre par la suite, les Espagnols accordant beaucoup d'importance aux relations personnelles dans les affaires.

Foires commerciales. Tant Madrid que Barcelone accueillent des foires commerciales annuelles d'envergure nationale et internationale, particulièrement dans les domaines de l'électronique, de la technologie agricole, du matériel de bureau, des pièces automobiles, du matériel d'hôpital et du matériel de sécurité. D'autres grandes villes organisent aussi des foires importantes portant sur le thème de leur secteur industriel clé. À l'instar de leurs homologues européennes et nord-américaines, les entreprises espagnoles profitent en effet des foires pour lancer de nouveaux produits, attirer de nouveaux acheteurs et maintenir leur présence sur le marché.

Aide fournie aux gens d'affaires. Le personnel des services commerciaux de l'ambassade du Canada est en mesure de vous fournir des renseignements généraux sur le marché ainsi que des indications sur les débouchés pour des produits spécifiques. Le personnel recruté sur place et le personnel canadien peuvent fournir des lettres de recommandation à l'intention d'importateurs ou d'agents éventuels, participer à l'organisation de visites ayant pour but d'étudier le marché, donner des conseils en ce qui concerne les pratiques commerciales ainsi que des renseignements sur les foires commerciales intéressantes, etc. De plus, un délégué commercial attaché au consulat de Barcelone peut fournir une aide commerciale en Catalogne.

L'ambassade établira pour les exportateurs canadiens qui en font la demande des contacts avec les entreprises de service (avocats, traduction, publicité, etc.).

Consuls honoraires. L'Ambassade a des consulats à Barcelone, à Malaga et à Séville, où des consuls honoraires sont en mesure de vous aider à régler des problèmes d'ordre consulaire.

Banques canadiennes. La Banque Royale du Canada possède une succursale à Madrid, où la Banque de la Nouvelle-Écosse a également un représentant.

Règlements du pays

Étiquetage. La législation espagnole (décret royal *Norma General del Etiquetado*) contient un ensemble de règles touchant l'emballage et l'étiquetage. Les denrées alimentaires, les boissons alcooliques, la nourriture pour animaux, etc. doivent porter une étiquette rédigée en espagnol et indiquant le contenu, la composition, le poids en unités métriques, l'origine, la date d'emballage, le nom de l'emballer et la date de fraîcheur. Le code alimentaire espagnol, administré par le ministère de la Santé, contient une liste des additifs alimentaires et pharmaceutiques autorisés en Espagne. De plus, une vaste gamme de produits sont assujettis à diverses normes spéciales.

Bien qu'il existe entre l'Espagne et d'autres pays de la CEE une certaine uniformité sur le plan de l'étiquetage, l'uniformisation se poursuit dans le cadre de consultations régulières avec le comité de l'étiquetage de la CEE. L'harmonisation des normes a déjà commencé en ce qui concerne les automobiles, les instruments médicaux, les aliments, l'électricité, les produits chimiques, les textiles, les produits de beauté et les produits pharmaceutiques.

Certificats sanitaires. L'importation d'animaux vivants, de plantes, de semences et de légumes relève de la juridiction du ministère de l'Agriculture. Les exportateurs doivent respecter rigoureusement les normes sanitaires et phytosanitaires pour obtenir les certificats requis.

Licences d'importation. Ces licences ne sont habituellement pas nécessaires. Des contingents globaux sont appliqués à une gamme limitée de produits qui constituent une menace pour des produits du pays.

Contrôle des changes. Le transfert des profits et des dividendes est habituellement autorisé. En effet, le rapatriement des capitaux n'est soumis à aucune restriction. Pour éviter tout problème en ce qui concerne le transfert des profits et du capital, les fonds déplacés devraient passer par des banques reconnues et les reçus devraient être conservés soigneusement.

L'Espagne est signataire de l'Accord général sur les tarifs et le commerce (GATT) et suit la nomenclature de Bruxelles. L'évaluation du droit ad valorem se fait selon le principe de la pleine concurrence.

Échantillons. L'Espagne est signataire de la Convention ATA et, en conséquence, accepte les carnets (voir chapitre I.) Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA). On peut obtenir l'admission temporaire des échantillons sous licence, moyennant le dépôt d'une caution remboursable, calculée en fonction de la valeur du droit normalement payable.

Le dédouanement des marchandises nécessite :

- un connaissement ou une lettre CMR
- une facture commerciale
- un certificat de la valeur douanière
- une police d'assurance (si CAF)
- un certificat d'origine ou de qualité
- un certificat de dédouanement
- un état des frais de douane
- un bordereau d'expédition

V. FRANCE

Observations générales

Bon nombre de Canadiens risquent d'être fort surpris d'apprendre que la France, dont le produit national brut (PNB) est deux fois plus élevé que celui du Canada, est le quatrième plus grand pays industrialisé du monde. Elle est aussi le troisième pays importateur de pétrole, de machines et de matériel de transport, le troisième pays consommateur de viande et acheteur d'automobiles, le deuxième fabricant de produits d'aéronautique.

Devant autant de faits, vous voudrez sans doute vous tailler une place sur ce marché et, à cet égard, il est préférable de vous rendre sur place. Voici donc quelques conseils qui pourront vous être utiles dans votre entreprise.

- Exprimez en termes clairs le but de votre visite aux délégués commerciaux, aux clients éventuels et aux autres personnes intéressées.
- Soyez ponctuel à vos rendez-vous. Les Français sont aussi ponctuels que des horloges et leur premier jugement se fonde sur la ponctualité.
- Soyez prêt à discuter de prix, de quantités et de livraison en termes locaux.
- Portez une attention toute particulière au suivi. L'agent-client éventuel et les délégués commerciaux ont besoin de réponses rapides et complètes pour vous assurer leur collaboration.

Le voyage d'affaires

Préparation. Les visiteurs peuvent être admis en France sans visa.

Les facteurs suivants doivent être pris en considération :

- les saisons (le cas échéant);
- les congés. Le mois d'août doit être assurément éliminé, car c'est à cette période que les Français prennent leurs vacances. Autrement, il faut absolument avoir pris rendez-vous.

Vous pouvez aussi faire coïncider votre voyage avec une foire commerciale où est exposée la catégorie de produit que vous avez l'intention de lancer sur le marché français. La France tient au moins 60 foires internationales de ce genre par année, qui attirent en moyenne 60 000 visiteurs chacune. Il est conseillé de vérifier auprès des services commerciaux de l'Ambassade du Canada à Paris, la liste et le calendrier des expositions qui sont susceptibles de vous intéresser. Si vous décidez de vous rendre en France au moment d'une exposition, prenez soin de réserver votre chambre d'hôtel assez à l'avance pour ne pas être pris au dépourvu.

Qui envoyer? Les Français ne pensent pas comme les Canadiens et n'ont pas les mêmes méthodes que nous en matière de négociation. Aussi, le choix de la personne qui fera le voyage d'affaires est de la plus haute importance. Selon l'organisation et le but de votre entreprise, nous vous conseillons de choisir le directeur commercial ou le chef du secteur des exportations pour une étude du marché ou la promotion des ventes, un technicien compétent ou un ingénieur si l'aspect technique revêt une importance capitale ou, encore, le directeur de la société si un gros contrat doit être signé.

La personne choisie devra être informée des méthodes commerciales françaises, de la géographie et de l'histoire du pays. Elle devra manifester au client éventuel un vif intérêt pour ses relations commerciales avec la France. Les Français apprécient un dynamisme bien placé et une évaluation positive de leur marché. Ils savent aussi apprécier à sa juste valeur une adaptation aux convenances de leur pays, qu'il s'agisse de serrer la main à l'arrivée et au départ, d'employer les titres plutôt que les noms (« Monsieur le Directeur » de préférence à « Monsieur Dupont ») ou d'assister à un déjeuner de deux heures et demie. Les Français s'interpellent rarement en utilisant les prénoms.

La personne déléguée pour représenter votre entreprise doit parler couramment le français, sinon il est indiqué de réserver les services d'un interprète si la personne à qui elle rend visite ne parle pas l'anglais.

Le Canadien doit connaître à fond son affaire, son produit et ses concurrents. Il doit avoir une expérience pratique de la vente ainsi qu'une certaine connaissance des questions financières et juridiques (les délégués commerciaux canadiens à Paris peuvent recommander des avocats canadiens

qui exercent leur profession en France et qui sont versés en droit français). Enfin, il doit bien connaître la procédure à suivre relativement au commerce français et international.

Le produit. Partout, la qualité, le prix et la présentation sont des détails importants. Dans le cas de la France, il vous faut bien vous informer au sujet des règlements visant l'importation, des droits de douane et des taxes, des normes (le sceau de l'ACNOR n'est pas nécessairement accepté au même titre que l'AFNOR, son équivalent en France), des exigences en matière d'emballage, de la production nationale, des statistiques sur l'importation et l'exportation, des méthodes de distribution, des habitudes et des goûts des consommateurs. L'un des objectifs de votre visite sera de déterminer si votre produit doit être adapté ou modifié en fonction du marché français.

Documentation. La documentation publicitaire et les fiches techniques sont des outils essentiels à la commercialisation de votre produit en France. Elles doivent être rédigées en français et les unités de mesure données en métrique.

Si vous désirez profiter de l'aide des délégués commerciaux pour entrer en contact avec des clients, des agents et des distributeurs éventuels, vous devez leur envoyer une douzaine d'exemplaires de vos brochures et listes de prix pour faciliter leur travail. Les appels téléphoniques s'avèrent parfois utiles, mais le client français préfère en général avoir la documentation en mains avant même de consentir à une entrevue. Ces documents doivent être adressés au délégué commercial le plus tôt possible, mais au moins deux mois avant le voyage prévu. Lors de votre visite, apportez :

- des catalogues et des listes de prix (en francs français et en dollars, FOB et CAF);
- des fiches techniques;
- de la documentation;
- des échantillons (s'il y a lieu);
- des cartes d'affaires (en grande quantité et si possible rédigées en français); et
- le papier à lettre officiel de votre entreprise.

Les représentants. Les représentants, les distributeurs et les agents français se montrent souvent méfiants à l'égard des fournisseurs canadiens et mal renseignés sur leur compte. La politique nord-américaine d'imposer de gros contingents sur les ventes de la première année et de fixer des délais de paiement de 30 jours n'intéresse pas les Français. En effet, ces derniers ont l'habitude d'analyser le marché sans hâte et de payer avec encore moins d'empressement (90 et 120 jours sont des délais courants).

Des lois compliquées régissent les rapports juridiques entre les directeurs et les représentants, les vendeurs et les agents. La résiliation d'un contrat est complexe et coûteuse. Avant de signer toute entente avec un représentant ou un agent commercial, vous aurez avantage à bien vous renseigner auprès d'un avocat français ou de la division des services commerciaux à l'ambassade. Le mieux est encore de mettre votre représentant à l'essai pendant la première année.

Suivi. Dès votre retour au Canada, envoyez une lettre de remerciement à toutes les personnes que vous avez rencontrées pour affaires; confirmez les ententes intervenues ou qui ont fait l'objet d'une discussion lors de rencontres (les Français sont plus sensibles que la plupart des Européens à l'absence de suivi), et envoyez au délégué commercial des copies des lettres pertinentes (ententes intervenues avec l'agent, problèmes qui pourraient être résolus au moyen d'un appel local).

Sociétés de service canadiennes. La Banque Royale du Canada, la Banque de Commerce Canadienne Impériale et la Banque Nationale du Canada, la Banque de Montréal et la Banque de Nouvelle-Écosse sont représentées en France.

Parmi les autres sociétés de service canadiennes ayant des bureaux à Paris notons plusieurs cabinets d'avocats, des courtiers, des compagnies d'assurances, une agence publicitaire, deux ingénieurs-conseils, une compagnie de location d'ordinateurs, une autre de temps d'ordinateur et de services informatiques, et des sociétés de transport dont Air Canada, CN, CP et Wardair.

Règlements du pays

Étiquetage. Le mode d'emploi et la garantie doivent être rédigés en français et les mesures exprimées en unités métriques. Des exigences particulières en matière

d'étiquetage s'appliquent aux fruits et aux légumes frais, aux fruits et aux légumes en conserve ou partiellement transformés, aux aliments surgelés, aux additifs alimentaires, au café et aux textiles. Les moteurs électriques doivent porter une étiquette prouvant qu'ils respectent les normes de la CEE.

Les fruits et les légumes frais du Canada et d'autres pays doivent porter une étiquette indiquant le pays d'origine, la variété et la catégorie de qualité établie par le système de classification de la CEE. L'étiquette extérieure ou le contenant des fruits et des légumes en conserve ou partiellement transformés doit porter la date de fabrication ou de transformation.

Les aliments préemballés doivent porter une date optimale d'utilisation.

Tout produit portant une marque de commerce, un nom d'entreprise ou une marque de distribution, illégal ou non autorisé, peut être saisi au moment de l'importation.

Marques de contrôle. Les objets en or, en argent ou en platine ne peuvent être importés en France que s'ils respectent la norme imposée par la loi pour les produits du même genre fabriqués en France. Ces importations, y compris les articles partiellement manufacturés, doivent être expédiées, moyennant garantie, au Bureau de la Garantie pour être approuvées, testées et estampillées. Ce Bureau a des succursales dans toutes les grandes villes.

Certificats. Des certificats d'origine sont requis pour les expéditions de produits transformés dans des pays autres que ceux d'origine, les expéditions d'eaux minérales naturelles, de certains tapis et moquettes, de café et de textiles. Les certificats d'origine peuvent être approuvés par la Chambre de commerce du Canada ou un *Board of Trade*.

Les règlements de la France précisent qu'une indication de l'origine doit figurer sur tout produit étranger, naturel ou synthétique qui porte sur son emballage ou sur son étiquette une marque de commerce, un nom, un logo ou une indication de nature à donner l'impression que ce produit est d'origine française. Les appellations d'origine doivent être rédigées en français (c'est-à-dire « Importé du Canada » ou « Fabriqué au Canada ») et aucune abréviation n'est acceptée.

On exige des certificats de contrôle pour les produits alimentaires d'origine animale ou marine et pour les fruits frais. Les importations de chevaux, d'ânes, de bovins, de chèvres, d'embryons et autres animaux semblables, de volaille et de sauvagine, ainsi que d'oeufs d'incubation doivent être accompagnées d'un certificat de contrôle vétérinaire signé par un fonctionnaire d'Agriculture Canada.

