

doc
CA1
EA917
99C33
FRE

CHILI

Guide à l'intention des exportateurs canadiens 1998-1999

Direction de l'Amérique du Sud (LSR)
Ministère des Affaires étrangères et
du Commerce international
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 995-0642
Fax : (613) 943-8808

Ambassade du Canada au Chili
Nueva Tajamar 481, Torre Norte
Piso 12
(Edificio World Trade Centre)
Santiago, Chili
Tél. : (56-2) 362-9660
Fax : (56-2) 362-9664
<http://www.dfait-maeci.gc.ca/santiago>

Adresse postale :

Ambassade du Canada au Chili
Casilla 139, Correo 10
Santiago, Chili

NOV 30 2000

Return to Departmental Library
Retourner à la bibliothèque du Ministère

UN PARTENAIRE POUR L'AVENIR

La préoccupation croissante du Chili en ce qui concerne l'apparition de nouvelles demandes pour les mêmes ressources au point pour gérer ses propres problèmes de ressources.

Une économie de type divers, un système politique stable et une réglementation claire sur les investissements ont fait du marché chilien l'un des plus dynamiques en Amérique latine. Au cours des 10 dernières années, les investissements massifs de capitaux étrangers, combinés à une croissance intérieure, ont permis au Chili de maintenir des niveaux nécessaires pour soutenir une croissance moyenne du produit intérieur brut (PIB) réel de 7 %. Les politiques mises en œuvre sur le marché ont contribué au développement d'un esprit d'entrepreneur.

Table des matières

Un partenaire pour l'avenir 1

Le cadre réglementaire 13

Les structures d'entreprise 18

Faire des affaires au Chili 20

Constituer un partenariat pour pénétrer le marché 23

Le financement des activités au Chili 36

Préparer sa stratégie de pénétration du marché 42

Expédier au Chili 47

Une porte vers l'Amérique latine 60

Contacts importants au Chili 63

603 Y7750

Les deux pays ont beaucoup de points communs, ils ont tous les deux une petite population répartie sur un grand territoire. Les marchés nationaux limités ont contraint les deux pays à chercher des débouchés à l'étranger.

Ces similitudes expliquent le niveau élevé d'intégration entre les deux pays. Le Canada est déjà le deuxième investisseur étranger au Chili et, en 1995 et 1996, a réussi à faire approuver plus d'investissements que tout autre pays. Après le Sommet des Amériques de Miami, le Chili cherchait à adhérer à l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) avec le Canada, les États-Unis et le Mexique. Le Congrès américain n'est

Min. des Affaires étrangères
Dept. of Foreign Affairs
NOV 3 0 2000
Retourner à la Bibliothèque du Ministère
Return to Departmental Library

Table des matières

Un partenariat pour l'avenir 1

Le cadre réglementaire 13

Les structures d'entreprise 18

Faire des affaires au Chili 20

Construire un partenariat pour générer le marché 23

Le financement des activités au Chili 36

Préparer sa stratégie de pénétration du marché 42

Expédier au Chili 47

Une porte vers l'Amérique latine 60

Contacts importants au Chili 63

2000

UN PARTENAIRE POUR L'AVENIR

La préoccupation croissante du Chili en ce qui concerne le développement durable fait apparaître de nouvelles demandes pour les mêmes technologies que le Canada a mises au point pour gérer ses propres problèmes de ressources naturelles.

Une économie de type ouvert, un système politique stable et une réglementation claire sur les investissements ont fait du marché chilien l'un des plus dynamiques en Amérique latine. Au cours des 10 dernières années, les entrées massives de capitaux étrangers, combinées à une épargne interne élevée, ont fourni les capitaux nécessaires pour alimenter une croissance moyenne du produit intérieur brut (PIB) réel de 7 %. Les politiques axées sur le marché ont contribué au développement d'un esprit d'entrepreneur et d'un secteur privé fort. Le président Eduardo Frei, qui est arrivé au pouvoir en mars 1994, s'est engagé à poursuivre ces politiques. Il a établi de nouvelles relations commerciales dans les Amériques, en Europe et en Asie. Son objectif consiste à faire passer les exportations chiliennes à 20 milliards \$US d'ici la fin du siècle.

Jusqu'à maintenant, les échanges commerciaux du Canada avec le Chili ont été relativement limités, mais on entrevoit d'excellentes possibilités pour l'avenir. La croissance du Chili s'est surtout manifestée dans l'industrie primaire, comme les mines, l'exploitation forestière, l'agriculture et la pêche. Les échanges commerciaux sont en expansion dans tous ces secteurs et c'est cette réussite qui est à l'origine de l'excellente performance de l'ensemble de l'économie du pays. Les Chiliens réalisent cependant de plus en plus que la croissance a des limites et qu'ils ne peuvent pas continuer à puiser indéfiniment dans leur patrimoine naturel. Le concept de croissance durable recueille de plus en plus d'appui et on insiste toujours plus sur la nécessité d'utiliser les ressources de façon efficace et de protéger l'environnement. On a également pris conscience de la nécessité de diversifier les exportations afin de diminuer la dépendance à l'égard des ressources naturelles et de concevoir des produits à valeur ajoutée. Le Canada s'est attaqué avec succès à tous ces problèmes dans le passé, exactement dans les mêmes secteurs d'activité. Notre pays a donc beaucoup à offrir au Chili, à la fois en expertise technologique et en gestion des ressources.

Nos deux pays ont beaucoup de points communs. Ils ont tous les deux une petite population répartie sur un grand territoire. Les marchés nationaux limités ont contraint les deux pays à chercher des débouchés à l'étranger.

Ces similitudes expliquent le niveau élevé d'interaction entre les deux pays. Le Canada est déjà le deuxième investisseur étranger au Chili et, en 1995 et 1996, il a réussi à faire approuver plus d'investissements que tout autre pays. Après le Sommet des Amériques de Miami, le Chili cherchait à adhérer à l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) avec le Canada, les États-Unis et le Mexique. Le Congrès américain n'est

toutefois pas parvenu à autoriser une négociation rapide. Cela a incité le Chili et le Canada à conclure un accord bilatéral provisoire. La signature de l'accord a eu lieu au Chili le 5 décembre 1996, à l'occasion de Canada Expo 96. Il est entré en vigueur le 5 juillet 1997 et, en raison des avantages qu'il procure aux Canadiens, le Chili s'imposera à coup sûr comme l'un des grands partenaires commerciaux du Canada. En 1998, le Chili a accueilli le deuxième Sommet des Amériques à Santiago, où les 34 dirigeants des Amériques se sont rencontrés pour discuter de la Zone de libre-échange avec les Amériques (ZLEA). Les négociations sur la ZLEA doivent se terminer en 2005 et renforcer la coopération économique, politique et sociale entre les nations de l'hémisphère occidental.

LE DOLLAR AMÉRICAIN

Dans cette publication, toutes les sommes sont indiquées en dollars canadiens à moins d'indication contraire. Toutefois, la plupart des statistiques citées sont en dollars américains parce que cette devise est devenue l'unité de base pour le commerce international partout dans le monde, indépendamment des partenaires commerciaux dont il s'agit.

Cette publication fait état des statistiques en reprenant la devise utilisée lors de leur première publication. C'est ce qui explique que les données récentes de Statistique Canada et les chiffres cités par les entreprises canadiennes sont les seuls à être en dollars canadiens.

Les sociétés canadiennes désireuses de s'implanter sur les marchés chiliens auront avantage à se familiariser avec l'utilisation du dollar américain. Pour la plupart d'entre elles, cela va au-delà de la dimension statistique étant donné que leurs contrats utiliseront probablement le dollar américain.

La quasi-totalité des statistiques officielles chiliennes sont exprimées en dollars américains, tout comme la plupart des chiffres extraits de publications chiliennes consacrées aux affaires. Il en va de même pour les organismes internationaux comme les Nations Unies, la Banque interaméricaine de développement et le Fonds monétaire international. En vérité, le lecteur ne serait pas à l'aise si d'importantes statistiques étaient données en dollars canadiens parce qu'il deviendrait alors difficile d'établir des comparaisons.

Les conversions en dollars américains ne sont pas simples. Dans la plupart des cas, les pesos chiliens sont convertis en dollars américains sur une base quotidienne, hebdomadaire, mensuelle ou trimestrielle. Cela veut dire qu'il n'est pas possible de convertir avec précision ces montants en dollars canadiens sans savoir auparavant quelle méthode de conversion a été utilisée pour passer du peso au dollar américain. Même dans le cas des données commerciales de Statistique Canada, l'utilisateur doit utiliser

des données sur les importations et les exportations en dollars américains. C'est pour cette raison que Statistique Canada convertit ses propres données commerciales en dollars américains pour les inclure dans la base de données sur le commerce mondial.

L'ÉCONOMIE CHILIENNE

La stabilité politique du Chili et son cadre réglementaire prévisible ont favorisé l'expansion de l'investissement étranger et du commerce extérieur. Le bon état des finances publiques du pays y a également contribué. En 1995, le Chili a enregistré un surplus budgétaire équivalent à 2,6 % de son produit intérieur brut (PIB), alors que sa dette extérieure nette ne représentait que 10 % du PIB. Cependant, des perspectives peu encourageantes pour les exportations de cuivre, la flambée des taux d'intérêt de janvier et février et des restrictions budgétaires entraîneront un ralentissement de l'activité économique en 1998. Même si sa croissance ne doit pas dépasser 5 % en 1998, le Chili se situe encore bien au-dessus de la moyenne régionale, qui avoisine 3 %.