Les expéditions de plantes et d'arbustes doivent être accompagnées d'un certificat phytosanitaire signé par un fonctionnaire d'Agriculture Canada. Les semences de plantes fourragères requièrent un certificat de pureté. Nous vous conseillons à ce sujet de consulter la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments d'Agriculture Canada à Ottawa ou à un de ses bureaux régionaux afin de connaître les exigences applicables.

Toutes les machines industrielles doivent être certifiées conformes au Code du travail de la France, mais une déclaration de l'exportateur est acceptée. En raison du caractère rigoureux des règlements canadiens, la plupart des machines fabriquées au Canada satisfont aux normes françaises. D'autre part, toutes les machines qui pourraient être considérées comme dangereuses en raison de lames, de chaînes ou d'engrenages exposés doivent faire l'objet d'une approbation.

Les documents qui accompagnent les produits importés doivent être fournis en français. Cependant, en vertu de la loi, une traduction fournie par l'importateur au moment de l'entrée des produits est acceptable.

Échantillons. Le voyageur de commerce doit prouver au moyen de sa « carte professionnelle » que les échantillons de valeur marchande qu'il importe autrement que dans ses bagages personnels, en vertu d'une procédure d'admission provisoire en franchise, sont destinés à sa propre utilisation. Tous les voyageurs de commerce en France, quelle que soit leur nationalité, doivent posséder une carte professionnelle d'accréditation. Pour de plus amples renseignements à ce sujet, veuillez vous adresser à l'ambassade ou au consulat de France.

Les échantillons commerciaux ou les biens importés pour une période provisoire à une fin précise pourront être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée au pays, mais un remboursement pourra être obtenu sur présentation de la preuve d'exportation. Les importateurs intéressés à recourir à ce système doivent prendre au préalable les

dispositions nécessaires avec les autorités douanières du pays.

La France est signataire de la Convention douanière relative au carnet ATA pour l'admission provisoire des produits. Cette convention prévoit que les échantillons de produits inscrits dans un carnet peuvent passer d'un pays à un autre sans dépôt d'une garantie à chaque frontière. (Voir le chapitre I, « Déclaration d'admission temporaire — Carnet ATA »)

Règlements spéciaux. La France a des règlements spéciaux qui visent un certain nombre de produits, dont les aérosols, les pesticides, les denrées alimentaires, le miel, les abeilles, les véhicules automobiles, les cosmétiques, les additifs alimentaires, les substances dangereuses, les aéro-
nefs, les réfrigérateurs, les jouets et le bois d'œuvre.

VI. GRANDE-BRETAGNE

Observations générales

Le Royaume-Uni est le troisième partenaire commercial bilatéral du Canada et aussi son principal client européen. Toutefois, les exportateurs canadiens doivent être conscients que le Royaume-Uni ayant resserré ses liens avec l'Europe, il leur faut maintenant redoubler d'efforts s'ils veulent créer des liens commerciaux valables et à long terme avec ce pays.

L'accès privilégié au marché du Royaume-Uni dont jouissait le Canada est aujourd'hui chose du passé. En effet, prix et produits doivent maintenant surmonter l'obstacle que présentent les droits de douane de la CEE et parfois aussi d'autres restrictions commerciales, tout en soutenant la concurrence des produits et services européens de haute qualité qui entrent au Royaume-Uni en franchise.

En général, le Canada est considéré comme un partenaire commercial intéressant, mais le préjugé voulant que notre pays soit essentiellement un fournisseur de ressources premières, de produits forestiers et de céréales est encore fort répandu. De même, certains Canadiens associent le Royaume-Uni à des processus industriels dépassés et inefficaces et ne sont pas conscients de l'ampleur des changements qui marquent actuellement ce pays.

Ces stéréotypes sont progressivement délaissés au profit d'une vision plus réaliste. Toutefois, les échanges commerciaux pourraient être beaucoup plus importants et diversifiés.

Population et contexte

Le Royaume-Uni (l'Angleterre, le pays de Galles, l'Écosse et l'Irlande du Nord) compte 56 millions d'habitants et couvre 1 000 kilomètres de la côte sud à l'extrémité nord de l'Écosse, et 500 kilomètres de l'est à l'ouest. L'infrastructure et les services de transport sont d'excellente qualité, notamment avec les ports de mer de Londres, de Liverpool et de Southampton, un réseau ferroviaire qui relie les principales villes et l'un des plus grands réseaux routiers du monde par rapport à la superficie du pays et de nombreux aéroports internationaux et locaux.

Les principales agglomérations sont Londres (7 millions d'habitants), West Midlands (2,4 millions), Birmingham (2,3 millions), Tyneside (Newcastle) (797 000) et West Yorkshire (Leeds et Bradford) (1,7 million). En Angleterre, environ quatre personnes sur cinq vivent en secteur urbain ou en banlieue. L'Écosse et le pays de Galles ont par contre un taux d'urbanisation moins élevé. Le taux de croissance annuel de la population n'atteint pas 0,5 %. L'agriculture occupe 80 % des terres. Les principales ressources naturelles comprennent les gisements de pétrole et de gaz en mer, et le charbon.

Économie

Avec un produit intérieur brut (PIB) de 400 milliards de livres en 1988, le Royaume-Uni se classe au cinquième rang des principales nations occidentales, mais au neuvième rang pour ce qui est du PNB par personne.

Le gouvernement s'est lancé dans un programme de privatisation massive en vertu duquel un grand nombre d'organismes du secteur public sont passés au secteur privé. Parmi les industries les plus touchées par ce programme figurent au premier chef l'acier, le transport, le pétrole et le gaz, les télécommunications, et l'énergie.

La maturation des industries d'extraction du pétrole et du gaz en haute mer, la croissance du secteur tertiaire (et surtout des services financiers) qui a donné lieu à un surplus commercial invisible, mais en pleine expansion, le développement rapide des technologies électroniques et micro-électroniques et la préparation de l'industrie en vue du grand marché européen ont été les principales tendances qui ont récemment marqué l'économie de la Grande-Bretagne.

Le milieu de l'année 1981 a marqué le début d'un redressement économique qui s'est poursuivi jusqu'en 1988 avec un taux de croissance réel du PIB ayant dépassé les 4 %. Pour l'instant, cette croissance semble vouloir se poursuivre à un rythme plus lent.

Politique et caractéristiques commerciales

Le commerce extérieur relève de la compétence de la CEE. Les droits de douane appliqués aux exportations canadiennes vers le Royaume-Uni sont fixés en fonction du Tarif extérieur commun établi par la CEE.

En fait, les produits canadiens sont maintenant traités en Grande-Bretagne au même titre que les produits provenant des États-Unis, du Japon et de l'Australie. Par contre, les produits industriels provenant de pays membres du Marché commun et de l'AELE entrent en franchise au Royaume-Uni.

De plus, une vaste gamme de produits en provenance de pays en développement bénéficie du régime préférentiel général.

Les droits de douane britanniques sont la plupart du temps calculés en fonction de la valeur qui comprend le fret, l'assurance, la commission et tous les frais engagés jusqu'au port d'entrée ou le lieu d'importation. Habituellement, la valeur en douane est fixée en fonction du prix figurant sur la facture, s'il a été négocié aux conditions du marché. Les droits sont payables en devises britanniques, au taux de change en vigueur au moment de l'importation des marchandises destinées à la consommation.

L'adhésion de la Grande-Bretagne à la CEE a entraîné un changement quant à la nature et à l'orientation du commerce extérieur du pays. Il y a vingt ans, la Grande-Bretagne ne faisait pas 30 % de son commerce avec la CEE « élargie », mais ce chiffre est aujourd'hui passé à 50 %. Il y a vingt ans aussi, les produits manufacturés représentaient 44 % des importations du Royaume-Uni et 84 % de ses exportations, mais ces chiffres sont aujourd'hui de 73 % et de 75 % respectivement. Il s'est donc produit une concentration du commerce au sein de la CEE et une rationalisation de la production des entreprises manufacturières multinationales dans tout le Marché commun.

Le Royaume-Uni impose certaines barrières non tarifaires particulières. Il s'agit essentiellement de contrôles qualitatifs visant les plantes et les animaux et de certaines restrictions quantitatives touchant principalement les textiles en provenance de pays exportateurs à faible prix de revient. Certains produits, dont les automobiles japonaises, sont également assujettis à des restrictions officieuses convenues à l'échelle internationale entre industries et qui sont distinctes des mesures communautaires prises par le gouvernement. Il est souvent difficile pour les exportateurs canadiens de soutenir la concurrence des fournisseurs britanniques, car ils doivent respecter les différentes normes nationales et obtenir diverses autorisations, particulièrement dans les domaines électriques et électroniques, et observer des règlements relatifs à la santé et à la sécurité.

Marchés publics

Le gouvernement britannique a mis en œuvre le Code des marchés publics convenu dans le cadre des négociations commerciales multilatérales. Le Code prévoit que

- les pays ne favoriseront pas les produits nationaux pour les marchés de plus de 200 000 livres sterling;
- les pays doivent publier des appels d'offres, fournir toute la documentation nécessaire aux soumissionnaires et appliquer les mêmes critères d'achat aux firmes étrangères et nationales; et
- les pays doivent fournir tous les renseignements et explications nécessaires à chaque étape du processus d'acquisition. Cet accord ne vise pas les services.

Caractéristiques du commerce bilatéral

Le commerce bilatéral britannique dépasse aujourd'hui le cap des 8 milliards de dollars canadiens, et la balance commerciale du pays est pour l'instant très positive, malgré un mouvement à la baisse (1,1 milliard). La forte croissance des exportations du Royaume-Uni vers le Canada et les nouvelles perspectives qui s'ouvrent par suite de l'accord de libre-échange favorisent la coopération commerciale et l'intérêt des investisseurs pour le Canada.

Le Royaume-Uni est le troisième principal client du Canada après les États-Unis et le Japon, et absorbe environ 35 % de nos exportations destinées à la CEE. Les ventes de ressources naturelles et de produits agricoles, qui représentent traditionnellement 85 % de nos ventes totales, sont sensibles à la fluctuation des prix.

Les exportateurs canadiens semblent avoir surmonté le mouvement à la baisse qui s'est amorcé au début des années 80 en raison de la valeur plus élevée de la devise canadienne et la contraction de la composante traditionnelle de l'économie britannique qu'est l'industrie lourde. La politique agricole commune de la CE continue toutefois de limiter les débouchés pour les produits agricoles canadiens.

Nombre d'exportateurs canadiens sont sensibles aux fluctuations du taux de change qui exercent une grande influence sur les perspectives de marché. Au cours des deux dernières années, ces perspectives se sont améliorées par suite d'une restructuration importante du marché intérieur, du mouvement de privatisation, de la modernisation et d'une croissance économique générale.

Le marché de la haute technologie et des télécommunications continue d'offrir d'excellentes perspectives commerciales et les exportations du Canada à ces niveaux ont, au cours des quatre dernières années, augmenté à un rythme annuel d'environ 15 %. On note aussi une plus grande tendance à la fabrication par des filiales d'entreprises canadiennes. Le Canada fait enfin de grands progrès dans les domaines des télécommunications, de l'informatique et du matériel de défense. Les entreprises des deux pays ont jusqu'ici conclu plus d'une centaine d'accords de partage de la technologie. Cette collaboration peut s'avérer extrêmement bénéfique pour les entreprises canadiennes qui cherchent à pénétrer le Marché commun, d'autant plus que la CEE se rapproche de son objectif qui est d'en arriver à un marché véritablement intégré d'ici 1992.

Le commerce avec le Royaume-Uni

Il faut accepter au départ le fait que les choses ne se font pas de la même manière en Grande-Bretagne et au Canada et que les gens d'affaires britanniques sont habituellement un peu plus prudents que leurs homologues canadiens. Il faut peut-être user de plus de persuasion pour les convaincre, ne serait-ce qu'en raison de la distance qui sépare les deux pays. Bien que les gens d'affaires britanniques aient tendance à adopter un point de vue global, les préjugés qu'ils nourrissent à l'égard du Canada font qu'ils sont un peu méfiants quant à la qualité des produits canadiens. Ils écouteront calmement vos suggestions, mais ils insisteront pour obtenir des renseignements détaillés sur vos produits et sur les antécédents de votre société. Aussi, la circonspection des Britanniques n'est pas un mythe; en Grande-Bretagne, la réussite dans les affaires se fonde dans une large mesure sur la réflexion. L'exportateur expérimenté doit tenir compte de ce trait national.

L'expérience démontre que les gens d'affaires avisés se rendent régulièrement en Grande-Bretagne et il ne fait aucun doute qu'une recherche personnelle sur place est indispensable pour évaluer les possibilités du marché et établir des contacts durables et solides. Il faut toutefois choisir le moment opportun. Règle générale, il est préférable d'éviter la saison des vacances, c'est-à-dire du début de juillet au début de septembre.

Il est certainement bon de prévoir une visite à l'occasion d'une foire ou d'une exposition industrielle qui s'apparente à votre secteur d'activité. C'est surtout à Londres que se tiennent les expositions nationales et internationales, mais

le centre national des expositions de Birmingham attire aussi un certain nombre d'expositions importantes.

Les chambres d'hôtel doivent être réservées longtemps à l'avance, particulièrement à Londres. Jusqu'à tout récemment, les prix des hôtels comprenaient le petit déjeuner à l'anglaise, mais tel n'est plus le cas. Dans certains hôtels, le petit déjeuner continental est compris dans le prix, mais dans la plupart des cas il ne l'est pas.

Les frais de location de voiture sont habituellement deux fois plus élevés qu'au Canada, mais ils varient selon la société de location et la dimension de la voiture. À moins d'avoir les nerfs particulièrement solides, il vaut mieux utiliser le réseau de transport public (trains, taxis et le métro de Londres) plutôt que de prendre le risque d'affronter la circulation britannique particulièrement dense et les chauffeurs qui conduisent du « mauvais » côté de la route.

Londres est une des capitales du monde où on peut déguster la cuisine d'un grand nombre de pays. Les Britanniques n'ont pas non plus oublié leurs mets traditionnels : le rosbif et la sole de Douvres s'y trouvent donc en abondance. Cependant, les repas au restaurant peuvent être chers, surtout à Londres.