Le Chili a été le premier pays d'Amérique latine à libéraliser unilatéralement le commerce et à démanteler les entraves à l'investissement étranger. Il a réduit son tarif douanier maximal de 220 % à 140 % en 1974, puis à 65 % en 1976 et à 10 % en 1979. Le nombre de produits dont l'importation est interdite a chuté de 187 en 1973 à 6 en 1976. Actuellement, les tarifs douaniers se maintiennent à 11 %, et plus de la moitié du PIB du pays fait l'objet d'échanges commerciaux. Les tarifs douaniers passeront de 11% à 10% le 1er janvier 1999. Ils diminueront ensuite de 1% par année pour atteindre 6% en 2003.

Au milieu des années 1970, les politiques adoptées par le Chili étaient jugées radicales. Toutefois, un grand nombre d'autres pays d'Amérique latine les copient aujourd'hui. Il a fallu plus de dix ans pour que le Mexique adopte des politiques comparables. Cependant, l'adoption soutenue de politiques axées sur le marché pendant plus de 20 ans a donné naissance à une mentalité favorable à l'épargne et à l'investissement unique en Amérique latine. En effet, le taux interne d'épargne du Chili devrait se situer juste en dessous de 28 % en 1996, ce qui fait l'envie de ses voisins d'Amérique latine.

Ce fort taux d'épargne interne, conjugué à un contexte accueillant pour l'investissement étranger, a aidé à maintenir la croissance du PIB autour de 7 % au cours de la période de 10 ans qui s'est terminée en 1997. La même année, d'après les estimations officielles de la Banque centrale, la croissance réelle était de 6,8 %, tandis que le taux de chômage est tombé à 7,5 % et que l'augmentation réelle des salaires a été d'environ 3 %. Les politiques gouvernementales sont également parvenues à endiguer l'inflation, qui est tombée à 6,2 % en janvier 1997, comparativement à 27 % en 1991. Le système d'indexation largement répandu au Chili, un héritage des fortes hausses de prix précédentes, a institutionnalisé dans une certaine mesure l'inflation. Malgré cela, le taux d'augmentation de l'indice des prix à la consommation s'est chiffré à 6,2 % en 1997. En 1995, le taux de croissance réel a dépassé celui de l'inflation pour la première fois en 35 ans. Cette tendance s'est poursuivie en 1997.

STATISTIQUES SUR LES IMPORTATIONS ET LES EXPORTATIONS

La mesure de l'importance des flux commerciaux entre deux pays présente certains problèmes statistiques intéressants. Chaque flux est en effet mesuré deux fois, la première, par le gouvernement du pays exportateur, et la seconde, par les agents des douanes du pays importateur. Il est rare que les deux évaluations correspondent et cela se vérifie particulièrement dans le cas du Canada et du Chili. Les raisons de ces écarts sont relativement bien connues des spécialistes du domaine.

Le lecteur a donc intérêt à prendre conscience de ces problèmes statistiques et à ne pas se laisser distraire par des écarts apparents entre des évaluations différentes. De tels écarts sont une conséquence naturelle et compréhensible de problèmes de mesure classiques.

- Les agents des douanes sont beaucoup plus rigoureux dans la cueillette de données sur les importations parce que celles-ci servent à prélever des droits. Ni le Canada ni le Chili n'imposent de droits à l'exportation. Par contre, le Canada et le Chili perçoivent tous deux des taxes à la valeur ajoutée, en plus des droits de douane, ce qui constitue des stimulants additionnels pour recueillir plus soigneusement les données sur les importations que sur les exportations.
- Les deux pays recueillent des données sur les exportations. Au Canada, on se procure celles-ci sur les formulaires « B13 » remis par les exportateurs. Dans le cas des États-Unis, le Canada utilise les données américaines sur les importations pour remplacer ses propres données sur les exportations. Les données concernant les autres grands partenaires commerciaux ont fait l'objet de projets spéciaux de conciliation à Statistique Canada. Toutefois, le Chili n'était pas par le passé un important partenaire commercial du Canada, ce qui explique qu'on ne se soit pas efforcé jusqu'à maintenant de corriger ces problèmes de mesure.
- Une grande partie des marchandises échangées entre le Canada et le Chili sont transbordées, surtout aux États-Unis. C'est probablement là la plus importante source d'erreurs statistiques. Il est également probable que les erreurs soient plus importantes pour les statistiques chiliennes que pour les chiffres canadiens. Cela tient au fait que les expéditions arrivant des États-Unis doivent être accompagnées d'un certificat d'origine de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), qui impose de se conformer aux règles rigoureuses sur l'origine. Les importations entrant au Chili sont frappées par le même droit de douane de 11 % et la même taxe à la valeur ajoutée de 18 %, qu'elles viennent du Canada ou des États-Unis. Les agents chiliens des douanes ne sont donc pas motivés pour indiquer avec rigueur l'origine précise d'une expédition.

- Le Canada évalue les importations et les exportations sur la base franco à bord (FAB). Le Chili, lui, prélève les droits à l'importation sur la base coût, assurance et fret (CAF), mais mesure les exportations à partir de la valeur FAB. Cela tend à gonfler la valeur des importations chiliennes par rapport aux évaluations canadiennes des exportations. Cette erreur est toutefois probablement atténuée par les effets du problème du transbordement.

C'est pour toutes ces raisons qu'on ne doit jamais considérer que les évaluations des échanges commerciaux entre le Canada et le Chili sont des chiffres définitifs. Dans cette publication, on utilise les évaluations de Statistique Canada pour décrire le commerce bilatéral entre les deux pays. Par contre, l'analyse des marchés chiliens utilise presque en totalité les données des services chiliens des douanes. Si on a procédé ainsi, c'est que les évaluations de Statistique Canada sont cohérentes et de haute qualité. Elles ne décrivent toutefois qu'une petite partie de l'ensemble des importations du Chili, car le Canada n'est que l'un des plus petits fournisseurs du Chili. C'est pourquoi les importations du Chili en provenance d'autres pays fournissent une meilleure indication des possibilités du marché. Ces dernières données permettent également de procéder à une évaluation essentielle des situations concurrentielles.

LE COMMERCE EXTÉRIEUR

En 1997, les exportations chiliennes ont augmenté de 17,6 % pour atteindre 16,9 milliards \$US. Les importations ont pour leur part augmenté de 33,5 %, passant à 17,6 milliards \$US. Le pays a donc affiché un déficit commercial de 700 millions de dollars. Par le passé, le cuivre venait en tête des exportations. En effet, le Chili dispose d'un quart des réserves mondiales de cuivre et, pris isolément, en est le plus important producteur. Les minéraux et les minerais de toutes sortes totalisaient 48,5 % des exportations de 1995. Les produits alimentaires et agricoles viennent ensuite avec 26,5 % du total, suivis des produits de la forêt avec 14,4 %. Pratiquement 60 % des revenus d'exportation du Chili sont imputables à quatre produits : le cuivre, la pâte à papier, les fruits frais et la farine de poisson. Malgré cette dépendance envers les produits primaires, l'économie se diversifie régulièrement. Au cours des dix dernières années, la part des produits transformés est passée de 6 à plus de 17 % des exportations du pays. On peut en donner comme exemples les secteurs du vin et du saumon fumé dans lesquels le Chili a mis au point de façon dynamique des produits à valeur ajoutée qui tirent parti de son secteur primaire.

L'inquiétude que soulève la dépendance à l'égard d'un petit nombre de marchés d'exportation encourage la diversification régionale. Entre 1991 et 1997, le Chili a conclu des accords commerciaux avec la Bolivie, la Colombie, l'Équateur, le Venezuela et le Mexique. L'Accord de libre-échange entre le Canada et le Chili (ALECC), signé en novembre 1996, est entré en vigueur le 5 juillet 1997. L'ALECC s'inspire de l'ALENA, et devrait faciliter l'adhésion du Chili à ce dernier accord, s'il le désire. En octobre 1996, le

Chili a obtenu le statut de membre associé au sein du bloc commercial du Mercosur (Argentine, Brésil, Paraguay et Uruguay). Le Chili est membre du forum de Coopération économique Asie-Pacifique (APEC). Il a également entamé des discussions économiques avec d'autres pays d'Amérique latine et l'Union européenne.

Les produits industriels nécessaires à l'augmentation de la production et aux exportations du Chili composent le gros des importations. En 1995, les capitaux et les produits intermédiaires représentaient respectivement 27,6 et 52,6 % des importations. Le pourcentage des produits de consommation n'était que de 18,8 %, en hausse de 17,6 % par rapport à l'année précédente. Jusqu'à maintenant, le niveau peu élevé de la population (environ la moitié de celle du Canada) et du produit intérieur brut (PIB) par habitant, autour de 5 300 \$ US en 1997, ont limité le marché des produits de consommation. Mesuré en équivalent de pouvoir d'achat, le PIB par habitant est nettement plus élevé. Le gouvernement applique un plan échelonné sur six ans pour accroître le revenu par habitant de 50 % d'ici la fin du siècle.