Un pourboire de 10 % à 15 % est généralement de mise, sauf dans les pubs, où on ne donne habituellement pas de pourboire pour le service au comptoir.

La plupart des visiteurs jugent utile de rendre visite à l'agent général de leur province. L'Alberta, la Colombie-Britannique, la Nouvelle-Écosse, l'Ontario, le Québec et la Saskatchewan ont tous une délégation permanente dans le centre de Londres. Les délégations provinciales offrent aussi des services aux gens d'affaires et les responsables des Services commerciaux de notre Haut-commissariat travaillent en étroite collaboration avec elles.

Les banques canadiennes sont bien représentées à Londres. Elles offrent une vaste gamme de services bancaire aux entreprises, mais les particuliers sont moins bien choyés. La Banque de Montréal, la Banque de Nouvelle-Écosse, la Banque Nationale du Canada, la Banque de Commerce Canadienne Impériale, la Banque Royale du Canada et la Banque Toronto-Dominion ont des succursales au Royaume-Uni.

Londres étant un centre international de commerce et de finance, on y trouve plusieurs autres organismes canadiens qui y ont installé des bureaux et qui, à l'occasion, peuvent s'avérer fort utiles pour les visiteurs. Mentionnons, entre autres, des entreprises d'investissement et des sociétés d'assurances, des cabinets d'avocats, des maisons d'édition, des agences de publicité et des sociétés de transport maritime, aérien et ferroviaire, la presse écrite et électronique (on peut obtenir une liste complète des entreprises canadiennes présentes au Royaume-Uni par l'intermédiaire du Haut-commissariat du Canada). La Chambre de commerce Canada-Royaume-Uni y est également dynamique et encourage fortement le commerce et l'investissement entre les deux pays.

Les points suivants sont parmi les plus importants à retenir dans l'étude du marché britannique :

Demande. Déterminez à quel point il faut adapter le produit pour répondre aux goûts et aux règlements du pays. Vous devez être souple si vous voulez vraiment accaparer une part du marché britannique.

Tarifs douaniers et autres règlements

d'accès. Les renseignements à ce sujet sont essentiels pour établir les coûts CAF au point d'arrivée au Royaume-Uni et peuvent être obtenus auprès de la Direction générale de la Communauté européenne d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Concurrence intérieure et étrangère. Il est préférable d'obtenir des renseignements sur la concurrence. Si vous n'avez pas déjà une idée précise de la situation à cet égard, renseignez-vous auprès du Haut-commissariat à Londres.

Stéréotypes et préjugés. Bien que les Britanniques considèrent les Canadiens comme des partenaires fiables, ils voient dans le Canada un fournisseur traditionnel et lointain de ressources premières plutôt qu'une société moderne et hautement industrialisée. Il faut donc redoubler d'efforts pour convaincre l'acheteur britannique de la capacité du Canada de fournir un produit de qualité et un excellent service après vente.

Circuits de distribution. Un grand nombre d'exportateurs vers la Grande-Bretagne ont jugé nécessaire de s'adapter aux méthodes britanniques de distribution, qui ne sont pas toujours les mêmes qu'au Canada. Un peu de recherche vous indiquera de façon satisfaisante si vous devez recourir aux services d'un agent ou d'un courtier en distribution ou encore, participer à un programme de ventes directes à des entreprises à succursales multiples ou bien exploiter un petit service de ventes. Là encore, les Services commerciaux du Haut-commissariat canadien peuvent vous fournir de bons conseils. Bref, la Grande-Bretagne présente un marché actif et mature, un marché spécialisé mais rentable pour ceux qui offrent un produit concurrentiel, qui sont doués de ténacité et qui ont les ressources nécessaires pour envisager sa conquête à long terme.

VII. GRÈCE

Observations générales

Après l'adhésion de la Grèce à la CEE en 1981, les différents secteurs économiques ont traversé une période de transition, pendant laquelle les droits de douane et la réglementation du commerce d'importation ont été alignés sur ceux des autres pays de la Communauté. L'harmonisation se poursuit, particulièrement dans le secteur financier, et celle-ci devrait être complètement réalisée d'ici 1992. Quoique les produits industriels et agricoles de la Communauté européenne entrent maintenant plus facilement en Grèce, nos produits trouvent encore un grand nombre de débouchés dans ce pays grâce à la valeur actuelle du dollar canadien.

La Grèce est un marché relativement petit (9,9 millions d'habitants). Son économie se caractérise par un important secteur tertiaire (navigation et tourisme) et un petit secteur secondaire qui représentent respectivement 57 % et 19 % du PNB. Le pays doit donc importer une vaste gamme de produits pour répondre à ses besoins. L'important déficit de la balance commerciale (environ 5,6 milliards de dollars américains) est compensé par les recettes provenant du tourisme, de la navigation maritime, de la contribution de la CEE et des envois d'argent des émigrés.

L'importation en Grèce a été grandement simplifiée grâce à la mise en œuvre des règlements de la CEE et à l'élimination, le 1^{er} mai 1987, des licences d'importation et des dépôts de garantie, mais il existe encore des règlements complexes notamment au chapitre du contrôle du change. Les exportateurs canadiens auraient donc avantage à consulter les Services commerciaux de l'ambassade du Canada à Athènes, qui peut être de bon conseil pour nombre de questions commerciales et fournir le nom d'agents possibles.

Banques. La Banque de Nouvelle-Écosse possède trois succursales en Grèce.

Transport. Les lignes aériennes Canadien International et Air Canada ont des comptoirs de vente à Athènes. Plusieurs lignes maritimes directes sont également exploitées.

Règlements du pays

Licences d'importation. Depuis le 1^{er} mai 1987, les licences d'importation ne sont plus émises par la Banque centrale de la Grèce, mais par les banques d'intervention. Toutefois, les licences d'importation pour des produits spécifiques, qu'il s'agisse de produits rares ou d'articles de haute technologie sont encore émis par la Banque centrale. On peut obtenir la liste de ces produits en s'adressant au ministère du Commerce de la Grèce.

Contrôle des devises étrangères. Il est toujours nécessaire d'obtenir une autorisation pour se procurer les devises étrangères nécessaires au paiement. Aucune expédition dépassant les montants spécifiés ne devrait être faite sans avoir en mains une autorisation préalable, sous peine d'amendes imposées par les autorités grecques responsables des importations. Ce détail est extrêmement important. Avant d'autoriser le chargement de l'expédition, les exportateurs doivent avoir reçu par lettre ou par télex du destinataire l'assurance que l'approbation exigée a été obtenue.

Certificats d'origine. Afin de bénéficier de droits de douane « minimaux » ou courants, il faut joindre aux marchandises en provenance du Canada un certificat d'origine distinct délivré par la Chambre de commerce ou par le consulat grec. Il faut toujours joindre ce certificat aux documents d'expédition. Dans le cas de marchandises transbordées, c'est le consulat de la Grèce qui doit délivrer le certificat d'origine. Une déclaration certifiée faite par le fabricant sur la facture d'exportation peut être acceptée au lieu d'un certificat d'origine distinct.

D'après la réglementation grecque, c'est le fabricant ou l'exportateur réel et non un agent ou un agent d'expédition qui doit remplir les déclarations d'origine. À défaut de se plier à cette exigence, les autorités grecques pourraient vraisemblablement refuser ces certificats.

Le certificat d'origine est un document distinct et une déclaration d'origine précisée sur la facture ou autre document ne peut être acceptée en remplacement du certificat d'origine.

Certificats de contrôle et certificats d'inspection phytosanitaire. Toutes les expéditions d'animaux et de bétail, y compris les peaux, doivent être accompagnées d'un certificat de contrôle délivré par le

consulat grec du pays d'origine. Lorsqu'il y a lieu, Agriculture Canada peut émettre d'autres certificats.

La réglementation grecque à cet égard est sévère. Il est donc important d'obtenir la série complète des règlements sur un produit et d'en prendre connaissance avant l'expédition afin de s'y conformer à la lettre.

Il faut des certificats phytosanitaires pour l'importation de plantes (légumes frais, semences, pommes de terre, etc.) et de produits forestiers (bois d'œuvre exempt de l'endoconaliphora fagaceary brettz). Ces certificats sont émis par la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments d'Agriculture Canada et ne nécessitent pas de visa du consulat grec.

Étiquetage. Des règlements spéciaux s'appliquent aux marchandises importées en Grèce qui doivent être reconditionnées pour la vente au détail. Les marchandises importées directement pour la vente au détail ne sont pas touchées par ces règlements, à moins d'être destinées à la consommation ou à l'usage personnel (nourriture, boissons non alcooliques, savons, etc.). Après les tests et l'obtention de l'approbation officielle par les laboratoires d'État de la Grèce, une étiquette doit être apposée sur laquelle paraît en écriture grecque le nom du fabricant, la marque de commerce et le contenu et, si possible, aussi en deux langues étrangères. Le nom et l'adresse de l'agent grec doivent également y figurer.

Les boissons alcooliques doivent être approuvées par les laboratoires d'État de la Grèce qui émettront une étiquette qui devra être apposée sur les contenants afin d'en indiquer l'origine. Cette étiquette doit indiquer de plus le degré d'alcool (conformément à la réglementation de la Grèce). Il n'est pas obligatoire que l'étiquette ou autre inscription du fournisseur soit rédigée en grec.

Dans le cas des produits pharmaceutiques et des médicaments brevetés, il faut obtenir de l'Organisation nationale de contrôle des produits pharmaceutiques un permis de mise en circulation. Ces produits peuvent être vendus sous les mêmes marques de commerce et étiquettes que dans les pays d'origine. L'étiquette doit présenter une liste des ingrédients selon leurs pourcentages, le nom du fabricant, la marque et l'adresse de l'agent en Grèce. Il faut également inscrire le prix de détail sur une étiquette perforée séparée afin que les consommateurs puissent la joindre

aux demandes de remboursement soumises à l'assurance sociale.

Échantillons. Les échantillons sans valeur commerciale sont admis en franchise de droits et de taxes. Chaque importateur ou représentant commercial a droit à une exemption de droits de douane et de taxes d'une valeur annuelle maximale de 4 000 drachmes. Les autres échantillons sont considérés comme des livraisons commerciales ordinaires, à moins qu'ils ne soient rendus impropres à la vente, sans toutefois être au point de ne pas être utiles pour présenter le produit.

Les échantillons commerciaux importés temporairement à des fins précises peuvent être admis au pays sur dépôt d'une garantie ou d'un montant en espèces équivalant aux droits de douane et aux taxes applicables. Les demandes de remboursement doivent être accompagnées de la preuve d'exportation, et ne sont acceptables que dans la mesure où les échantillons sont sortis du pays dans les six mois suivant leur date d'entrée. Une prolongation de ce délai peut être accordée si la demande en ce sens est présentée avant son expiration.

Les commerçants canadiens peuvent se prévaloir d'une procédure simplifiée en utilisant le carnet ATA, la Grèce étant signataire de la Convention sur le carnet ATA (voir chapitre 1, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA).

Règlements spéciaux. Des licences d'importation sont requises pour les articles de luxe, et les importateurs doivent obtenir au préalable une « approbation » pour toutes les livraisons. Il est recommandé de ne pas expédier de marchandises avant d'avoir reçu de l'importateur confirmation qu'il a reçu l'approbation requise. D'autres règlements s'appliquent au bois d'œuvre, aux contenants en plastique pour aliments, aux cosmétiques, à la viande, à la volaille, au poisson, aux crustacés, aux médicaments vétérinaires, aux produits pharmaceutiques, etc. Pour plus de renseignements sur les produits, vous pouvez communiquer directement avec l'importateur. Il est conseillé aux exportateurs canadiens de s'informer auprès de leur agent des règlements spéciaux qui existent en Grèce et qui sont susceptibles de viser chacun de ses produits. Les exportateurs doivent également s'assurer d'inscrire sur tous les documents le numéro du tarif de la CEE qui s'applique spécifiquement à leur produit.

Zones de libre-échange. La Grèce a deux zones de libre-échange, l'une au Pirée, et l'autre à Thessaloniki. Le triage, l'étiquetage et le réempaquetage peuvent être effectués dans ces deux zones, et certaines activités de conditionnement sont permises à Thessaloniki. L'entrée des explosifs, des poisons et d'autres produits dangereux est interdite dans ces zones. D'autres produits, tels que ceux soumis à des droits de douane élevés, y sont aussi interdits ou restreints.

VIII. IRLANDE

Observations générales

La République d'Irlande est un petit pays se trouvant dans la périphérie de la CEE. Elle compte environ 3,5 millions d'habitants, dont 50 % ont moins de 25 ans. La population active est jeune et de plus en plus instruite, et son mode de vie ressemble à celui des Britanniques.

Malgré les récentes découvertes de minerai métallique et de gaz, et des indices laissant croire à l'existence de réserves de pétrole au large de l'Irlande, ce pays est largement tributaire du commerce international, particulièrement avec les États-Unis, le Royaume-Uni et les autres pays de la CEE.

Au stade actuel du développement industriel de l'Irlande, presque toutes les machines, les matières brutes et les matières devant servir à une production complémentaire — à l'exception du foin, du lait et de la viande — doivent être importées. Au fur et à mesure que son secteur industriel se développe, une proportion croissante de la production de l'Irlande doit être vendue à l'étranger, ce qui par ricochet entraîne une augmentation des importations. Les coûts de transport et les lacunes de l'infrastructure de production, notamment du réseau routier, viennent augmenter les coûts industriels. Grâce à un important programme d'investissements, les services de télécommunication (commutation numérique et liaison par fibres optiques) sont maintenant meilleurs. Les lacunes ont été compensées par des mesures d'incitation sous forme de subventions au développement industriel, au perfectionnement de la main-d'œuvre et à l'expansion des marchés d'exportation, d'allègement du fardeau fiscal des entreprises à vocation industrielle, et de provisions d'amortissement accéléré.

En raison de la grande dépendance de l'Irlande à l'égard des importations, les distributeurs et les agents sont bien établis dans presque tous les secteurs et représentent généralement des fabricants des pays de la CEE. Par le passé, nombre de produits atteignaient les marchés irlandais par l'intermédiaire des distributeurs du Royaume-Uni. Aujourd'hui, la position avantageuse dont jouissaient ces distributeurs est gravement minée en raison de l'expansion

rapide du commerce et des contacts avec la CEE. S'ajoutent à ces facteurs la suppression de la parité de change entre la livre irlandaise et la livre sterling depuis 1979, année d'adhésion de l'Irlande au Système monétaire européen.