Les revenus sont répartis de façon inégale, de telle sorte que le quintile supérieur de la population reçoit environ 61 % de l'ensemble des revenus. En moyenne, ce groupe a des revenus 18 fois supérieurs à ceux du quintile inférieur. Le ratio comparable est de 14 au Mexique, de 9 aux États-Unis et de 7 au Canada. Par contre, le taux de croissance de 6,5 % qu'a connu l'économie chilienne en 1997 marquait la 18^e année consécutive de croissance. Une grande partie des gains ont servi à réduire la pauvreté et à améliorer le système de sécurité sociale. Entre 1988 et 1997, le produit intérieur brut réel par habitant a augmenté en moyenne de 5,3 %. Le PIB réel total devrait atteindre 5,6 % en 1999.

LES RELATIONS COMMERCIALES ENTRE LE CANADA ET LE CHILI

Le Canada entretient des relations commerciales importantes et de plus en plus soutenues avec le Chili. Il est le deuxième investisseur étranger au Chili, derrière les États-Unis. L'investissement étranger au Chili est réglementé par le Comité de Inversiones Extranjeras (Comité de l'investissement étranger). Les investissements canadiens effectifs et prévus dans ce pays atteignent 8 milliards de dollars. Bien qu'ils soient concentrés dans le secteur des mines, ils sont aussi importants dans les secteurs de l'énergie, des services financiers, de la fabrication de biens de production et des télécommunications. Selon les estimations publiées à la fin de 1997, les investissements canadiens concrets au Chili se chiffraient à 4.32 milliards \$US. En 1997, le Chili a approuvé 1 milliard \$US d'investissements canadiens additionnels, soit plus que pour n'importe quel autre pays. À la fin de l'exercice 1997, l'investissement total autorisé atteignait 8.6 milliards \$US pour le Canada, soit environ 13 milliards de dollars canadiens, comparativement à 19.9 milliards \$US pour les États-Unis et à 24.2 milliards \$US pour le reste du monde.

Les chiffres sur le commerce des marchandises entre le Canada et le Chili varient sensiblement selon l'origine des données. Il y a toujours des différences entre les statistiques d'importation et d'exportation de partenaires commerciaux. Dans le cas des échanges Canada-Chili, ces écarts sont particulièrement importants parce qu'une grande partie des marchandises sont réexpédiées par d'autres pays, surtout les États-Unis. En règle générale, les statistiques sur l'importation sont plus fiables que celles sur les exportations en raison de la rigueur des formalités douanières qui régissent cette activité.

En 1997, selon les statistiques officielles de la Banque centrale du Chili, les importations en provenance du Canada atteignaient 432.5 millions \$US, et les exportations chiliennes vers le Canada se chiffraient à 235 millions \$US. Toujours la même année, selon les données de Statistique Canada, les exportations chiliennes étaient évaluées à 325 millions \$CAN et les importations, à 379 millions \$CAN. Les dirigeants canadiens citent souvent ces chiffres pour montrer l'importance de ces échanges. Par contre, les données douanières chiliennes sont la seule source de renseignements détaillés sur les marchés chiliens. Comme le Chili publie ses statistiques officielles en dollars américains, cette devise sert à exprimer la plupart des chiffres publiés dans ce document.

En 1997, les fruits représentaient 53 % du total des importations canadiennes en provenance du Chili. Le vin, qui représentait près de 15,8 % de ces importations, se classait au deuxième rang. La machinerie et l'outillage représentaient la plus grande part des exportations, soit 22,6 %, comparativement à 18,5 % et à 11,9 % respectivement pour les céréales et le charbon. Ces statistiques sous-évaluent toutefois considérablement l'ampleur des échanges, car elles ne tiennent pas compte des exportations canadiennes de services vers le Chili, qui s'avèrent importantes, en particulier dans le secteur du génie-conseil. Cependant, nous ne disposons pas de données fiables sur l'importance de cette activité.

LE CONTEXTE POLITIQUE

On estime que le risque politique au Chili est le plus faible d'Amérique latine. En janvier 1996, l'Economist Intelligence Unit Country Risk Service a relevé de B à A le classement du Chili, seul pays d'Amérique latine à faire l'objet d'une telle mesure. Des problèmes imputables aux 17 années de régime militaire subsistent, mais ils ne risquent pas de déstabiliser le pays. Depuis le retour à la démocratie, en 1990, ce pays a accompli d'énormes progrès sur le plan économique et social. La politique chilienne est maintenant dominée par des coalitions de droite et de gauche. Les élections législatives du 11 décembre 1997 n'ont pas entraîné de changements significatifs de la composition du Congrès national (le Sénat et la Chambre des députés). Les prochaines élections présidentielles doivent avoir lieu en décembre 1999. La course à la succession du président Frei bat en effet son plein, ce dernier ne pouvant être élu pour un second mandat consécutif aux termes de la constitution. En mars 1998, l'ancien dirigeant Augusto Pinochet a quitté son poste de commandant en chef de l'armée de terre et a accepté un siège à vie au Sénat. Le Gouvernement a dû affronter une importante opposition à l'accession du Général Pinochet au Sénat.

LE CHILI ET L'ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE NORD-AMÉRICAIN (ALENA)

La démocratie et l'économie de libre marché jouissent d'un fort consensus au Chili. Outre le fait que les entreprises chiliennes sont actives dans un milieu concurrentiel depuis 20 ans, cela contribue à en faire le pays sud-américain le plus apte à adhérer à l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Lors du Sommet des Amériques tenu à Miami en décembre 1994, les dirigeants des pays présents ont déclaré vouloir atteindre un objectif de libre-échange dans l'ensemble des Amériques d'ici 2005. À la fin de ce sommet, le Chili a été officiellement invité à entamer les négociations pour accéder à l'ALENA. L'absence de pouvoirs de négociation rapide aux États-Unis a cependant empêché la poursuite des discussions à ce sujet.

Dans l'intervalle, le Canada a négocié et signé un accord bilatéral de libre-échange avec le Chili, en s'inspirant de l'ALENA, de façon à faciliter l'adhésion du Chili à ce dernier accord, s'il le désire. La signature de l'accord provisoire lors de la visite du président Frei, en novembre 1996, et sa mise-en-oeuvre le 5 juillet 1997 constituent un point tournant de nos relations. Le premier ministre Chrétien et le président Frei se sont rencontrés de nouveau à plusieurs reprises lors du sommet de l'APEC qui s'est tenu à Vancouver en novembre 1997; de la mission d'Équipe Canada à Santiago, que le premier ministre a dirigée en janvier 1998; du Sommet des Amériques qui a eu lieu à Santiago en avril 1998. Les deux dirigeants entretiennent d'excellents rapports, tangibles à tous les niveaux et dans tous les domaines des relations entre les deux pays, qui se considèrent comme des partenaires. Une série de rencontres ministérielles ont renforcé ces liens. Soulignons, entre autres, la participation des ministres des Affaires étrangères, du Commerce international, de l'Agriculture, du Travail, des Transports, des Finances et de l'Environnement, et celle des secrétaires d'État à l'Amérique latine et à l'Afrique, à

l'Agriculture, ainsi qu'aux Sciences, à la Recherche et au Développement. Le Canada et le Chili collaborent étroitement à un certain nombre de dossiers au sein de l'ONU, de l'OEA et de l'APEC, tandis que le Sommet des Amériques fait ressortir une orientation similaire à l'égard des questions régionales. Le Canada a appuyé l'adhésion du Chili à l'APEC et appuie celle, éventuelle, de ce pays à l'ALENA, ce qui contribue à renforcer notre partenariat politique.

HISTOIRE

L'ÉPOQUE PRÉ-HISPANIQUE

Les peuples autochtones qui occupent le Chili avant l'arrivée des Européens sont des sujets incas, mais ils sont répartis en un grand nombre de communautés indépendantes et dispersées. Les tribus du nord cultivent le maïs et la pomme de terre alors que celles du sud dépendent surtout de la pêche pour leur subsistance. Les résidents des régions montagneuses élèvent des lamas et des alpagas.

L'ÉPOQUE COLONIALE

En 1540, une expédition dirigée par Pedro de Valdivia quitte le Pérou avec pour mission de conquérir le Chili. Elle franchit le désert du nord, atteint la vallée de Mapocho et fonde la ville de Santiago en février 1541. Malgré quelques pertes à la suite de contre-attaques indiennes, les Espagnols occupent rapidement la plus grande partie de ce qui constitue aujourd'hui le centre du Chili. Les tribus du sud se soumettent difficilement et Valdivia est tué par les indiens Mapuche en 1553.

Les terres sont attribuées à des notables espagnols, qui obtiennent aussi le droit de faire travailler les autochtones. La main-d'œuvre indienne est utilisée à la fois dans l'exploitation minière et agricole. Cependant, la population autochtone est décimée par les maladies européennes, contre lesquelles elle n'est pas immunisée. Assez rapidement, les Mestizos, métis d'autochtones et d'ancêtres espagnols, dépassent en nombre les autochtones.

Comme il est relativement isolé, le Chili se développe différemment du reste de l'Amérique latine. La création d'un vaste État féodal, pratique que la Couronne espagnole décourage généralement, est l'une des caractéristiques originales de ce développement. Le Chili est toutefois trop loin de l'Espagne pour que celle-ci exerce un contrôle efficace et Valdivia concède de grands territoires à ses compagnons. Les Mestizos, qui ne peuvent pas posséder la terre, deviennent des agriculteurs locataires de ces haciendas. Depuis longtemps, les tentatives de démanteler ce régime foncier, et la structure sociale maître-servant qui en découle, occupent la scène politique chilienne.