Les exportations canadiennes vers la République d'Irlande sont demeurées stables et se sont chiffrées en 1988 à environ 215 millions de dollars canadiens. Les exportations canadiennes touchent tous les secteurs, à savoir l'industrie, les ressources et l'agriculture. Par ordre d'importance, les exportations comprennent : moteurs d'avion et pièces, ordinateurs et pièces, appareils et matériel de télécommunications, bois d'œuvre, pâte à papier, tabac, fibres synthétiques, pois et fèves, papier journal, saumon et chlorure de potassium.

Les sociétés canadiennes se sont établies dans la République d'Irlande suivant diverses formules, notamment par l'acquisition d'actions, par les entreprises conjointes et par l'établissement de filiales. La plupart font de l'Irlande le cœur de leurs activités de fabrication, d'assemblage ou de service au sein de la CEE en raison des mesures d'incitation très généreuses offertes par le gouvernement irlandais et de l'accès libre aux autres marchés de la CEE.

Règlements du pays

Étiquetage. En règle générale, on n'exige pas que les importations portent l'indication de leur pays d'origine, à moins que cela risque d'induire les consommateurs en erreur. Les textiles (étiquettes concernant les fibres utilisées), les meubles rembourrés (inflammabilité) et les produits alimentaires sont assujettis à des règlements spécifiques en ce qui concerne l'étiquetage. Ce sont toutefois les règlements concernant les produits alimentaires qui sont les plus sévères.

En vertu de la *Merchandise Act* de 1970, les produits préemballés doivent être conformes à des normes établies et les contenants doivent porter le nom et l'adresse de l'entreprise qui a fait l'emballage ou de l'importateur, ainsi que la quantité ou le contenu par poids, mesure ou nombre d'articles.

L'étiquetage des aliments pré-emballés est régi par la directive 79/112 de la CEE qui prévoit que l'étiquette doit donner les indications suivantes :

- le nom de l'aliment;
- la quantité nette exprimée en unité du système métrique;
- la durabilité, c'est-à-dire la mention « meilleur avant le . . . »;
- une liste des ingrédients donnée sous la rubrique « Ingrédients »;
- toute recommandation spéciale concernant l'entreposage ou l'utilisation;
- le nom et l'adresse du fabricant, de l'emballeur ou du distributeur dans la Communauté;
- des détails sur le lieu d'origine si l'absence de cette information risque d'induire le consommateur en erreur;
- au besoin, le mode d'emploi.

Les consommateurs demandent que des renseignements encore plus détaillés soient fournis sur l'étiquette, comme par exemple la teneur en sel. On s'attend donc à ce que de nouveaux règlements concernant l'étiquetage soient adoptés au cours des prochaines années. L'harmonisation aux normes de la CEE devrait donner lieu à une foule de nouveaux règlements et de nouvelles normes.

Marques de contrôle. Tous les articles importés en or ou en argent, à l'exception des objets ayant un dessin oriental et des antiquités fabriquées avant 1880, doivent être testés, estampillés et marqués par l'*Assay Office* de Dublin.

Certificats. Les exigences concernant l'obtention d'un certificat phytosanitaire pour les livraisons de plantes, de légumes, de fleurs coupées, etc., figurent dans divers règlements touchant l'hygiène et la quarantaine des plantes. En raison de la complexité de ces règlements, les exportateurs doivent se renseigner au moment de l'expédition auprès du ministère de l'Agriculture du Canada sur les exigences en matière d'exportation. Des règlements particuliers sur les licences d'importation s'appliquent également à l'importation en Irlande d'animaux, de poisson, de volaille, de vins, d'œufs, de viande, de produits laitiers, d'additifs alimentaires et de médicaments.

Échantillons. Les échantillons ayant une valeur marchande négligeable sont exempts de droits. D'autres genres d'échantillons commerciaux peuvent être importés provisoirement par des personnes qui déposent une garantie ou un montant d'argent (qui sera annulée ou remboursé au moment de la sortie du pays) pour couvrir le montant des droits de douane et des taxes imposables. L'Irlande est signataire de la convention qui a donné lieu au ATA; les exportateurs canadiens peuvent donc se servir de ce carnet pour importer provisoirement en franchise leurs échantillons (voir chapitre I, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA).

Règlements spéciaux. Des licences sont exigées pour les animaux familiers, les importations de volailles, les vaccins contre les insectes nuisibles à la volaille, la viande, les produits laitiers et d'origine animale, et les bouteilles. D'autres règlements s'appliquent aux cosmétiques, aux vêtements, aux spécialités pharmaceutiques, aux œufs, aux hydrocarbures, etc. On peut obtenir des renseignements sur ces règlements par l'intermédiaire de l'importateur.

Zone de libre-échange. L'aéroport de la zone de libre-échange est situé à Shannon. Cet aéroport n'est pas visé, à quelques exceptions près, par toutes les lois relatives à l'importation ou à l'exportation de produits entre l'aéroport et l'étranger. Les restrictions auxquelles est assujéti l'aéroport se rapportent à l'hygiène publique, aux maladies animales et végétales, aux devises, aux médicaments dangereux et aux vêtements d'occasion. Les marchandises entreposées dans une zone franche sont exemptes d'examen. La transformation, le triage, la classification ou le réemballage peuvent se faire à l'intérieur des limites de la zone, et les immeubles nécessaires peuvent être construits par les personnes intéressées ou loués de l'État. Il n'y a pas de ports de mer francs en Irlande.

IX. ITALIE

Observations générales

L'Italie offre d'excellentes perspectives de marché aux exportateurs patients et persévérants.

L'industrialisation de l'Italie a été à la fois rapide et spectaculaire. Depuis la fin des années 40 et le début des années 50, l'Italie s'est acquise une réputation solide et bien méritée de producteur de biens de consommation (vêtements, chaussures, meubles, appareils ménagers), de produits chimiques, d'acier, de produits électroniques complexes, de machines et d'une foule d'autres produits qui bénéficient toujours de la confiance des consommateurs et peuvent supporter la concurrence exercée sur les marchés internationaux. Par contre, l'Italie est pauvre en ressources naturelles et doit importer la plupart des matières premières nécessaires à son industrie, ainsi qu'une partie importante de ses produits alimentaires, principalement les céréales et la viande.

Pour avoir une bonne idée du marché italien, il faut se montrer à la fois attentif et précis. Il est difficile de repérer des clients éventuels dans un pays de plus de 57 millions d'habitants, qui compte plus d'un million d'établissements de vente au détail et près de 100 000 grossistes. De plus, on observe une certaine polarisation entre le nord et le sud, et des variables différentes doivent être utilisées dans chaque région.

Avant d'entreprendre un voyage en Italie, vous devez bien établir vos objectifs. Si, en premier lieu, vous vous proposez simplement de recueillir des données sur le marché, il n'est peut-être pas nécessaire de vous déplacer. S'ils disposent de données pertinentes sur vos produits, les délégués commerciaux du Canada à Milan et à Rome peuvent exécuter pour vous une bonne partie de l'étude de marché préliminaire. La région qui va de Florence jusqu'au sud de l'Italie relève du bureau de Rome, tandis que celle située au nord de Florence relève du bureau de Milan. Vous devez adresser vos demandes de renseignements généraux aux deux délégations et préciser dans votre lettre que vous êtes entré en communication avec chacune de celles-ci.

Si vous devez vous rendre sur les lieux, il faut préciser le type de gens que vous désirez rencontrer (et en avertir le

délégué commercial), par exemple un grossiste, un agent ou un distributeur spécialisé dans la distribution de votre gamme de produits ou de produits complémentaires. Si votre programme de commercialisation prévoit une licence de production ou une entreprise en coparticipation, il vous faut le préciser dès le départ pour que les agents locaux éventuels soient bien informés de vos plans.

Préparation du voyage d'affaires

Lorsque vous préparez votre voyage, il est important de prendre en considération les points sousmentionnés.

Les Italiens ont une attitude plutôt réservée lorsqu'ils traitent d'affaires et sont particulièrement sensibles aux belles manières. Si la personne avec qui vous avez affaire porte un titre (Dottore, Ingegnere, Professore, etc.), utilisez-le en tout temps. Les poignées de main, la remise de cartes d'affaires et autres formalités du genre qui sont courantes en Europe sont doublement appréciées des Italiens qui sont conscients que vous vous efforcez de vous adapter à des pratiques qui ne sont pas courantes en milieu nord-américain.

L'italien est évidemment la langue des affaires en Italie. Bon nombre de gens d'affaires, essentiellement dans le nord de l'Italie, parlent aussi le français et l'anglais. Toutefois, si vous vous entretenez avec votre interlocuteur italien en français ou en anglais, il ne faut pas oublier que ce dernier s'adressera alors à vous dans une langue qui n'est pas sa langue maternelle et les expressions idiomatiques ou le débit rapide de la conversation ne pourront alors qu'engendrer la confusion. Au moment de votre première visite, un membre de la délégation commerciale peut vous accompagner pour faciliter les premiers contacts. Dans le cas des visites courantes à des agents reconnus, il peut être bon de recourir aux services d'un interprète.

N'oubliez pas que le marché italien est très concurrentiel. Aussi, il vous faut venir en Italie avec autant de renseignements que possible sur votre produit, y compris les CAF et des brochures. Si votre documentation n'est rédigée qu'en français et en anglais, faites traduire en italien au moins les sections principales (y compris les descriptions techniques) et annexez votre traduction à la brochure. Cette dépense minime s'avérera indéniablement très rentable. En outre, demandez à un transitaire d'étudier les moyens de transport (coût, mode, fréquence, délai de livraison) pour aider l'acheteur éventuel à évaluer les coûts et

les rendements de votre produit. Prenez soin d'utiliser les termes décrits dans *Incoterms* lorsque vous proposez des prix (voir plus loin la section intitulée « Termes commerciaux »).

Choisissez le moment de votre voyage avec soin. Tout d'abord, il y a de nombreuses foires commerciales en Italie et dans d'autres pays de la CEE; si votre visite coïncide avec une foire qui porte sur votre secteur de production, vous aurez alors une occasion unique de vous faire une idée sur la concurrence et d'obtenir des renseignements commerciaux utiles sur l'Italie et aussi sur des pays voisins. Planifiez votre voyage en fonction des jours fériés en Italie. En plus des jours fériés au Canada (par exemple Noël, le Nouvel an et Pâques), l'Italie célèbre des fêtes nationales et religieuses comme l'Épiphanie (6 janvier), le jour de la libération (25 avril), la fête du travail (1^{er} mai), la Toussaint (1^{er} novembre), etc. Il importe aussi de noter que la plupart des Italiens prennent leurs vacances annuelles en août, de sorte qu'un grand nombre d'entreprises ferment leurs portes pendant plusieurs semaines entre la mi-juillet et la mi-septembre.

Faire des affaires en Italie

Dès votre arrivée en Italie, vous devriez entrer en contact avec le délégué commercial pour vérifier les changements de dernière heure apportés à l'horaire et aux rendez-vous.

Il est préférable de prendre rendez-vous avec les gens d'affaires italiens. Bien qu'ils soient très pointilleux sur les questions de protocole, les Italiens ne respectent toutefois pas l'horaire des rendez-vous à la lettre. Néanmoins, soyez au rendez-vous à l'heure dite, mais préparez-vous à attendre quelques minutes.

Au cours de vos réunions, montrez-vous bien informé sur la concurrence qui existe en Italie. Faites ressortir les avantages qu'offrent vos produits en vous reportant à des normes et à des termes locaux (par ex. la monnaie, les unités métriques, etc.). Si votre interlocuteur n'est pas en mesure de faire une comparaison directe, vous perdrez un temps et des efforts précieux. Exprimez les prix en dollars canadiens si vous n'avez pas eu le temps de les convertir en lires.

Lorsque vous aurez visité tous vos agents et acheteurs éventuels et que vous aurez présenté des exposés et des offres de la façon la plus professionnelle et la plus complète possible, confirmez vos ententes par télex dès votre retour au Canada. Les Italiens, comme les Européens de

l'Ouest en général, ne prennent pas toujours des décisions rapides, du moins si on les compare aux Canadiens. La patience et la persévérance sont dans le présent cas vos meilleures alliées. Vous devrez revenir à la charge par des rapports personnels et directs, ainsi que par l'entremise des délégués commerciaux. Toute baisse d'intérêt de votre part provoquera une réaction semblable chez votre contact italien. N'oubliez pas que votre partenaire éventuel ne vous connaît pas et qu'il cherche à savoir si vous êtes vraiment déterminé à accaparer une part du marché italien. Les Canadiens découvrent souvent avec une agréable surprise que les contacts en Italie, quoiqu'ils nécessitent plusieurs visites, sont beaucoup plus durables que n'importe où ailleurs dans le monde.

Règlements du pays

Douanes. Il faut s'adresser aux autorités douanières italiennes pour obtenir des renseignements précis sur les droits de douane imposés dans ce pays. Toutefois, la Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada peut fournir des informations préliminaires sur les droits de douane, les taxes sur la valeur ajoutée et l'accès au marché.

Ces informations doivent cependant être vérifiées auprès des autorités douanières italiennes avant l'expédition des marchandises.

Étiquetage. Les lois italiennes sur l'étiquetage portent surtout sur la composition du produit ainsi que sur le nom et le pays d'origine du fabricant. Les produits suivants sont assujettis à des exigences spéciales : les aliments emballés, les boissons distillées, les vins, le ciment, la chaux, les médicaments et certains instruments de musique.

Les denrées alimentaires doivent porter une étiquette indiquant les nom et adresse du conditionneur, la marque de commerce ou la marque déposée, la nature du contenu et la quantité en unités métriques, les additifs listés par ordre d'importance, les instructions de conservation, de décongélation et de préparation, ainsi que la durée de conservation. En raison de la complexité des règlements relatifs à l'étiquetage, il faut soumettre toutes les étiquettes à la vérification de l'importateur italien avant l'expédition.

Tous les produits textiles doivent porter une étiquette rédigée en italien indiquant leur teneur en fibres, la marque de

commerce ou la griffe de l'importateur, du fabricant ou du vendeur. Un certificat d'origine est aussi exigé pour chaque expédition de textiles.

Les exportateurs canadiens de produits textiles doivent communiquer avec l'importateur italien pour obtenir de plus amples détails sur les exigences particulières en matière d'indication de la teneur en fibres, lorsque divers tissus entrent dans la fabrication d'un même vêtement.

Marques de contrôle. Les métaux précieux doivent porter le poinçon de l'affineur.

Certificats. En règle générale, les certificats d'origine ne sont pas exigés. Lorsqu'ils le sont, il faut en fournir deux copies certifiées par une chambre de commerce reconnue. Ils peuvent alors être intégrés à la facture ou au connaissement.

Le bétail, la viande, les produits laitiers et les produits de la pêche doivent être conformes aux normes de santé relativement sévères et être accompagnés de certificats spéciaux émis par les autorités canadiennes chargées de l'inspection vétérinaire ou des produits de la pêche. Avant de prendre tout engagement que ce soit, les exportateurs devraient communiquer avec un bureau d'Agriculture Canada ou de Pêches et Océans Canada selon le cas.

Des certificats d'inspection sanitaire émis par la Direction générale des services d'inspection de Pêches et Océans Canada sont exigés pour les importations de poissons, de fruits de mer et de produits dérivés comestibles. Cette exigence vise aussi les échantillons.

Un « visa statistique » est exigé pour les importations de laine, de produits tissés, de vêtements et d'articles ménagers contenant plus de 50 % de coton et provenant de pays qui ne font pas partie de la CEE. Les importateurs doivent se procurer ces visas auprès du gouvernement italien. Quant aux exportateurs canadiens, ils doivent fournir deux exemplaires supplémentaires de la facture à l'importateur italien pour chaque livraison nécessitant un « visa ».

Échantillons. Les échantillons dont la valeur marchande est jugée négligeable par les douanes italiennes sont admis en franchise de droits et sans taxes. Les échantillons expédiés comme bagage non accompagné ou marchandises sont considérés comme des livraisons commerciales ordinaires, c'est-à-dire qu'ils doivent être

emballés, étiquetés et certifiés selon les normes prescrites pour ce type de livraison. Pour pouvoir importer des marchandises acceptées comme échantillon, l'importateur doit être reconnu comme voyageur de commerce par la Chambre de commerce italienne ou posséder une déclaration notariée en ce sens émise par le consulat d'Italie. On exige un certificat d'origine vérifié par la Chambre de commerce du pays d'origine et le dépôt d'une somme égale aux droits de douane et aux taxes à payer sur les produits, lequel dépôt sera remboursé au moment de l'exportation, sous surveillance douanière.

D'autre part, les échantillons commerciaux ou les biens importés temporairement à une fin précise peuvent être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée aux pays, mais un remboursement pourra être obtenu sur présentation de la preuve d'exportation. Les importateurs que ce système intéresse doivent au préalable prendre les dispositions nécessaires avec les autorités douanières du pays.

Les commerçants canadiens peuvent utiliser le carnet ATA puisque l'Italie est signataire de la Convention relative à cette procédure (voir chapitre I, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA). Les carnets sont habituellement peu coûteux (selon le produit) et sont disponibles auprès de votre chambre de commerce locale ou de la Chambre de commerce du Canada (voir chapitre I, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA). Quoique l'utilisation du carnet simplifie un grand nombre de formalités douanières, son détenteur doit faire enregistrer les marchandises à l'entrée et à la sortie de chaque pays visité. Les utilisateurs avertis doivent donc prévoir une période de temps pour cette formalité à leur arrivée dans chaque pays et à leur départ.

Règlements spéciaux. Nombre de produits sont soumis à des règlements spéciaux visant l'importation, dont les suivants : les produits en céramique, le béton, les téléviseurs, la cire d'abeille et le miel, les produits alimentaires, les détergents synthétiques, les billots et le bois d'œuvre, les outils électriques, les insecticides, les céréales fourragères, les motos, les véhicules à moteur, les cosmétiques, les chaussures et les jouets.

Termes et accords commerciaux. L'Italie utilise les termes commerciaux définis par la Chambre de commerce internationale (CAF, FOB, etc.). Aussi, les exportateurs canadiens ont-ils avantage à étudier ces termes avant

de faire toute proposition de prix. Tous les renseignements nécessaires sont fournis dans les publications *Incoterms* et *Guide pour les Incoterms* que vous pouvez emprunter ou acheter à votre chambre de commerce. Vous pouvez également vous adresser à la Chambre de commerce du Canada pour en obtenir des exemplaires.

En règle habituelle, les marchandises vendues à de nouveaux clients doivent être payées par lettre de crédit confirmée et irrévocable. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce point, on peut s'adresser à l'une des grandes banques canadiennes qui ont toutes des succursales en Europe de l'Ouest, dont deux en Italie.

Le premier accord commercial devrait être d'une durée d'un an et renouvelable par consentement mutuel. L'exclusivité étant habituellement d'une grande importance pour les deux parties, il est préférable de conclure une entente non exclusive. Les exportateurs canadiens devraient savoir qu'il faut parfois récompenser un représentant pour sa « bonne volonté » si l'entente n'est pas renouvelée.

X. PAYS-BAS

Observations générales

Bien que les Pays-Bas n'aient une superficie que de 41 473 km², soit l'équivalent de l'île de Vancouver, ses 14,6 millions d'habitants en font un des pays à plus forte densité de population au monde. Le pays ne mesurant que 370 km de longueur sur environ 193 km de largeur, aucun endroit ne se trouve à plus de deux heures et demie de voiture d'Amsterdam. Plus de la moitié de la population néerlandaise habite la côte occidentale du pays où sont situées trois grandes villes : Amsterdam, Rotterdam et La Haye. Cette dernière est le centre administratif du pays. Ces trois villes se trouvent à moins d'une heure de route les unes des autres. Des trains et des autobus rapides et efficaces relient les divers centres commerciaux néerlandais. Vous pouvez assister à un rendez-vous à Rotterdam au cours de la matinée puis à un autre à Amsterdam dans l'après-midi. Les gens d'affaires néerlandais sont habituellement scrupuleusement ponctuels et ils s'attendent au même comportement de la part de leurs homologues étrangers.

Le marché des Pays-Bas est un marché idéal, en ce sens qu'il est à la fois compact et concentré, ce qui permet de réduire sensiblement les frais de transport et de distribution.

À l'exception des produits agricoles et du gaz naturel, les Pays-Bas importent la plupart de leurs produits de base et un fort pourcentage de produits ouvrés. Pour l'exportateur canadien qui possède un produit concurrentiel, les Pays-Bas constituent un bon marché.

Les Pays-Bas présentent un autre avantage intéressant pour l'exportateur : le port de Rotterdam est l'un des plus grands ports du monde et constitue un excellent point d'entrée dans les riches pays de la CEE, plus particulièrement en Allemagne de l'Ouest. (Amsterdam est aussi un des ports d'Europe les plus achalandés.) En fait, on compte plus de 160 millions d'habitants dans un rayon de 500 km des principales villes néerlandaises. À cause de sa situation stratégique, le pays s'est accaparé une proportion importante du transport à destination des pays du Marché commun.

Faire des affaires dans les Pays-Bas

Il est particulièrement facile pour les Canadiens de faire des affaires dans les Pays-Bas, car la plupart des gens d'affaires néerlandais parlent couramment l'anglais, et un assez bon nombre parlent aussi le français. Les exportateurs éventuels doivent être prévenus que les entreprises et les gens d'affaires néerlandais sont de durs marchands, qui cherchent des produits de qualité à un prix minime. Les exportateurs canadiens doivent donc être disposés à discuter en détail des questions de vente et de prix dès leur première visite auprès d'une entreprise ou d'un agent néerlandais.

On recommande fortement aux gens d'affaires qui envisagent de se rendre aux Pays-Bas d'en informer les délégués commerciaux de l'Ambassade du Canada et de leur faire parvenir des brochures sur les produits pour qu'ils puissent étudier les possibilités du marché et mettre au point un programme de visites pertinent. Il n'y a rien comme de prévenir longtemps à l'avance pour s'assurer le succès d'un voyage d'affaires.

Les entreprises néerlandaises qui achètent en grandes quantités préfèrent transiger directement avec le fabricant. Les exportateurs canadiens qui ne prévoient pas vendre de volumes importants de produits auront affaire à un importateur, à un distributeur ou à un agent. Par contre, si le produit d'un exportateur est assez spécialisé ou assez coûteux, il vaut mieux en confier la promotion à un agent. Une fois l'agent sélectionné, il est important de travailler en étroite collaboration avec ce dernier et de le tenir bien renseigné. À long terme, cette façon de procéder s'avérera rentable.

Les règles qui régissent les ententes contractuelles entre un agent néerlandais et un mandant sont clairement exposées dans un code. Même si elles ne sont pas aussi rigoureuses que les règles de certains autres pays, la société canadienne aurait avantage à utiliser les services d'un cabinet d'avocats néerlandais avant de signer toute entente. Une directive régissant les agents commerciaux a été adoptée par la CE le 18 décembre 1986 et les pays membres doivent s'y conformer d'ici 1990.

Les acheteurs néerlandais n'acceptent pas facilement toute tentative pour leur faire accepter de forts contingents initiaux d'achat. Les agents n'aiment pas non plus le contingentement de ventes. Les paiements peuvent se faire au

comptant, sur réception des marchandises, mais des modalités de 60, 90 ou 180 jours sont aussi courantes dans le cas des commandes importantes.

Nous recommandons aux exportateurs éventuels de fournir de la documentation sur les produits et les prix CAF Rotterdam ou Amsterdam, de préférence en florins néerlandais. Toutes les descriptions et les fiches techniques des produits doivent être en unités métriques. Il n'est pas nécessaire de les traduire en néerlandais, mais il est toujours bon de le faire.

Une fois les contacts commerciaux établis, il est important de les relancer rapidement, car l'entreprise néerlandaise ou l'agent commercial s'attend à ce qu'on réponde rapidement à ses lettres et à ses commandes.

Il est conseillé de ne pas faire de visites initiales ou exploratoires durant les mois de juillet et d'août, étant donné qu'un grand nombre de Néerlandais prennent leurs vacances annuelles au cours de cette période. (Les usines et les entreprises ferment souvent leurs portes pendant deux ou trois semaines au cours des vacances estivales).

La participation à des expositions commerciales aux Pays-Bas est fortement recommandée pour lancer un produit sur ce marché. Les deux plus importants centres d'expositions commerciales sont la Foire industrielle royale des Pays-Bas, à Utrecht, et le centre d'expositions RAI, à Amsterdam. Plusieurs foires sont organisées régulièrement, tant pour les gens d'affaires que pour le public en général.

Comme il a été mentionné, les Pays-Bas importent une gamme complète de biens, allant des produits de base jusqu'aux articles hautement perfectionnés. En plus d'acheter en grandes quantités des produits en provenance du Canada tels que des produits minéraux et forestiers, des oléagineux et autres produits de base, les Pays-Bas importent des quantités de plus en plus grandes d'articles ouvrés et de matériel comme des produits électriques et électroniques, du matériel de défense, du matériel informatique et des logiciels, de même que du matériel de télécommunication.

Les gens d'affaires canadiens qui désirent obtenir des renseignements sur les possibilités de vendre un produit donné sur le marché néerlandais n'ont qu'à écrire ou à envoyer un télex aux services commerciaux de l'Ambassade du Canada. Cette dernière se chargera volontiers de sonder le marché néerlandais et de proposer la meilleure façon de commercialiser ce produit.

Règlements du pays

Étiquetage. Les règlements d'étiquetage, qui varient selon les produits, sont décrétés et modifiés fréquemment. Les cosmétiques, les aliments emballés, les textiles et les savons sont notamment visés par des prescriptions précises.

Marques de contrôle. Les articles en or et en argent doivent porter le poinçon de l'affineur (une légère marge d'erreur est permise) avant qu'ils ne puissent être mis en vente. Le poinçon peut être apposé par une firme néerlandaise après l'importation. Il est permis d'indiquer le nombre de carats sur les articles en or.

Certificats. Les certificats d'origine ne sont habituellement pas nécessaires. Lorsqu'ils sont exigés, on en demande deux exemplaires certifiés par une chambre de commerce reconnue.

Des certificats d'hygiène authentifiés par Agriculture Canada sont exigés pour les livraisons de bovins, de porcs, de volaille et de chevaux vivants et destinés à la consommation humaine. Des certificats sont aussi exigés pour le poisson congelé, frais, réfrigéré et la viande congelée; les préparations à base de viande; les os brisés et la farine d'os; les engrais chimiques et la nourriture pour animaux contenant de la viande animale, des os ou du sang.

Tous les produits agricoles non transformés doivent être accompagnés d'un certificat phytosanitaire émis par Agriculture Canada.

Étant donné que les exigences relatives aux certificats d'inspection et à la quarantaine des plantes sont complexes et fréquemment modifiées, il est conseillé de communiquer avec la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments d'Agriculture Canada, à Ottawa, ou avec un de ses bureaux régionaux.

Échantillons. Les échantillons n'ayant aucune valeur marchande sont admis en franchise. L'importation provisoire en franchise et sans taxe est permise pour les échantillons qui sont importés dans le seul but d'obtenir des commandes. Ces importations peuvent être faites sur garantie ou sur versement des droits de douane et les sommes ainsi versées pourront être remboursées au moment

de l'exportation. Les Pays-Bas sont signataires de la Convention douanière relative au carnet ATA qui facilite l'importation provisoire de produits et, en conséquence, les exportateurs canadiens peuvent utiliser le Carnet ATA (voir chapitre I, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA).

Les échantillons qui ont une valeur commerciale et qui ne sont pas sortis du pays dans l'année qui suit leur importation sont soumis aux mêmes règlements et droits douaniers que les importations normales.

Règlements spéciaux. Les règlements en vigueur visent divers matériaux et produits, dont les produits chimiques destinés à des fins agricoles, l'amiante, les médicaments préemballés, les cosmétiques et les denrées alimentaires. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ces règlements, veuillez vous adresser à l'importateur ou, encore, communiquer avec les services commerciaux de l'Ambassade du Canada aux Pays-Bas.