LA RÉPUBLIQUE DU CHILI

L'augmentation des Criollos, descendants d'Espagnols nés en Amérique latine, est considérée comme la force sous-jacente des révolutions qui se répandent sur l'Amérique latine aux alentours de 1800. Depuis l'Argentine, l'armée de José de San Martín traverse

les Andes pour occuper Santiago. L'indépendance est déclarée en 1810. Bernardo O'Higgins est nommé directeur suprême de la nouvelle République du Chili et la constitution qu'il rédige est ratifiée par le peuple chilien en 1818. Les marchands britanniques et nord-américains appuient le nouveau régime en espérant voir s'ouvrir de nouveaux marchés. Un ancien officier de la Marine royale britannique, Thomas Cochrane, devient commandant de la Marine chilienne. L'influence européenne demeure importante dans le Chili d'aujourd'hui.

La nouvelle république tire parti du nombre relativement faible de conflits raciaux ou régionaux et elle prospère rapidement. L'économie est dominée par de puissants propriétaires terriens qui finissent par expulser O'Higgins, parce qu'il essaie de mettre en œuvre une réforme agraire limitée. La constitution rédigée par son successeur, Diego Portales, protège les prérogatives des propriétaires terriens.

Le territoire de la nouvelle république n'occupe pas la moitié de celui du Chili contemporain, mais, au milieu du XIXe siècle, le pays commence à prendre de l'expansion, surtout par suite de la construction de nouveaux chemins de fer. En 1881, il englobe le territoire au sud du Río Bío Bío, qui relevait auparavant des Indiens Mapuche. Deux ans plus tard, après la Guerre du Pacifique, le Chili fait l'acquisition du désert d'Atacama, riche en nitrate et en cuivre, au nord. Enfin, en 1888, le Chili annexe l'Île de Pâques.

LE XXE SIÈCLE

Tout au long du XXe siècle, l'histoire du Chili se caractérise par une bataille permanente entre les propriétaires terriens conservateurs et les réformateurs de gauche, en faveur de la redistribution des terres et du pouvoir. La présidence est affaiblie par les expulsions successives de dirigeants élus par les militaires, qui défendent les intérêts des propriétaires terriens. Le système des haciendas permet de contrôler plus de trois quarts des terres agricoles du pays. Au cours des années 1960, les Démocrates chrétiens s'imposent comme le pivot d'une coalition de centre gauche. L'opposition se manifeste sous la forme d'une coalition de gauche dirigée, entre autres, par Salvador Allende à gauche et le Parti national à droite. Les Démocrates chrétiens, élus en 1964 et dirigés par Eduardo Frei, ne parviennent pas à respecter leurs promesses de réforme. Candidat sous la bannière de l'Unité populaire, Salvador Allende remporte la plupart des votes lors de l'élection présidentielle de 1970, mais il a besoin des Démocrates chrétiens pour former un gouvernement. Dès le début, en tentant d'imposer son ordre du jour socialiste, malgré la forte opposition du Congrès chilien et les ingérences étrangères, le gouvernement Allende éprouve des difficultés. La production s'effondre et l'inflation atteint 500 %. Les politiques du gouvernement Allende, qui prévoient le démantèlement des haciendas et la nationalisation des mines de cuivre, provoque un fort mouvement de ressac.

LE GOUVERNEMENT MILITAIRE DE 1973 À 1989

Le 11 septembre 1973, le général Pinochet prend le pouvoir à la faveur d'un coup d'État sanglant. Ironiquement, il vient d'être nommé à la tête des forces armées à la suite d'une

autre tentative de coup d'État, survenue la même année. Pinochet assume la présidence et son régime dirige le pays jusqu'à la restauration de la démocratie, en 1990. Le régime Pinochet se caractérise par une répression brutale des partisans de la gauche et des sympathisants d'Allende. Plusieurs Chiliens connus sont assassinés à l'étranger, y compris l'ancien ministre des Affaires étrangères sous le gouvernement Allende, Orlando Letelier, tué en 1976 à Washington, DC.

LA RESTAURATION DE LA DÉMOCRATIE

Deux gouvernements Démocrates chrétiens sont élus successivement depuis la restauration de la démocratie. La réapparition de ce parti, au centre d'une coalition de centre-gauche, s'explique par le vaste consensus qui règne actuellement au Chili sur les objectifs et les priorités du pays. Les propriétaires terriens conservateurs continuent à exercer un pouvoir disproportionné avec l'aide des sénateurs nommés par les militaires. Le plus souvent, toutefois, le débat politique porte sur le rythme de la réforme, plutôt que sur les principes démocratiques sous-jacents.

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

La politique gouvernementale consiste à minimiser l'interférence avec le secteur privé et de s'en remettre aux forces du marché pour promouvoir la répartition efficace des ressources. L'intervention la plus vive du gouvernement, dans le respect de cette politique, consiste à empêcher ou à réglementer les monopoles.

Le Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción (MEFR), Ministère de l'économie, du développement et de la reconstruction, assume la responsabilité globale de la réglementation des affaires. La réglementation directe est exercée par le Surintendant aux valeurs mobilières et aux assurances et par le Surintendant aux banques et aux institutions financières.

LES SOCIÉTÉS COTÉES EN BOURSE

Les sociétés qui offrent des actions au public sont souvent appelées des sociétés ouvertes. Elles sont soumises à la réglementation du Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), Surintendant aux valeurs mobilières et aux assurances. Les entreprises de ce groupe doivent déposer chaque année des états financiers ainsi qu'un rapport du directeur au bureau du Surintendant et les publier.

LA LÉGISLATION ANTIMONOPOLE

Le Decreto 311, ou Décret 311, interdit d'entraver la libre concurrence. Il comprend des dispositions contre la fixation des prix, les ententes pour limiter la production et les agences exclusives. Cette loi est administrée par la Commission antitrust et par deux autres organismes quasi judiciaires. Le secteur des télécommunications illustre bien comment ce pouvoir réglementaire est mis en œuvre. En 1989, le gouvernement a privatisé ses deux sociétés de télécommunications, Compañía de Teléfonos de Chile (CTC) et Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel) en vendant leurs actions. Une société privée, Telefonica de España, a acheté des pans entiers de ces deux entreprises. En 1992, la Commission antitrust a imposé à cette société de se départir de ses titres dans une des deux sociétés. La loi a également servi à démanteler un monopole dans le domaine de l'aviation civile, mais elle n'est pas appliquée de façon systématique et il y a d'autres blocs oligopolistiques importants dans certains secteurs d'activité.

LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

Les aliments et les médicaments sont réglementés par le Ministerio de Salud (MS), Ministère de la santé publique, en vertu du Décret 60 de 1982. L'utilisation d'additifs est réglementée, en même temps que divers aspects de la production, de la distribution et de

la vente des aliments. La réglementation impose également des exigences pour l'étiquetage des produits alimentaires.

La Sociedad Nacional de Agricultura, le service national agricole du Chili, administre la réglementation sur l'importation des produits alimentaires. Les autorités chiliennes ont utilisé la réglementation sanitaire et phytosanitaire pour interdire l'importation d'un certain nombre de produits agricoles, dont les fruits en provenance des États-Unis et le poulet.

L'Instituto de Salud Pública de Chile, Institut national de la santé, gère la réglementation des produits pharmaceutiques. Toute la production, l'importation, l'exportation et la vente de produits pharmaceutiques est soumise à des autorisations préalables. Tous les produits pharmaceutiques doivent être enregistrés. Le premier enregistrement est valide pendant trois ans, et renouvelé automatiquement pour trois autres années dans certains cas. Les produits non enregistrés ne peuvent pas entrer au Chili.

LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Une nouvelle législation environnementale a été promulguée en 1994. La Ley General de Base del Medio Ambiente (Loi générale sur l'environnement) résulte du regroupement des diverses pratiques réglementaires du Chili, sous la direction de la Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA), la Commission nationale de l'environnement. Quand tous ces règlements seront appliqués, le Chili disposera du cadre réglementaire le plus avancé en Amérique latine dans le domaine de l'environnement. Aux termes de la nouvelle loi, il faut procéder à des évaluations environnementales avant la réalisation de nouveaux projets. L'application de cette réglementation relève de différents ministères, mais il n'existe aucune politique cohérente dans ce domaine. Plusieurs autres lois, dont le Código de Salud (Code de la santé) et la Ley de Protección de Agricultura (Loi sur la protection de l'agriculture) renferment également des dispositions sur la protection de l'environnement.

Par ailleurs, le Canada et le Chili entretiennent des relations très étendues et solides en matière de coopération environnementale. Ils ont signé un protocole d'entente sur l'environnement. Ce document vise à promouvoir la coopération et à renforcer les capacités dans ce domaine grâce au partage des connaissances et de l'expérience en matière de gestion de l'environnement, et ce, par un programme de travail et la participation du secteur privé. Les activités dans ce domaine concernent principalement l'exploitation minière et forestière, les normes, l'eau, les procédés de fabrication moins polluants, et la participation du public.

En juillet 1997, les deux pays ont signé un accord de coopération dans le domaine de l'environnement. Aux termes de cet accord additionnel de l'ALECC, les deux pays s'engagent, entre autres, à renforcer leur coopération dans le domaine de l'environnement et à appliquer effectivement les lois sur l'environnement modernes, comme celles qui s'appliquent à l'eau, à l'air, aux substances toxiques et à la faune. L'objectif de cet accord

consiste à s'assurer que les lois et la réglementation en matière d'environnement des deux pays procurent un haut niveau de protection. Un plan de travail annuel sera approuvé par la Commission. Il est prévu que les activités entreprises aux termes du protocole d'entente s'aligneront sur le programme de l'ALECC, de sorte que le secteur privé contribuera à promouvoir une gestion responsable de l'environnement dans les deux pays.

LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le Chili a ratifié deux grandes conventions internationales sur la propriété intellectuelle. Il est membre de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle et signataire de la Convention de Paris. La Ley de Propiedad Industrial (Loi sur la propriété industrielle de 1991) régit les brevets, les marques commerciales et les autres droits industriels. Les brevets sont accordés pour des périodes de 15 ans ou pour la durée restant à courir de tout brevet étranger déjà détenu. Les conceptions industrielles sont protégées pour une période de dix ans non renouvelable.

L'enregistrement des marques de commerce se fait au départ pour une période de dix ans renouvelable. Les tribunaux ont soutenu les sociétés étrangères dans le cas de conflits avec des sociétés locales qui avaient piraté des marques commerciales étrangères sans avoir réalisé d'investissements pour les mettre au point. Les droits d'auteur sont accordés pour la durée de vie de l'auteur, plus 50 ans. Les produits vidéo et audio bénéficient d'une protection précise.

Il y a toutefois un certain nombre d'exclusions importantes qui peuvent préoccuper certains investisseurs canadiens. La loi n'autorise pas l'attribution de brevets pour certaines catégories de produits importantes. Celles-ci comprennent les variétés végétales et animales, les aliments pour l'homme et pour les animaux, les boissons et les produits chimiques ainsi que les systèmes financiers ou commerciaux. Les produits pharmaceutiques ne peuvent obtenir de brevet que depuis 1991 et la protection est insuffisante pour les produits mis au point avant cette époque. On estime que 80 % des logiciels sont piratés, bien qu'ils soient officiellement protégés par la Loi sur la propriété intellectuelle.

LES RELATIONS DE TRAVAIL

Tout emploi fait l'objet d'un contrat écrit. Un contrat d'emploi individuel définit des éléments de base comme le lieu de travail, les responsabilités de l'employé, sa rémunération, les heures de travail et la durée de l'entente.

Les conventions collectives mettent souvent en cause plus d'un syndicat, mais rarement plus d'un employeur. Les relations de travail sont régies essentiellement par le Código del Trabajo, Code du travail. Dans une entreprise de 50 employés ou moins, il faut que la majorité des employés soient d'accord pour créer un syndicat. La proportion est cependant beaucoup plus faible dans les entreprises plus importantes. Pour celles ayant

plus de 250 travailleurs, n'importe quel nombre d'employés peut former un syndicat et il peut y avoir plusieurs syndicats dans une entreprise.

Par contre, la portée des conventions collectives est beaucoup plus limitée qu'au Canada. L'arbitrage obligatoire remplace le droit de grève dans les entreprises du service public, y compris celles qui appartiennent à des intérêts privés. La loi ne permet pas à une convention collective de limiter l'embauche d'employés non membres du syndicat ou le type de technologie à utiliser. Si la majorité des employés continuent à travailler durant une grève, on estime que l'arrêt de travail n'est pas approuvé. Certaines entreprises mettent en place des comités paritaires syndicat-direction pour faire participer les travailleurs aux prises de décisions, mais la loi n'impose pas leur création. Environ 13 % de la population active est syndiquée, mais seulement 10 % est protégée par une convention collective.

Une proposition de réformer le système de négociations collectives a été déposée au Congrès au début de 1996. Elle a toutefois été gelée à la suite de la forte opposition des groupes d'affaires, dirigés par la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC), Fédération de la production et du commerce. La proposition faciliterait la mise en place des syndicats de façon à accroître la portée des conventions collectives. L'objectif du gouvernement est d'élargir la syndicalisation aux travailleurs saisonniers dans les domaines de la construction, de l'agriculture et de la pêche, qui font souvent face à de longues heures de travail, à des conditions dangereuses et sont mal rémunérés. La proposition permettrait également à des syndicats regroupant des employés de plusieurs entreprises d'être constitués, ce qui, aux yeux des groupes de pression du milieu des affaires, exposerait les petites entreprises à des agitateurs de l'extérieur. Les spécialistes du domaine pensent que le Sénat n'adoptera pas ces modifications.

La rémunération mensuelle va d'une moyenne d'environ 500 \$ US pour un travailleur compétent à environ 2 500 \$ US pour un professionnel. Le salaire minimum en 1995 était d'environ 160 \$ US par mois, mais il n'y a qu'environ 15 % des travailleurs qui ne gagnent que cette somme. La semaine de travail est au maximum de 48 heures.

La loi impose le partage des profits, même si cela ne s'applique pas aux sociétés qui paient certains autres types de primes. Si l'entreprise choisit un régime de partage des profits, le montant obligatoire est 30 % du revenu imposable, sous réserve de quelques corrections. Les entreprises qui paient des primes de 25 % de la rémunération annuelle de l'employé, jusqu'à un maximum de 4,5 fois le salaire minimum mensuel (720 \$ US) ne sont pas soumises à ce régime de partage des profits. Les conventions collectives peuvent contenir des dispositions différentes de partage des profits. Au Chili, après un an de service, un employé a le droit à 15 jours de vacances payés par an.

La loi impose de verser à un employé une indemnité de départ correspondant à un mois de salaire par année de service, jusqu'à un maximum de 11 mois, à moins que la cessation d'emploi ne soit justifiée. Elle exige également de donner un préavis d'un mois en cas de licenciement unilatéral ou de verser un mois de salaire au lieu de donner un

avis. Cette disposition serait la plus importante source de conflit juridique entre les travailleurs et les employeurs. Elle explique aussi le manque de mobilité de la main-d'œuvre étant donné qu'elle constitue la seule source réelle de prestations de chômage. On s'attend à ce qu'une proposition de modification de cette disposition soit présentée au Congrès dans un avenir proche. Cette proposition, qui semble recevoir un large appui, proposerait un remplacement par un système de compte d'épargne individuel pour les travailleurs, financé par les cotisations de l'employeur et celles optionnelles de l'employé.

Les régimes de retraite font partie du système de sécurité sociale, mais, dans le cadre du système privatisé novateur du Chili, elles sont administrées en presque totalité par des administrateurs de régimes de pension privés. Les employés sont tenus de cotiser 10 % de leur revenu imposable au fonds de retraite, plus un montant comparable au titre d'autres avantages sociaux. Ce régime n'entraîne pas de coûts pour les employeurs. Les prestations d'accident du travail sont fournies par l'Asociación Chilena de Seguridad, Fonds d'accident du travail et de maladie professionnelle, qui relève du secteur public. Les employeurs cotisent à ce fonds en fonction des risques associés à leurs activités. La cotisation maximale est de 3,4 % de la rémunération de l'employé.

Le Ministerio del Trabajo y Previsión, Ministère du travail et de la sécurité sociale, gère les programmes de formation payés par les employeurs. Le coût de ces programmes est compensé par un crédit d'impôt. La formation est assurée par le Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE), Service national de formation et d'emploi, ou par des sociétés de formation du secteur privé accréditées.

En 1997, pour compléter l'ALECC, les deux pays ont signé un accord de coopération dans le domaine du travail. Son objectif consiste à promouvoir l'amélioration des conditions de travail et du niveau de vie dans les deux pays, ainsi qu'à protéger, à renforcer et à faire respecter les droits fondamentaux des travailleurs. Une des dimensions importantes de cet accord consiste en la création de programmes conjoints de coopération dans les principaux dossiers qui touchent au travail. Ce forum de coopération encourage le gouvernement, les entreprises et les syndicats à intensifier leurs relations, à discuter des meilleures pratiques et à promouvoir la connaissance mutuelle des pratiques et des systèmes de chaque pays. Dans le cadre de cet accord, des séminaires conjoints ont lieu, portant sur des sujets tels que les normes de travail et la santé et sécurité au travail (Santiago, janvier 1998) et les relations du travail (Ottawa, avril 1998). Cet accord oblige également chaque pays à procéder à la mise en œuvre effective de son code du travail. Cette obligation s'applique à 11 principes fondamentaux qui concernent les relations du travail, notamment la liberté syndicale, les normes d'emploi et les normes de santé et de sécurité au travail.

LES STRUCTURES D'ENTREPRISE

Presque toutes les entreprises canadiennes qui veulent être actives sur le marché chilien devront y assurer une forme quelconque de présence. Cela est presque indispensable pour toute entreprise voulant faire des affaires au Chili, et même vivement conseillé aux exportateurs de marchandises. Le niveau minimal de représentation locale est de nommer un agent qui travaille à commission. En échange d'un pourcentage sur les ventes, allant de 5 à 10 %, cet agent obtiendra les permis d'importation nécessaires, s'occupera des formalités de dédouanement et prendra en charge les livraisons.

Les entreprises qui s'intéressent au Chili dans une perspective de moyen à long terme désireront en général se doter d'une présence locale plus solide. Elles auront le plus souvent recours à des partenariats limités avec des sociétés nationales ou créeront des succursales chiliennes de leurs sociétés canadiennes.

La loi chilienne permet plusieurs formes de structure d'entreprise. Pour l'essentiel, cette loi n'instaure pas de différence particulière entre les divers types et le choix devra obéir essentiellement à des considérations d'affaires. Une succursale en pleine propriété de société canadienne aura un accès égal à presque tous les secteurs de l'économie, au moins sur le plan juridique. Il est possible de créer tout type de structure d'entreprise rapidement et de façon peu coûteuse, avec un minimum de paperasserie.