XI. PORTUGAL

Observations générales

À peine plus grand que le Nouveau-Brunswick, le Portugal compte près de dix millions d'habitants. Pays relativement pauvre, avec un produit intérieur brut (PIB) par habitant légèrement supérieur à 3 400 dollars américains en 1987, le Portugal est devenu membre de la CEE le 1^{er} janvier 1986. L'adhésion à la Communauté était un objectif de longue date du Portugal et celle-ci devrait s'avérer économiquement profitable en ce sens qu'elle favorisera le développement du pays.

Les principaux centres urbains sont Lisbonne (la capitale), Porto (deuxième ville en importance et premier centre industriel), Coimbra, Setubal, Aveiro, Evora, Faro, Funchal (Madère) et Ponta Delgada (Açores).

Accessibilité au marché

L'adhésion du Portugal à la CEE est assujettie à une phase de transition pour le commerce en ce sens que les droits de douane et la réglementation doivent être alignés sur ceux de la Communauté. Quoique le marché risque de devenir plus difficile d'accès pour les produits de la pêche et les produits agricoles canadiens, il pourrait par contre s'ouvrir davantage aux produits industriels et manufacturés.

À la suite de leur adhésion à la CEE, les Portugais ont aboli dans une large mesure le système de licences d'importation (visant à contrôler la sortie des devises étrangères) et de surtaxe à l'importation. Les licences d'importation sont encore exigées pour protéger certains produits portugais ou provenant de la Communauté.

Le Portugal importe une grande quantité de biens de consommation pour répondre à ses besoins, notamment dans le domaine des denrées alimentaires, des matières premières, de la machinerie et de la technologie. Le déficit traditionnel de sa balance commerciale est en partie compensé par les recettes tirées du tourisme et les envois de fonds des émigrés.

En 1988, la valeur des importations portugaises s'est élevée à 16,8 milliards de dollars américains et, en mai 1989, elles ont atteint les sept milliards de dollars américains. Les

principaux postes d'importation sont les produits agricoles (13,5 % en 1988), les produits miniers, y compris le pétrole (16,7 %), la machinerie et le matériel de transport (37,6 %). Autrefois limité par des pratiques restrictives en matière d'importation (la surtaxe à l'importation d'articles de luxe pouvait atteindre 60 %), le marché des biens de consommation s'est ouvert depuis l'adhésion à la CEE. Les produits de haute technologie et les services constituent depuis quelques années un autre marché en expansion rapide, particulièrement les secteurs de l'électronique et du matériel de communication.

Le marché portugais est ouvert, mais difficile à conquérir. Il faut donc faire preuve de ténacité et de dynamisme pour soutenir la concurrence des fournisseurs locaux et européens. Traditionnellement, le Canada occupe une part notable des marchés portugais de la morue, des pommes de terre de semence, des peaux, du minerai de fer, de l'amiante, de l'aluminium, du cuivre, du plomb et du zinc. En 1986 et en 1987, le blé et l'orge de fourrage ont refait apparition sur le marché portugais et comptent maintenant pour beaucoup dans les exportations canadiennes.

La réputation qu'a le Canada d'être un fournisseur de denrées alimentaires et de matières premières a changé rapidement au cours des dernières années. Aujourd'hui, les gens d'affaires portugais voient d'un bon œil et même recherchent les contacts avec les fournisseurs canadiens de produits manufacturés et de nouvelles technologies. Naturellement, la concurrence européenne, japonaise et américaine dans ces domaines est très vive sur ce plan.

Au Portugal, il est presque toujours indispensable de recourir aux services d'un agent ou d'un représentant local compétent. Les premiers contacts peuvent se faire par courrier. Aucun visa n'est exigé. La division des services commerciaux de l'Ambassade du Canada peut dresser pour vous une liste des firmes locales susceptibles d'offrir des services de représentant et vous aider à établir les premiers contacts.

Les entreprises locales ont besoin d'une documentation complète sur les produits et les prix (de préférence en fonction du prix CAF à Lisbonne) pour évaluer les débouchés possibles et l'intérêt que peut susciter un nouveau produit. L'anglais et le français sont largement compris dans le milieu des affaires portugais, quoique toute documentation en portugais est préférable et même essentielle dans certains secteurs.

Il ne faut pas envoyer de documentation rédigée en espagnol au Portugal, même si les langues parlées dans ces deux pays se ressemblent à s'y méprendre, à moins de recevoir une demande spécifique en ce sens. Quoiqu'il fasse partie de la péninsule ibérique, le Portugal est distinct du marché espagnol et se considère comme tel, il doit donc faire l'objet d'une stratégie de commercialisation particulière.

Un certain nombre de foires commerciales importantes ont lieu chaque année au Portugal, mais la plupart n'ont pas une portée internationale. Le marché intérieur étant relativement restreint pour la plupart des produits, les entreprises canadiennes n'ont pas avantage à participer directement à ces foires. Elles peuvent toutefois demander à leur agent portugais d'étudier les retombées possibles d'une participation à certaines foires.

Voyage d'affaires

Les rendez-vous d'affaires n'ont jamais lieu avant 9 h 30 (et plus souvent encore 10 h). Le déjeuner dure habituellement de 12 h 30 à 14 h 30 ou 15 h. La plupart des gens d'affaires portugais ont des heures de travail relativement longues (6 h 30 — 19 h). Les déjeuners de travail sont chose commune, contrairement aux dîners, puisque les soirées sont habituellement consacrées à la vie de famille. Pour la même raison, jamais une réunion n'aura lieu le samedi ou le dimanche ni pendant un jour de congé, sauf dans des circonstances exceptionnelles.

Les gens d'affaires portugais sont toujours ponctuels aux rendez-vous et vous devriez l'être également. Si vous prévoyez être en retard, prévenez les intéressés. Les déplacements en taxi sont pratiques et peu coûteux à Lisbonne.

Ne prévoyez pas un voyage d'affaires au Portugal pendant les vacances estivales (de juillet à la mi-septembre), durant la période de Noël ou entre le 25 avril et le 1^{er} mai. De plus, lorsqu'un jour férié tombe au milieu de la semaine, un grand nombre de Portugais « font le pont » pour profiter d'un long week-end.

La Division des services commerciaux de l'Ambassade du Canada se fera un plaisir d'aider à l'organisation de rencontres si on lui en fait la demande au moins deux semaines à l'avance.

Règlements du pays

Étiquetage. Il n'existe pas d'exigences spéciales concernant l'étiquetage et le marquage des marchandises diverses. Il n'est pas nécessaire de frapper les importations d'une marque indiquant leur pays d'origine, à moins qu'elles ne portent la marque d'une entreprise portugaise. Toutefois, une loi spéciale régit l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées, des spécialités pharmaceutiques, du filé, des textiles, du tabac et des vins. Les bijoux et autres articles en or, en argent ou en platine doivent être soumis à un dosage et porter la marque du bureau de contrôle du gouvernement portugais, moyennant une légère redevance.

Il est préférable de réduire à leur plus simple expression les inscriptions sur les paquets, les caisses, les sacs, etc., plutôt que d'écrire les noms complets. On doit s'assurer que les inscriptions sur les paquets sont les mêmes que celles qui figurent sur le connaissement, les certificats d'origine, les factures et tous les documents d'expédition. Par mesure de précaution, les paquets devraient porter la marque du consignataire, y compris la marque de port, et devraient être numérotés, à moins qu'il ne soit autrement facile de les répérer.

Factures commerciales. Des factures commerciales donnant une description exacte et précise des marchandises sont exigées en double exemplaire. La valeur FOB doit être indiquée sur la facture qui doit aussi présenter une liste détaillée des frais d'expédition. Aucun visa consulaire n'est exigé. Le montant des factures doit être exprimé dans la monnaie du pays de consignment des marchandises.

La facture doit comprendre, lorsqu'il y a lieu, la déclaration suivante : « Nous déclarons que les marchandises décrites dans cette facture sont d'origine canadienne ». Cette déclaration doit être certifiée et estampillée par un responsable du *Canadian Board of Trade* ou d'un bureau de la Chambre de commerce ou, encore, par les autorités douanières ou portuaires.

Lorsqu'un produit canadien contient des composantes d'une autre origine, la facture doit mentionner le pourcentage du contenu étranger et cette donnée doit être certifiée par le consul portugais le plus près de votre localité.

Connaissancement. Deux connaissanceements originaux et deux copies non négociables sont exigés. Chaque original doit être envoyé sous pli séparé avec une copie non négociable.

Les connaissanceements « À ordre » sont acceptés, à condition qu'ils soient endossés par l'expéditeur.

Les inscriptions sur les connaissanceements doivent correspondre à celles apparaissant sur les caisses et sur la facture. Aucun visa consulaire n'est exigé.

Il faut prendre soin de préciser sur le connaissanceement le poids exact des marchandises, car toute erreur relevée par les Douanes peut donner lieu à une amende.

Certificat d'origine. Lorsque le contenu canadien représente plus de 50 % de la valeur, la déclaration faite sur la facture dûment certifiée est la seule exigence à remplir, à condition que les marchandises soient expédiées directement du Canada au Portugal.

Les marchandises sont considérées comme étant expédiées directement lorsqu'elles sont transportées par bateau du Canada au Portugal en vertu d'un connaissanceement, même si elles sont transbordées dans un pays tiers. Lorsqu'une partie du transport est assurée par rail à l'extérieur du Canada, l'expédition n'est pas réputée directe.

Les marchandises réexportées doivent être accompagnées d'un certificat d'origine. Ce certificat peut être obtenu auprès du consulat portugais situé dans le pays de réexportation. Les marchandises qui ne sont pas expédiées directement du Canada au Portugal doivent être accompagnées d'un certificat d'origine certifié par le consulat portugais. Ce certificat doit figurer sur une formule officielle en deux exemplaires, et être présenté au consulat portugais au Canada situé le plus près du lieu de production des marchandises.

Si le chargement contient des marchandises d'origine étrangère, c'est-à-dire d'origine autre que canadienne, un certificat émis par le pays d'origine est alors exigé. Le cas échéant, une facture commerciale certifiée pour la marchandise étrangère peut être présentée au consulat portugais qui émettra alors le certificat d'origine requis.

Certificats spéciaux. Les importations de graines de semence sont permises, en plus de devoir satisfaire aux dispositions de toute loi applicable, elles doivent être accompagnées d'un certificat émis par le service compétent du pays d'origine sur lequel doivent être inscrits le nom de l'exportateur et du consignataire, la nature des marchandises, leur poids, leur degré de pureté et leur capacité de germination.

Les animaux vivants doivent être accompagnés d'un certificat d'origine et d'un certificat d'hygiène émis par les autorités du pays exportateur. Ce certificat doit être rédigé dans les termes prescrits par la convention internationale. Toutefois, il convient de vérifier auprès de l'acheteur les normes sanitaires à respecter. Le certificat doit être authentifié par le consulat portugais le plus près de votre place d'affaires.

La vente de produits pharmaceutiques étrangers au Portugal est assujettie à des règlements particuliers.

Échantillons. Les échantillons n'ayant pas une valeur commerciale sont admis en franchise. Par contre, ceux auxquels les autorités douanières attribuent une certaine valeur commerciale sont frappés de droits correspondant au taux appliqué aux produits de base ou, encore, peuvent être admis moyennant le dépôt d'une garantie ou d'un montant égal au droit de douane applicable qui devient remboursable au moment de la sortie des marchandises.

Le Portugal accepte le carnet ATA pour l'admission temporaire des marchandises. Les exportateurs canadiens qui le désirent peuvent donc se servir du Carnet Canada pour leurs échantillons (voir chapitre 1, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA).

Les listes de prix, les catalogues et autre matériel publicitaire sont admis en franchise s'ils sont envoyés en petites quantités.

XII. RÉPUBLIQUE FÉDÉRALE D'ALLEMAGNE

Renseignements généraux

Qu'il s'agisse de l'étoile stylisée sur le capot d'une Mercedes, du mot LEICA gravé sur un appareil photo 35 mm ou simplement des mots « Fabriqué en Allemagne » apparaissant sur le contenant d'un médicament Bayer, les produits allemands se sont acquis une renommée internationale pour leur haute qualité et leur fiabilité. Le consommateur n'associe ces qualités qu'au produit lui-même.

La RFA est la deuxième plus grande nation commerciale du monde. Elle s'est taillé cette place de choix en raison de son respect des délais de livraison, des normes de qualité établies et d'un service après-vente rapide et efficace.

Il n'est donc pas surprenant que les consommateurs allemands s'attendent à ce que les produits étrangers offrent les mêmes qualités. Si on compare la base industrielle allemande à la vaste gamme de biens importés en franchise, la RFA constitue vraiment un marché demandeur. Même si le niveau de concurrence que présente la RFA puisse dissuader de nombreux fournisseurs, un marché de biens importés dépassant les 270 milliards de dollars (à l'heure actuelle le plus grand marché d'importation de l'Europe) n'est pas à négliger!

Préparation. L'exportateur doit être très bien préparé avant même de tenter de pénétrer le marché allemand. En premier lieu, les exportateurs doivent s'adresser à l'une des délégations commerciales canadiennes établies en Allemagne de l'Ouest. Ils peuvent à cette fin envoyer de la documentation détaillée sur leurs produits avec renseignements sur les prix et ce, suffisamment à l'avance pour donner le temps au délégué commercial de bien sonder le marché. Dans la mesure du possible, la documentation sera rédigée en allemand et les mesures données en unités métriques.

À qui s'adresser ? Afin de permettre aux exportateurs d'obtenir une bonne vue d'ensemble du marché sans communiquer avec trois missions différentes, nos délégations

commerciales en Allemagne ont adopté un système de spécialisation par secteur en vertu duquel une seule mission assume la responsabilité globale d'une gamme de produits donnée. La liste qui suit vous permettra de déterminer votre point de contact initial. En cas d'erreur de votre part, la mission se chargera d'acheminer votre demande à la délégation compétente.

- Düsseldorf** — produits de santé
— poisson et produits alimentaires
— énergie électrique, pétrole et gaz
— la plupart des machines
— produits forestiers
— minerais et métaux
— services de consultation, projets d'investissements et de coopération
— vêtements et meubles
— fourrures et textiles
— dispositifs de protection de l'environnement
- Bonn** — équipement militaire
— équipement et services de base de télécommunications
— produits chimiques en vrac
— produits agricoles en vrac
— livres et instruments de musique
— construction navale et industries maritimes
— matériel de sécurité
— questions de politique et de réglementation
— technologie et services de protection de l'environnement
- Munich** — industrie aérospatiale
— matériel automobile et de transport en surface
— produits électriques et électroniques
— ordinateurs et logiciels
— articles de passe-temps et matériel récréatif
— matériel et instruments médicaux
— films, vidéos et enregistrements sonores
— matériel et services
— équipement et services perfectionnés de télécommunications

Observations relatives au marché. Le marché allemand est trop vaste et trop diversifié pour être abordé en bloc. À l'exception de certains produits, comme les bijoux, pour lequel le marché de gros est presque entièrement concentré dans une même région, la plupart des marchés sont disséminés un peu partout au pays. La ou les

régions de concentration doivent donc être choisies avec soin.