LES SOCIÉTÉS

Une société chilienne est appelée une sociedad anónima (S.A.). Les sociétés dont les actions sont cotées en bourse sont appelées « sociétés ouvertes » et sont soumises à une réglementation nettement plus stricte. Si une société a plus de 500 actionnaires ou que 100 actionnaires ou plus possèdent au moins 10 % du capital, la loi exige qu'elle s'inscrive à la bourse. Toutes les autres sociétés sont des sociétés « fermées » et, à la différence des sociétés ouvertes, ne sont pas soumises à la réglementation du Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), Surintendant aux valeurs mobilières et aux assurances. Une autre différence est que les sociétés fermées n'ont pas besoin de publier leurs états financiers. Il faut ajouter à cela des dispositions fixant le montant minimal de dividendes à verser auquel les sociétés fermées ne sont pas soumises.

On crée une société au moyen d'un acte notarié. La société doit alors, dans les 60 jours de son émission, publier ses règlements dans le journal officiel et les inscrire au registre du commerce. Ce processus ne prend qu'environ trois semaines et est peu coûteux. Il n'y a pas d'exigence minimale de capital. Un tiers du capital autorisé doit être payé au moment de la création et le reste dans les trois ans qui suivent.

LES SOCIÉTÉS EN NOM COLLECTIF À RESPONSABILITÉ LIMITÉE

Les sociétés ou les particuliers, y compris les étrangers, peuvent créer des sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.), sociétés en nom collectif à responsabilité limitée. Elles sont régies par le Código Comercial, Code du commerce. La responsabilité de chaque partenaire est limitée à sa part du capital ou à tout montant supérieur indiqué dans l'acte de partenariat. L'acte de création, qui comprend les règlements, est préparé et exécuté par un notaire. Il faut enregistrer un résumé de cet acte au Registre du commerce dans les 60 jours. Cette entité n'est pas tenue de fournir des états financiers mais doit tenir ses livres à la disposition des autorités gouvernementales en cas d'inspection. Les sociétés en nom collectif à responsabilité limitée ne peuvent pas s'adonner aux activités des secteurs de la banque ou de l'assurance.

Une forme de société en nom collectif rarement utilisée est la sociedad colectiva, ou société en nom collectif qui impose les mêmes exigences que la S.R.L., sauf que la responsabilité n'est pas limitée. Une autre variante est l'asociación o cuentas en participación, ou commandite, qui permet à une partie d'agir en son nom au nom de partenaires anonymes. Ce type de structure n'a pas de statut juridique, sauf aux fins de l'impôt.

LES SUCCURSALES DE SOCIÉTÉS ÉTRANGÈRES

Les sociétés canadiennes peuvent ouvrir des succursales au Chili, à condition qu'elles nomment un agent local disposant d'une large procuration. Les documents faisant la preuve que la société existe juridiquement au Canada, que les règlements de la société et sa procuration sont déposés auprès d'un notaire, puis traduits en espagnol par le Ministerio de Relaciones Extranjeras, Ministère des affaires étrangères, doivent être fournis. L'agent fait alors préparer un acte notarié qui doit comprendre certaines déclarations obligatoires soumettant l'actif de la succursale à la loi chilienne. Dans les 60 jours qui suivent, il faut publier un résumé de cet acte dans le journal officiel et l'enregistrer au Registre du commerce.

LES ENTREPRISES À PROPRIÉTAIRE UNIQUE ET LES COENTREPRISES

Il y a deux autres types de structure d'entreprise dignes de mention. Un particulier peut exploiter une entreprise à titre de empresario individual, entreprise à propriétaire unique. Il y a aussi des dispositions dans la loi de l'impôt qui reconnaissent les coentreprises non constituées en société. Celles-ci permettent à deux sociétés de partager les dépenses et les revenus d'une entreprise particulière. Cette structure est lourde à utiliser parce qu'elle nécessite des déclarations d'impôt détaillées. C'est pourquoi on ne l'utilise que rarement.

FAIRE DES AFFAIRES AU CHILI

Les Canadiens qui ont fait des affaires au Chili signalent que le contexte des affaires y est plus proche de celui du Canada que dans n'importe quel autre pays d'Amérique latine. Les principes de la libre entreprise et de la réglementation fluides sont bien enracinés. La corruption dans les entreprises et au gouvernement est minime. Avec plus de 20 ans de libre marché, le Chili a une infrastructure d'affaires bien développée. Comme l'a signalé un dirigeant d'entreprise dans *Canadian Business*, « Vous pouvez faire des affaires sans pot-de-vin, la bureaucratie n'est pas trop lourde, le crime et la drogue ne sont pas des problèmes hors de proportion, le téléphone marche et les livraisons se font à temps. » De plus, aucune des sociétés canadiennes interrogées pour la rédaction de ce guide n'a mentionné de problème particulier de retard dans les expéditions ou le dédouanement. Les gens d'affaires canadiens qui vont au Chili n'ont pas besoin de visa, mais doivent être titulaire d'un passeport. À compter du 1er juillet 1998, tous les voyageurs canadiens qui se rendent au Chili doivent payer un nouveau droit d'entrée de 50 \$US, valide jusqu'à la date d'expiration du passeport. Le droit d'entrée doit être payé à l'arrivée au poste d'immigration chilien en argent ou chèques de voyage. Les touristes ou voyageurs d'affaires canadiens n'ont toujours pas besoin d'un visa pour entrer au Chili.

Si le Chili est différent des autres pays d'Amérique latine, il a encore des caractéristiques communes avec le reste de la région. Les transactions d'affaires sont plus longues à conclure qu'au Canada. Les décisions à la suite d'appels d'offres ou d'autres types de propositions ne sont pas toujours prises aussi rapidement. Un dirigeant canadien qui a l'expérience du Chili dit qu'il est sage de prévoir des délais : « Quand on vous annonce que ça devrait être en juin, ne vous attendez pas à une décision avant novembre », dit-il. Les entreprises canadiennes faisant des études de marché sur le Chili signalent qu'il est difficile d'obtenir des entrevues avec les dirigeants de sociétés chiliennes. Les représentants du gouvernement sont souvent très spécialisés et il est parfois nécessaire d'en rencontrer deux ou trois du même organisme pour avoir une vision d'ensemble.

LA LANGUE

En règle générale, les dirigeants d'entreprise et les représentants du gouvernement chilien parlent un peu l'anglais, mais les Canadiens doivent s'attendre à devoir y travailler en espagnol. Il est facile de trouver des interprètes. Les coûts varient entre 200 et 325 \$ CAN par jour, selon la complexité technique de son travail. Le tarif le plus élevé concerne les interprètes spécialisés en terminologie scientifique. Les coûts de traduction pour des documents imprimés sont de l'ordre de 35 \$ CAN par page (225 mots) pour des textes non techniques. La plupart des grands hôtels peuvent fournir des interprètes ou des traducteurs et l'ambassade du Canada peut également vous aider à trouver des personnes compétentes.

Il est courant que les Chiliens s'adressent à de nouvelles personnes en utilisant d'abord la formule *usted*, puis *tú*, une fois que les relations deviennent plus familières. Cependant, il n'existe aucun usage local particulier dont les gens d'affaires doivent tenir compte.

L'utilisation des titres n'est pas aussi importante que dans d'autres pays de la région. Les gens qui se connaissent s'adressent souvent l'un à l'autre en utilisant leurs prénoms, précédés de la forme Don comme dans Don Esteban. S'adresser à ses supérieurs en utilisant le terme patron ne se pratique maintenant que dans les régions les plus pauvres.

FUSEAU HORAIRE ET CLIMAT

Santiago, la capitale du Chili, se trouve à environ 70 ° ouest de longitude par rapport à Montréal, dans l'axe plein sud. La totalité du pays se trouve à l'heure normale de l'Est (HNE), et l'heure d'été y est en vigueur d'octobre à février. Les saisons évoluent à l'opposé du Canada, mais comme la plus grande partie du Chili est plus proche de l'Équateur, le climat y est plus tempéré.

LA DEVISE ET LES NORMES

Le peso chilien, qui s'écrit avec le symbole \$ (\$CH en dehors du pays) est divisé en cent centimes. Au début de 1996, un dollar canadien équivalait à peu près à 300 \$ pesos. On peut changer librement des devises dans les banques chiliennes. On utilise les points pour séparer les milliers et la virgule pour désigner les fractions. Le système de mesure officiel est le système métrique.

LES HEURES OUVRABLES

La journée de travail est environ une heure plus longue au Chili qu'au Canada. Dans la région de Santiago, la plupart des entreprises sont ouvertes de 8 h 30 ou de 9 h à 17 h 30 ou 18 h. Les bureaux du gouvernement sont ouverts de 9 h à 18 h. La plupart des banques sont fermées au public après 14 h. En dehors de Santiago, certaines entreprises ferment pendant deux heures pour le déjeuner et prolongent d'autant la journée de travail dans la soirée.

LES VACANCES ET LES CONGÉS

Il est difficile d'obtenir un rendez-vous en février au Chili parce qu'une grande partie du pays s'arrête pour prendre les vacances d'été. Les visiteurs doivent également connaître les jours fériés qui correspondent essentiellement à des manifestations religieuses et militaires. Dans le cas des congés qui tombent un jeudi, les gens font souvent le pont, c'est-à-dire ne travaillent pas le vendredi.