Instruments de pénétration du marché. La foire commerciale spécialisée conjuguée à des missions de commercialisation individuelles est de loin le meilleur instrument de pénétration du marché allemand. L'Allemagne tient plus de foires commerciales industrielles que n'importe quel autre pays au monde et les retombées de ces foires dépassent les frontières du pays. En effet, à cause de la réputation internationale des foires commerciales allemandes, les répercussions de l'exposition d'un produit s'étendent bien au-delà des frontières de ce pays, dans toute l'Europe de l'Ouest, et, dans de nombreux cas, jusqu'à des marchés aussi éloignés que ceux de la côte du Pacifique. Pour obtenir des renseignements détaillés sur les principales foires commerciales, il suffit de s'adresser à l'une des trois délégations commerciales canadiennes en Allemagne ou à la Direction du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, à Ottawa.

Selon la nature du produit et le calendrier des foires commerciales, il peut être plus avantageux d'effectuer un voyage d'affaires en RFA ou d'inviter des acheteurs allemands à visiter vos installations au Canada. Nos programmes d'aide à l'exportation couvrent ces deux façons d'aborder le marché allemand. De plus, il existe un certain nombre d'organismes, d'associations industrielles et de revues spécialisées susceptibles de faciliter l'étude du marché. Les Canadiens qui participent à une foire commerciale à titre d'exposants ou de visiteurs peuvent obtenir un remboursement de la TVA sur les biens et les services.

Distribution. Les produits alimentaires et les matières premières entrent habituellement au pays au tout début de la chaîne de distribution, tandis que les biens de production et les matériaux semi-ouvrés sont bien répartis aux niveaux des importateurs et des utilisateurs finals. Les produits de consommation entrent dans le réseau à toutes les étapes de la chaîne de distribution, depuis les importateurs, les agents, les grossistes jusqu'aux grands magasins, aux maisons de distribution par correspondance et aux coopératives d'achat. Naturellement, chaque intermédiaire de la chaîne fait augmenter le prix de vente final. Toutefois, l'exposition plus étendue de nombreux produits et les services spécialisés offerts par les intermédiaires rentabilisent

souvent le recours à ces personnes. Les Forces armées allemandes font leurs achats par l'intermédiaire des services allemands d'approvisionnement militaire (BWB) à Koblenz. L'ambassade peut vous aider à entrer en contact avec cet organisme.

Moment le plus opportun pour un voyage d'affaires. La période des vacances est très importante pour les gens d'affaires allemands et, souvent, les bureaux ne sont occupés que par un personnel réduit au minimum pendant la saison estivale. Aussi, les visites en juillet et en août sont-elles déconseillées. En outre, les habitudes d'achat bien établies et la période de l'année constituent des facteurs importants dont il faut tenir compte au moment de l'établissement du calendrier de voyage, en particulier dans le cas des biens de consommation. À cet égard, il faudra consulter la délégation commerciale canadienne compétente. Dans la mesure du possible, choisissez une période qui coïncide avec une foire commerciale de votre secteur d'activité.

Autres considérations. Étant donné que les impressions de l'acheteur à l'égard du fournisseur et du produit ne font qu'une, l'exportateur canadien en visite doit être en mesure de faire preuve des qualités suivantes :

Connaissance des habitudes locales

La ponctualité, la politesse et une certaine étiquette sont beaucoup plus importantes pour les gens d'affaires allemands que pour leurs homologues nord-américains. Le non-respect des normes établies peut compromettre les résultats d'une première rencontre importante.

Compétence

Il ne suffit pas d'apporter des échantillons et une liste des prix des produits à l'usine. Vous devez démontrer que vous connaissez à fond votre produit, ainsi que les détails relatifs aux délais de livraison, aux coûts d'expédition, au service après-vente, aux services techniques offerts au distributeur et aux caractéristiques de rendement. Une liste de références est aussi très utile. Il est important que vous soyez en mesure de démontrer, preuves à l'appui, vos bons antécédents dans le domaine de l'exportation ou, encore, de votre marché canadien. Bien que les acheteurs allemands soient normalement capables de convertir eux-mêmes les prix en marks (DM) en y ajoutant les droits de douane et les taxes correspondants, il est préférable d'avoir une bonne connaissance de ces facteurs.

Souplesse

La RFA est un marché demandeur et les pratiques qui s'y rattachent sont parfois bien différentes des nôtres. Les propositions relatives à la modification des emballages, aux conditions de crédit, à la correspondance en allemand ou à d'autres changements dans vos méthodes commerciales habituelles doivent être évaluées en fonction des bénéfices prévus, plutôt qu'immédiatement rejetées parce qu'elles exigent trop d'investissements.

Réalisme

Le marché allemand est trop concurrentiel pour être rentable à court terme. La rentabilité ne vient qu'à long terme. Aussi, tous les aspects de votre programme d'exportation (entre autres, promotion, bénéfices escomptés, modifications du produit, etc.) doivent être formulés en tenant compte de ce facteur. En établissant les niveaux de rendement, rappelez-vous que la plupart des gens d'affaires allemands ne mettront pas leur réputation en jeu en s'assujettissant à une trop grande dépendance envers un fournisseur qui n'a pas fait ses preuves. Généralement, les ventes démarrent lentement, mais elles augmentent considérablement une fois votre réputation bien établie.

Règlements du pays

Les règlements de l'Allemagne en ce qui concerne les importations sont en règle générale assez faciles à respecter. Il incombe à l'exportateur de tenir compte des règlements concernant le contenu, l'étiquetage, le calibrage et la qualité et à l'importateur de s'assurer qu'ils sont bien respectés.

Étiquetage. Le règlement de la République fédérale d'Allemagne sur l'étiquetage des aliments prévoit que la viande et ses dérivés, le poisson et ses dérivés, les crustacés, les mollusques, les produits laitiers, les légumes et les conserves de légumes, y compris les champignons, le miel naturel et de fabrication, les sirops de table, les fruits, les fruits secs et les préparations à base de fruits ou de noix, les produits agricoles, les épices, les féculs, le café et les substituts du café, le thé et les autres produits du même genre, doivent être étiquetés de façon à indiquer le nom et l'adresse du producteur ou de l'emballleur, le contenu d'après le nom commercial usuel, la quantité en unités métriques, la durée de conservation, le mode de préparation, la liste des ingrédients, y compris les additifs ou les agents de conservation, etc.

Ces exigences peuvent être respectées par le fabricant dans le pays exportateur ou, encore, par l'importateur en Allemagne fédérale, après l'importation des produits sous la surveillance des autorités douanières.

Les produits importés qui ne sont pas conformes aux règlements allemands relatifs à l'étiquetage, ou pour lesquels aucune disposition n'a été prise avant leur arrivée au pays pour en assurer la conformité aux règlements sont automatiquement refusés. Il est important d'obtenir de l'importateur allemand des renseignements complets sur les méthodes d'étiquetage avant l'expédition des produits et le texte allemand précis à utiliser, étant donné que l'importateur allemand est tenu par la loi d'informer le fournisseur étranger de toutes les exigences en matière d'étiquetage ou de marquage.

Certificats d'origine. Normalement, des certificats d'origine ne sont pas exigés sauf pour les produits textiles. Les importateurs peuvent être tenus de présenter des certificats d'origine pour des marchandises contingentées, certains produits agricoles non exempts de droits et pour d'autres importations bénéficiant d'un régime tarifaire préférentiel. On exige deux exemplaires authentifiés par une chambre de commerce ou un *Board of Trade* reconnu. Aucune formule spéciale n'est prescrite pour le certificat d'origine, mais ce dernier doit donner une description des produits, le nom et l'adresse du fabricant ou de l'expéditeur, les marques et les numéros des paquets et leur contenu, leur valeur et le mode de transport. Dans les cas où la loi n'oblige pas les intéressés à fournir des certificats d'origine, les autorités douanières allemandes peuvent exiger une preuve d'origine sous forme de documents d'expédition, de factures, de lettres ou d'autres documents attestant l'origine.

Certificats sanitaires. Certains produits de la pêche, les fruits frais, les viandes fraîches ou transformées et les plantes vivantes doivent être accompagnés d'un certificat d'inspection sanitaire émis dans le pays d'origine attestant que les marchandises sont saines et ne contiennent pas de parasites. Les viandes doivent provenir d'usines d'exportation canadiennes approuvées par la Communauté européenne. Le poisson doit être accompagné d'un certificat attestant qu'il ne contient pas de parasites (nématodes).

Attestation médicale. Des certificats d'inspection sanitaire sont également exigés pour l'importation de volailles vivantes ou apprêtées et d'oeufs d'incubation, de sauvagine et de plumes provenant d'oiseaux domestiques ou sauvages, assurant ainsi l'absence de maladies infectieuses, dont la maladie de Newcastle.

Le certificat vétérinaire est obligatoire pour les importations de chevaux, de vaches laitières et de semence, établissant que les animaux exportés et le troupeau dont ils proviennent ne sont pas atteints de brucellose ni d'autres maladies contagieuses.

Échantillons. Les échantillons n'ayant aucune valeur marchande ou rendus inutilisables à des fins commerciales sont admis en franchise sous la surveillance des autorités douanières. Les échantillons d'essai ne pouvant être utilisés à d'autres fins sont également admis en franchise. Les échantillons ayant une valeur marchande sont soumis aux mêmes droits de douane que les livraisons commerciales du même produit.

Les échantillons peuvent être admis moyennant une garantie et sur paiement des droits pour une période d'un an. Les droits sont remboursés intégralement au moment de la réexportation des échantillons, qui n'est pas tenue de se faire par le même port d'entrée (voir chapitre I, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA).

D'autre part, les échantillons commerciaux ou les biens importés pour une période provisoire à une fin précise peuvent être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée au pays, mais ils seront remboursés sur présentation de la preuve d'exportation. Les importateurs que ce système intéresse doivent prendre au préalable les dispositions nécessaires avec les autorités douanières du pays.

Il n'est pas nécessaire de posséder des licences d'importation pour les échantillons qui entrent en Allemagne en quantités raisonnables et qui ne sont pas destinés à la vente.

L'exemption des droits de douane ne s'applique pas au café, au café torréfié, aux extraits de café ou de thé, à l'alcool éthylique, aux produits du tabac et au papier à cigarettes.

Règlements spéciaux. Des règlements spéciaux s'appliquent à divers produits, notamment l'équipement, les produits chimiques, les semences et le matériel d'ensemencement, les cosmétiques, le bois d'œuvre, les véhicules à moteur, la viande et le poisson.

XIII. ADRESSES UTILES

Délégations commerciales du Canada dans les pays membres de la CEE

Belgique

Services commerciaux
Ambassade du Canada
2, avenue de Tervuren
1040 Bruxelles, Belgique

Câble : CANADIAN BRUSSELS
Téléphone : (011-32-2) 735-6040
Télécopieur : (011-32-2) 735-3383
Télex : (Code de destination 46)
21613 (DOMCAN B)

Territoire : Belgique, Luxembourg

Danemark

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Kr. Bernikowsgade 1
DK = 1105 Copenhagen K
Danemark

Câble : DOMCAN COPENHAGEN
Téléphone : (011-45-1) 12-22-99
Télécopieur : (011-45-1) 14-05-85
Télex : (Code de destination 55)
27036 (DMCNC DK)

Territoire : Danemark, Groenland, Îles Féroé

Espagne

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Apartado 117
35, Nunez de Balboa
28001 Madrid, Espagne
Adresse postale : Apartado 587
28080 Madrid, Espagne

Câble : CANADIAN MADRID
Téléphone : (011-34-1) 431-4300
Télécopieur : (011-34-1) 431-2367
Télex : (Code de destination 52)
27347 (DOMCA E)

Territoire : Espagne et les provinces hors de la péninsule :
îles Baléares, îles Canaries

France

Services commerciaux
Ambassade du Canada
35, avenue Montaigne
75008 Paris, France

Câble : CANADIAN PARIS
Téléphone : (011-33-1) 47.23.01.01
Télécopieur : 33-14723-5628
Télex : (Code de destination 42)
280806 (CANAD A 280806F)
Territoire : France, Andorre, Monaco

Grande-Bretagne

Services commerciaux et économiques
Haut-commissariat du Canada
Macdonald House
One Grosvenor Square
Londres, W1X 0AB
Angleterre

Câble : DOMINION LONDON
Téléphone : (011-44-1) 629-9492
Télécopieur : 441-491-3968
Télex : (Code de destination 51) 261592 (CDALDN G)
Territoire : Angleterre, Pays de Galles, îles Anglo-
normandes, Gibraltar

Services commerciaux
Consulat du Canada
Canada House
Ashley House
195 West George Street
Glasgow G22HS, Écosse

Câble : CANTRACOM GLASGOW
Téléphone : (011-44-41) 204-1373
Télex : (Code de destination 77)
778650 (CDAGLW G)
Territoire : Irlande du Nord, Écosse

Grèce

Services commerciaux
Ambassade du Canada
4, rue Ioannou Ghennadiou
Athènes 115 21, Grèce

Câble : CANADIAN ATHENS
Téléphone : (011-30-1) 723-9511
Télécopieur : (011-30-1) 724-7123
Télex : (Code de destination 601)
215584 (DOM GR)

Irlande

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Canada House
65/68 St. Stephen's Green
Dublin 2, Irlande

Câble : DOMCAN DUBLIN
Téléphone : (011-353-1) 781988
Télécopieur : (011-353-1) 781285
Télex : (Code de destination 500)
93803 (DMCN EI)

Italie

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Via G.B. de Rossi 27
00161 Rome, Italie

Câble : CANADIAN ROME
Téléphone : (011-39-6) 855-341
Télécopieur : (011-39-6) 884-8752
Télex : (Code de destination 43)
610056 (DOMCAN I)

Territoire : Provinces de Toscane, Marches, Ombrie, Latium,
Abruzzes-Molise, Pouilles, Campanie, Basilicate, Calabre,
Sicile et Sardaigne
Autres pays: Malte, Libye

Services commerciaux
Consulat général du Canada
Via Vittor Pisani 19
20124 Milan, Italie

Câble : CANTRACOM MILAN
Téléphone : (011-039-2) 669-7451
Télécopieur : (011-39-2) 670-4450
Télex : (Code de destination 43)
310368 (CANCON I)

Territoire : (Provinces) Emilie-Romagne, Lombardie,
Piémont, Trentin-Haut-Adige, Vénétie, Ligurie, Val d'Aoste,
Frioul-Vénétie-Julienne

Pays-Bas

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Sophialaan 7
2514 JP

La Haye, Pays-Bas

Adresse postale : Services commerciaux
B.P. 30820
2500 GV,
La Haye, Pays-Bas

Câble : DOMCAN THE HAGUE
Téléphone : (011-31-70) 614111
Télécopieur : (011-31-70) 561-111
Télex : (Code de destination 44)
31270 (DMCN NL)

Portugal

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Av. Da Liberdade 144/56-4
Lisbonne 1200, Portugal

Câble : CANADIAN LISBON
Téléphone : (011-351-1) 347-4892
Télécopieur : (011-351-1) 347-6466
Télex : (Code de destination 404) 12377 (DOMCAN P)
Territoire : Portugal, Açores, Madère

République fédérale d'Allemagne

En Allemagne, les missions sont structurées par secteur industriel plutôt que par secteur géographique. Aussi, toutes les demandes de renseignements concernant tout aspect du commerce doivent être adressées à la mission compétente dont les secteurs de responsabilités sont énumérés ci-après.

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Friedrich-Wilhelm-Strasse 18
D-5300 Bonn
République fédérale d'Allemagne

Câble: CANADIAN BONN
Téléphone : (011-49-228) 23 10 61
Télécopieur : 49-228-230857
Télex : (Code de destination 41)
886421 (DOMCA D)

Secteurs de responsabilités : Matériel de défense, livres, instruments de musique, chantiers navals et industries maritimes, équipement de sécurité, questions de politiques et de réglementation, produits chimiques livrés en vrac, produits agricoles livrés en vrac, équipement et services de base en télécommunications, technologie et services de protection de l'environnement.

Services commerciaux
Consulat général du Canada
Immerman Hof
Immermannstrasse 65D
D-4000 Düsseldorf
République fédérale d'Allemagne

Câble : CANADIAN DÜSSELDORF
Téléphone : (011-49-211) 35 34 71
Télécopieur : (011-49-211) 359-165
Télex : (Code de destination 41)
8587144 (DMCN D)

Secteurs de responsabilités : Produits de santé, poisson et produits alimentaires, énergie électrique, pétrole et gaz, la plupart des machines, produits de la forêt, minéraux et métaux, services d'experts-conseils, coopération dans des projets d'investissement, vêtements et mobilier, fourrures et textiles, équipement de protection de l'environnement.

Services commerciaux
Consulat général du Canada
Tal 29
D-8000 Munich 2
République fédérale d'Allemagne

Téléphone : (011-49-89) 22-26-61
Télex : (Code de destination 0411) 5214139 (CAND D)

Secteurs de responsabilités : Aérospatial, équipement de transport routier et de surface, produits électriques et électroniques, ordinateurs et logiciels, articles de loisirs et de récréation, équipement médical et instruments médicaux, équipement d'enregistrement de films, de vidéos et d'enregistrement sonore, équipement et services de télécommunications hautement perfectionnés.

Centres du commerce international

Si vous n'avez jamais exporté vos produits, veuillez communiquer avec le Centre de commerce international d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada dans votre province. Comme il a été mentionné précédemment, ces centres sont situés dans les bureaux d'Industrie, Sciences et Technologie Canada, sauf au Yukon et aux Territoires du Nord-Ouest.

Alberta

Centre du commerce
international

Room 540

Canada Place

9700 Jasper Avenue

Edmonton (Alberta)

T5J 4C3

Téléphone : (403) 495-2944

Télex : 037-2762

Télécopieur : (403) 495-4507

Centre du commerce
international

Suite 1100

510-5th avenue S.W.

Calgary (Alberta)

T2P 3J2

Téléphone : (403) 292-4575

Colombie-Britannique

Centre du commerce
international

Vancouver Centre

Scotia Tower

Suite 900

650 West Georgia Street

P.O. Box 11610

Vancouver (Colombie-
Britannique)

V6B 5H8

Téléphone : (604) 666-1444

Télex : 045-1191

Télécopieur : (604) 666-8330

Île-du-Prince-Édouard

Centre du commerce
international

Confederation Court Mall

134 Kent Street

Suite 400

P.O. Box 1115

Charlottetown (Île-du-Prince-
Édouard)

C1A 7M8

Téléphone : (902)

566-7400/7443

Télex : 014-44129

Télécopieur : (902) 566-7450

Manitoba

Centre du commerce
international
330 Portage Avenue
Room 608
P.O. Box 981
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2
Téléphone : (204) 983-8036
Télex : 075-7624
Télécopieur : (204) 983-2187

Nouveau-Brunswick

Centre du commerce
international
Place Assumption
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Téléphone : (506) 857-6452
Télex : 014-2200
Télécopieur : (506) 857-6429
Ligne directe :
1-800-332-3801

Nouvelle-Écosse

Centre du commerce
international
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Téléphone : (902) 426-7540
Télex : 019-22525
Télécopieur : (902) 426-2624

Ontario

Centre du commerce
international
Dominion Public Building
4th Floor
1 Front Street West
Toronto (Ontario)
M5J 1A4
Téléphone : (416) 973-5203
Télex : 065-24378
Télécopieur : (416) 973-8714

Québec

Centre du commerce
international
Tour de la Bourse
Bureau 3800
800, place Victoria
C.P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Téléphone : (514) 283-8185
Télex : 055-60768
Télécopieur : (514) 283-3302

Saskatchewan

Centre du commerce
international
6th Floor
105-21st Street East
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 0B3
Téléphone :
(306) 975-5315/5318
Télex : 074-2742
Télécopieur : (306) 975-5334

Terre-Neuve et Labrador

Centre du commerce
international

90 O'Leary Avenue

P.O. Box 8950

St. John's (Terre-Neuve)

A1B 3R9

Téléphone : (709) 772-5511

Télex : 016-4749

Télécopieur : (709) 772-5093

Industrie, Sciences et Technologie Canada

Comme nous l'avons déjà mentionné, les bureaux du ISTC occupent les mêmes locaux que ceux des centres du commerce international, à l'exception des bureaux suivants :

Administration centrale

Industrie, Sciences et
Technologie Canada

235, rue Queen

Ottawa (Ontario)

K1A 0H5

Téléphone : (613) 995-5771

Territoires du Nord-Ouest

Industrie, Sciences et
Technologie Canada

Precambrian Building

10th Floor

P.O. Box 6100

Yellowknife (T.N.-O.)

X1A 2R3

Téléphone : (403) 920-8568

Télécopieur : (403) 873-6228

AES : (403) 920-2618

Yukon

Industrie, Sciences et
Technologie Canada

108 Lambert Street

Suite 301

Whitehorse (Yukon)

Y1A 1Z2

Téléphone : (403) 668-4655

Télécopieur : (403) 668-5003

Télex : 014-2200

Représentants commerciaux des pays de la CEE au Canada

Belgique

Ambassade de Belgique
85, rue Range, bureaux 601-604
Ottawa (Ontario)
K1N 8J6
Téléphone : (613) 236-7267-8-9

Consulat de Belgique
1001, boul. de Maisonneuve ouest
Bureau 1250
Montréal (Québec)
H3A 3C8
Téléphone : (514) 849-7394

Consulat de Belgique
8 King Street East, Suite 1901
Toronto (Ontario)
M5C 1B5
Téléphone : (416) 364-5283

Consulat de Belgique
701 West Georgia Street, Suite 1560
P.O. Box 10119, Pacific Centre
Vancouver (Colombie-Britannique)
V7Y 1C6
Téléphone : (604) 682-1878

Danemark

Ambassade du Danemark
85, rue Range, bureau 702
Ottawa (Ontario)
K1N 8J6
Téléphone: (613) 234-0704/0116/0204

Consulat général du Danemark
2020, rue Université
Bureau 1330
Montréal (Québec)
H3A 2A5
Téléphone : (514) 849-5391

Consulat du Danemark
151 Bloor Street West, Suite 310
Toronto (Ontario)
M5S 1S4
Téléphone : (416) 962-5661

Espagne

Ambassade d'Espagne
350, rue Sparks, bureau 802
Ottawa (Ontario)
K1R 7S8
Téléphone : (613) 237-2193

France

Ambassade de France
42, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1M 2C9
Téléphone : (613) 232-1795

Consulat général de France
2 Élysée, Place Bonaventure (C.P. 177)
Montréal (Québec)
H5A 1A7
Téléphone : (514) 878-4381

Consulat général de France
1110, avenue des Laurentides
Québec (Québec)
G1S 3C3
Téléphone : (418) 688-0430

Délégué commercial de France
175 Bloor Street East, Suite 606
Toronto (Ontario)
M4W 3R8
Téléphone : (416) 925-0025

Grèce

Ambassade de Grèce
76-80, rue MacLaren
Ottawa (Ontario)
K2P 0K6
Téléphone : (613) 238-6271-2-3

Consulat général de Grèce
2015, rue Peel
Bureau 750
Montréal (Québec)
H3A 1T8
Téléphone : (514) 845-2105

Consulat général de Grèce
100 University Avenue, Suite 1902
Toronto (Ontario)
M5G 1V6
Téléphone : (416) 593-1636/7

Consulat de Grèce
Suite 501
1200 Burrard Street
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6Z 2C7
Téléphone : (604) 681-1381

Irlande

Ambassade d'Irlande
170, rue Metcalfe
Ottawa (Ontario)
K2P 1P3
Téléphone : (613) 233-6281

Italie

Ambassade d'Italie
275, rue Slater, 11^e étage
Ottawa (Ontario)
K1P 5H9
Téléphone : (613) 232-2401-2-3

Consulat général d'Italie
3489, avenue Drummond
Montréal (Québec)
H3G 1X6
Téléphone : (514) 849-8351

Consulat général d'Italie
136 Beverley Street
Toronto (Ontario)
M5T 1Y5
Téléphone : (416) 977-1566

Délégation commerciale d'Italie
Suite 505, 1200 Burrard Street
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6Z 2C7
Téléphone : (604) 684-7288

Pays-Bas

Ambassade des Pays-Bas
272, rue Slater, 3^e étage
Ottawa (Ontario)
K1P 5H9
Téléphone : (613) 237-5030

Consulat général des Pays-Bas
Édifice Standard Life
Bureau 1500
1245, rue Sherbrooke ouest
Montréal (Québec)
H3G 1G2
Téléphone : (514) 849-4247/8

Consulat général des Pays-Bas
1 Dundas Street West
Suite 2106
Toronto (Ontario)
M5G 1Z3
Téléphone (416) 598-2520

Consulat général des Pays-Bas
Crown Trust Building, Suite 821
475 Howe Street
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6C 2B3
Téléphone : (604) 684-6448/9

Portugal

Ambassade du Portugal
645, promenade Island Park
Ottawa (Ontario)
K1Y 0B8
Téléphone : (613) 729-0883
729-2922 729-2270

Consulat général de France
The Vancouver Block,
Suite 1201
736 Granville Street
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6Z 1H9
Téléphone : (604) 681-2301

Grande-Bretagne
Haut-commissariat de Grande-Bretagne
80, rue Elgin
Ottawa (Ontario)
K1P 5K7
Téléphone : (613) 237-1530
Télécopieur : (613) 237-7980

Consulat général de Grande-Bretagne
Three McCauley Plaza
10025 Jasper Avenue
Edmonton (Alberta)
T5J 1S6
Téléphone : (403) 428-0375

Consulat général de Grande-Bretagne
1155, rue Université
Montréal (Québec)
H3B 3W7
Téléphone : (514) 866-5863

Consulat général de Grande-Bretagne
777 Bay Street, Suite 1910
College Park
Toronto (Ontario)
M5G 2G2
Téléphone : (416) 593-1267

Consulat général de Grande-Bretagne
111 Melville Street, Suite 800
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6E 3V6
Téléphone : (604) 683-4421

Délégué commercial adjoint de la Grande-Bretagne
a/s Hignell Printed Ltée
488 Burnell Street
Winnipeg (Manitoba)
R3G 2B4
Téléphone : (204) 783-7237

République fédérale d'Allemagne

Ambassade de la République fédérale
d'Allemagne

1, rue Waverley

Ottawa (Ontario)

K2P 0T8

Téléphone : (613) 232-1101/2-3-4-5

Consulat général d'Allemagne

2500 CN Tower

10004-104th Avenue

P.O. Box 363

Edmonton (Alberta)

T5J 0K1

Téléphone : (403) 422-6175/6-7

Consulat général d'Allemagne

3455, rue de la Montagne

Montréal (Québec)

H3G 2A3

Téléphone : (514) 286-1820

Consulat général d'Allemagne

77 Admiral Road

Toronto (Ontario)

M5R 2L4

Téléphone : (416) 925-2813/4-5

Consulat général d'Allemagne

501-325 Howe Street

Vancouver (Colombie-Britannique)

V5C 2A2

Téléphone : (604) 684-8377

Notes

LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20001993 6

Storage

HF 1010 .G85E8614 1989 STORAGE

Communaute economique europeenne,
guide de l'exportateur canadien. --
15234002

Communauté économique européenne



Pays membres de la communauté européenne



Association européenne de libre-échange



Pays du Comecon



Océan Atlantique

Mer Méditerranée

Mer Baltique

Mer Noire

Maroc

Algérie

Tunisie

Irlande

Écosse

Angleterre

Mer du Nord

Norvège

Suède

Finlande

Danemark

Pays-Bas

Belgique

Luxembourg

France

Suisse

Italie

Autriche

Hongrie

Yougoslavie

Albanie

Grèce

République
d'Allemagne

République
fédérale
d'Allemagne

Pologne

Tchécoslovaquie

URSS

Roumanie

Bulgarie

Turquie



Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

External Affairs and
International Trade Canada