JOURS FÉRIÉS 1998

Nouvel an	1 er janvier
Vendredi saint	varie
Fête du travail	1er mai
Jour des Forces navales	21 mai
Fête Dieu	11 juin
Fête de Saint-Pierre et Saint-Paul	29 juin
Fête de l'Assomption	15 août
11 de septembre	11 septembre
Jour de l'indépendance	18 septembre
Jour des Forces armées	19 septembre
Journée de Christophe Colomb	12 octobre
Toussaint	1er novembre
Immaculée Conception	8 décembre
Noël	25 décembre
Le lendemain de Noël	26 décembre

LA LANGUE

LES VACANCES ET LES CONGES

En règle générale, les Canadiens s'adressent de nouvelles personnes en utilisant des formules telles que "Bonjour" ou "Bonjour". Les visiteurs doivent également utiliser ces formules de politesse. Les Canadiens s'adressent de nouvelles personnes en utilisant des formules telles que "Bonjour" ou "Bonjour". Les visiteurs doivent également utiliser ces formules de politesse. Les Canadiens s'adressent de nouvelles personnes en utilisant des formules telles que "Bonjour" ou "Bonjour". Les visiteurs doivent également utiliser ces formules de politesse.

Il est courant que les Canadiens s'adressent de nouvelles personnes en utilisant des formules telles que "Bonjour" ou "Bonjour". Les visiteurs doivent également utiliser ces formules de politesse. Les Canadiens s'adressent de nouvelles personnes en utilisant des formules telles que "Bonjour" ou "Bonjour". Les visiteurs doivent également utiliser ces formules de politesse.

CONSTITUER UN PARTENARIAT POUR PÉNÉTRER LE MARCHÉ

Les sociétés canadiennes qui veulent pénétrer le marché chilien doivent avoir une forte présence locale sur celui-ci. Les partenariats avec les entreprises locales sont le moyen le plus couramment utilisé pour y parvenir.

CE QUE LE PARTENARIAT PERMET

À moins qu'une société canadienne n'ait sa propre succursale au Chili, ou qu'elle vende directement à une grande société ou à une grande institution, elle aura besoin d'une forme quelconque de représentation locale. Cela est indispensable parce que l'importateur doit demander à la Banco Central de Chile, Banque centrale du Chili, une licence d'importation. La forme la plus simple de représentation est un agent à commission. Il y a beaucoup d'agents de ce type faisant de l'importation au Chili. Ils peuvent servir à la fois d'importateur officiel et de courtier en douane.

La plupart des sociétés canadiennes présentes sur les marchés d'Amérique latine estiment que les partenariats avec des sociétés locales sont une façon plus efficace de pénétrer un marché qu'elles connaissent mal. Ces partenariats peuvent également prendre la forme d'accords d'agence, d'alliances stratégiques ou de coentreprises autonomes. Il y a également une vaste gamme de possibilités d'accords d'attribution de licence, de franchises et d'ententes de fabrication conjointe. Toutes ces formes d'organisation commerciale peuvent aider les sociétés canadiennes à s'implanter au Chili.

Ces partenariats sont justifiés par la nécessité de venir à bout des entraves à la participation canadienne au marché chilien. Ces entraves peuvent avoir diverses origines, dont les différences culturelles et linguistiques, le pouvoir oligopolistique de concurrents locaux, les goûts des consommateurs différents de ceux auxquels on est habitué et la réglementation gouvernementale. Une société chilienne qui connaît les besoins des consommateurs et le contexte local des affaires en plus d'avoir un réseau de contacts locaux peut aider à venir à bout de ces obstacles.

En retour, les entreprises canadiennes apportent leur force à un tel partenariat. Elles maîtrisent les technologies de pointe et ont fait leurs preuves dans la mise au point d'applications pratiques. De plus, cette expérience est concentrée dans des secteurs d'activité dans lesquels la capacité productive du Chili augmente plus rapidement : les ressources naturelles, l'agriculture et les télécommunications. L'expérience des entreprises canadiennes avec les techniques de fabrication souples nécessaires pour un marché relativement petit a également des applications directes au Chili.

Les partenariats donnent de meilleurs résultats quand il y a une adéquation plus étroite entre les capacités et les plans stratégiques des deux entreprises. On a alors une synergie qui rend les deux sociétés plus fortes et mieux équipées pour affronter le marché

global d'aujourd'hui. Cette synergie est sous-tendue par un certain nombre d'éléments essentiels :

- **La répartition du travail** : les partenaires sont libres de se concentrer sur ce qu'ils font le mieux et à l'endroit où c'est le plus rentable;
- **Les économies d'échelle** : la taille combinée des deux sociétés peut les aider à pénétrer des marchés qu'aucune d'elles n'aurait pu pénétrer par elle-même;
- **Le partage du risque** : le risque est réparti entre les partenaires de telle façon que chacun se trouve en bonne posture pour évaluer les incertitudes;
- **Le travail d'équipe** : le regroupement des ressources des deux entreprises permet au partenariat d'être mieux en mesure de suivre l'évolution rapide du marché;
- **L'accroissement des capacités** : chaque partie acquiert de nouvelles capacités de l'autre, rendant le partenariat plus puissant que la somme de ses parties;
- **La visibilité sur le marché** : chaque entreprise peut s'attaquer à un plus grand nombre de marchés en concluant plusieurs partenariats non concurrentiels.

L'économie chilienne connaît une croissance très rapide. Au cours des dix années qui se sont terminées en 1995, son taux de croissance a été en moyenne de 7 % par an. Ses marchés les plus dynamiques prennent de l'expansion au rythme de 20 % par année et même, dans certains cas, de 30 %. Cela revient à dire qu'une stratégie efficace de pénétration du marché ne suffit pas pour réussir. Les entreprises doivent équilibrer une planification systématique en y ajoutant la souplesse nécessaire pour s'adapter à des conditions de marché en évolution constante. Le partenariat facilite l'adaptation à ces changements parce que chaque partenaire peut se concentrer sur les aspects du marché qu'il connaît le mieux.

Un autre motif pour conclure un partenariat au Chili est qu'une telle entente confère un avantage concurrentiel en combinant une valeur ajoutée chilienne à faible coût à des technologies et des compétences en gestion canadiennes sophistiquées. Les produits qui combinent ces éléments seront probablement très concurrentiels dans d'autres marchés en devenir dans toute l'Amérique latine.

Des sociétés canadiennes sont présentes au Chili depuis longtemps mais on a constaté une augmentation importante du nombre de créations de partenariats depuis la restauration de la démocratie en 1990. Pratiquement toutes les sociétés interrogées pour la rédaction de cette publication ont déclaré que le partenariat avait été un élément essentiel de leur stratégie de pénétration du marché. Les études de cas présentées dans les pages qui suivent donnent une idée des types de partenariats qui se sont avérés efficaces et des avantages que les sociétés canadiennes ont pu en retirer.

LES AVANTAGES DES PARTENARIATS ENTRE LE CANADA ET LE CHILI

Le partage des risques et le regroupement des ressources constituent des motifs évidents pour la création de n'importe quel partenariat. Toutefois, les caractéristiques propres aux économies canadienne et chilienne font apparaître des avantages particuliers.

- Les marchés nationaux du Canada sont relativement petits et la structure industrielle de notre pays est caractérisée par un très petit nombre de grandes entreprises dans chaque secteur, avec un grand nombre de petites ou de moyennes entreprises (PME). Les plus petites manquent le plus souvent des ressources de commercialisation nécessaires pour s'attaquer par elles-mêmes à des marchés méconnus ou éloignés.
- Les marchés du Chili sont encore plus petits que ceux du Canada et les PME doivent faire face à un grand nombre de concurrents étrangers. Si la réputation du Chili est excellente en ce qui concerne le niveau élevé d'activité d'entrepreneurs, ses entreprises les plus petites dépendent des compétences techniques étrangères pour rester concurrentielles. L'aide de l'extérieur est particulièrement importante pour permettre aux entreprises chiliennes de suivre le rythme de l'évolution technologique rapide.
- Par nécessité, le secteur de la transformation du Canada a acquis un niveau élevé d'expertise en cycles de production courts et souples. Cela permet à ces entreprises de travailler étroitement avec des partenaires chiliens afin d'adapter leurs produits au marché local relativement petit.
- Le Chili s'efforce d'instaurer une croissance durable dans plusieurs secteurs importants. Dans la plupart de ceux-ci, le Canada était confronté à des problèmes comparables et a trouvé des solutions. Les deux pays ont une petite population dispersée sur un grand territoire, dépendent de l'exportation de produits à base de ressources naturelles et doivent faire face à une forte concurrence étrangère sur leurs propres marchés pour leurs produits transformés.
- L'expérience du Canada en gestion des effets environnementaux de ses industries à base de ressources et ses réussites pour relier des populations dispersées grâce à des télécommunications à la fine pointe de la technologie sont particulièrement pertinentes pour le Chili.
- Les systèmes modernes de communication du Chili, la forte tradition d'entrepreneur et les libres marchés en font un excellent pays pour les sociétés canadiennes qui cherchent à s'implanter en Amérique latine.

ÉLABORER UN PLAN

Le partenariat est un mécanisme largement utilisé pour s'implanter au Chili, mais il ne convient pas à toutes les entreprises. Chacune doit évaluer sa propre situation afin de décider si le partenariat lui convient bien et, si oui, quelle forme il devra prendre. Trouver le partenaire éventuel et négocier une entente prendra du temps et sera un processus coûteux. Les entreprises ne devraient pas se lancer dans une aventure aussi complexe sans avoir une idée précise de ce qu'elles espèrent retirer d'un partenariat et y apporter.

- La première étape dans l'élaboration d'un plan de partenariat pour une entreprise est de définir clairement ses objectifs. Que veut-elle réaliser en s'implantant au Chili? Dans quelle mesure le Chili cadre-t-il avec la stratégie à long terme de l'entreprise? L'affectation de ressources à l'entreprise chilienne repoussera-t-elle d'autres objectifs?
- L'étape suivante est d'évaluer les forces et les faiblesses de la société. De quels avantages profitera-t-elle au Chili? Y a-t-il une demande pour ses produits dans ce pays? Faudra-t-il les adapter au marché local? Quelle sera la concurrence? Quelles sont les capacités qui manquent à la société?

Le plus souvent, pour évaluer rigoureusement ces deux éléments, il faut effectuer une recherche minutieuse. Les résultats peuvent aider à trouver les lacunes dans la gamme de produits ou de services de l'entreprise, qu'un partenaire chilien pourrait combler.

Il est possible que l'évaluation montre l'inutilité de s'adjoindre un partenaire. Certaines sociétés minières canadiennes ont ainsi créé leurs propres filiales chiliennes et fonctionnent de façon indépendante. Cette approche sera probablement mieux adaptée pour des sociétés relativement importantes qui fabriquent des produits de base. Les entreprises plus petites qui vendent des produits différenciés de ceux de la concurrence auront probablement davantage besoin d'un partenaire.

Si le partenariat offre de nombreux avantages, il entraîne également un certain nombre de coûts. Élaborer et gérer un partenariat prend du temps et des ressources. L'entreprise canadienne devra peut-être abandonner certaines de ses options et on lui demandera peut-être de fournir une part disproportionnée du capital nécessaire. Pour équilibrer ces avantages et ces coûts, la société canadienne doit absolument être très claire sur ce qu'elle attend d'un partenaire éventuel.

CHOISIR LE TYPE DE PARTENARIAT

La société canadienne qui a décidé que le partenariat cadre avec sa stratégie de pénétration de marché doit ensuite se demander de quel type de partenaire elle a besoin. Un partenariat peut prendre diverses formes selon les objectifs des sociétés concernées. Les objectifs du partenariat peuvent aller de la commercialisation conjointe au transfert de

technologie, à la création de toutes nouvelles installations. Les sections qui suivent décrivent les formes les plus courantes de partenariat.

AGENT OU DISTRIBUTEUR

L'Ambassade du Canada au Chili publie des lignes directrices sur la sélection d'un agent chilien. Les ententes d'agences et de distribution sont les formes les plus simples de partenariat. Il y a environ 2 800 spécialistes de l'importation au Chili, des PME le plus souvent. Avec ce type d'entente, une société chilienne convient d'assurer la commercialisation et la distribution d'un produit canadien. La différence principale est qu'un distributeur prend possession des marchandises et est en vérité davantage un client qu'un partenaire. Un agent agit au nom de la société canadienne et convient de ne pas s'occuper de produits concurrents. L'avantage d'un agent par rapport à un distributeur est que la société canadienne est en meilleure posture pour influencer le prix du produit et la façon dont il sera présenté sur le marché. De façon traditionnelle, un agent sera le représentant chilien exclusif de plusieurs fabricants non concurrents. Un distributeur pourra s'occuper de plusieurs gammes de produits concurrentes.

En concluant une entente avec un agent, il faut veiller à ce que cette personne ne soit pas considérée comme un employé en vertu du Código del Trabajo, Code du travail chilien. Cela pourrait entraîner des obligations complexes. Le droit civil chilien reconnaît cependant un contrat de commission commerciale et celui-ci n'est pas soumis au Código del Trabajo. Il faut fixer des critères de rendement précis et prévoir des dispositions pour mettre fin à l'entente. Un avocat chilien devra réviser ce contrat.

LA FABRICATION CONJOINTE

Avec les ententes de fabrication conjointe, les entreprises utilisent leurs ressources actuelles pour produire conjointement un produit ou un service. Cela peut comprendre toute une gamme de marchandises allant des éléments à des produits complètement nouveaux ainsi que des services de conseil, d'ingénierie ou d'autre nature. Une alliance stratégique est une forme connexe de partenariat par laquelle des entreprises conviennent de travailler ensemble pour développer de nouveaux marchés, mais dans laquelle chacune continue à fonctionner de façon indépendante.

LES COENTREPRISES

Une coentreprise est une société complètement distincte et indépendante de ses sociétés mères. Ce sera la forme la plus courante de partenariat quand on s'adonnera à la production sur place ou quand il faudra mettre en œuvre des activités de commercialisation complètes pour le marché chilien. Les coentreprises offrent l'avantage que la propriété n'a pas à être répartie également. Leur principal inconvénient est qu'il s'agit d'une société distincte qui nécessite énormément d'organisation et de ressources en gestion. Les investissements nécessaires limitent également cette forme de partenariat à des activités visant relativement le long terme.

On fait appel depuis longtemps aux coentreprises pour éviter les restrictions imposées par de nombreux gouvernements aux activités de sociétés étrangères. Ce n'est pas là une considération importante au Chili parce que les entreprises étrangères reçoivent le même traitement que les entreprises locales aux yeux de la loi. Toutefois, une coentreprise peut être une façon efficace d'aborder les problèmes de préférences locales d'achat, en particulier celles des organismes gouvernementaux.

LES LICENCES ET LES FRANCHISES

L'attribution d'une licence ne constitue pas en soi un partenariat, mais c'est un élément courant de nombre de partenariats. Une entente classique verra une société canadienne attribuer une licence pour ses produits ou services à une société chilienne. Cela se fera le plus souvent sur une base exclusive pour tout ou partie du marché chilien. L'entreprise canadienne conserve la propriété, et donc la main haute, sur son produit. Il s'agira d'une solution courante quand la société chilienne utilisera la technologie, les marques de commerce ou les méthodes d'affaires de la société canadienne pour la production locale.

L'attribution d'une franchise est une forme particulière d'attribution de licence en vertu de laquelle le franchisé paie le franchiseur pour l'utilisation d'un ensemble complet de produits et de commercialisation. Cette forme de partenariat a connu une croissance rapide au Chili. On comptait environ 50 franchises en exploitation en 1994. La plupart d'entre elles se retrouvent dans le secteur de l'alimentation rapide et les spécialistes voient apparaître de nouvelles possibilités dans le domaine des services personnels et aux entreprises. La fabrication ou la commercialisation conjointe

Les ententes de fabrication conjointe sont utilisées quand chacune des entreprises veut fabriquer les produits de l'autre. Avec les ententes de commercialisation conjointe, les entreprises conviennent de faire la publicité et la vente des produits de l'autre. Ces deux formes peuvent d'ailleurs être combinées. Cela peut se faire au moyen d'attribution croisée de licences ou d'autres ententes pour protéger les droits de la société ayant mis au point le produit.

La commercialisation conjointe peut s'avérer une solution efficace pour les entreprises des deux pays qui désirent accéder aux marchés de l'autre pays. Elle donne de meilleurs résultats quand les sociétés sont actives dans des domaines proches ou connexes et que les trous dans la gamme des produits de l'un comblent celles de l'autre. Une telle entente permet d'utiliser au maximum les canaux de commercialisation et de distribution avec un investissement additionnel minime.

L'ÉQUIPE DE PARTENARIAT

Trouver un partenaire chilien et négocier une entente se fait mieux avec une approche d'équipe. L'entreprise devrait donc nommer une équipe représentative de chaque domaine de spécialisation en son sein et comprenant des membres de tous les niveaux de gestion qui participeront au partenariat. Cette équipe devrait regrouper des

compétences dans tous les domaines techniques et juridiques concernés. Pour certaines entreprises, cela peut vouloir dire faire appel à des avocats, des comptables ou d'autres conseillers de l'extérieur.

Il faudra un chef d'équipe qui agira comme champion pour toute l'aventure chilienne. Cette personne doit avoir suffisamment d'envergure pour venir à bout des obstacles organisationnels et provoquer les choses. Ce chef d'équipe deviendra la force motrice du partenariat et sera de façon classique le négociateur en chef. De façon idéale, cette personne pourra s'exprimer en espagnol et le comprendre et aura l'expérience des marchés étrangers.

Si les négociations aboutissent, il reviendra à certains membres de cette équipe de faire fonctionner le partenariat. Les membres qui traiteront directement avec le partenaire doivent avoir les aptitudes personnelles nécessaires pour venir à bout des différences culturelles et instaurer des rapports avec les personnes de l'autre équipe. Ils doivent également avoir suffisamment d'influence au sein de l'entreprise pour être en mesure de mettre en œuvre les accords avec le partenaire.

LES ÉTAPES DE LA CRÉATION D'UN PARTENARIAT

1. Réalisez une étude de marché préliminaire afin de savoir s'il y a un marché pour le produit de l'entreprise au Chili. Le Centre de commerce international le plus proche, ou l'InfoCentre du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI) à Ottawa peuvent vous fournir des renseignements à jour sur le marché. Cherchez les créneaux, évaluez la concurrence et identifiez les partenaires éventuels.
2. Adressez-vous à un délégué commercial à l'ambassade du Canada à Santiago et fournissez-lui à l'avance des renseignements sur le produit, les capacités et les attentes de l'entreprise. Le guide du MAÉCI, Travailler avec votre délégué commercial, précise leurs compétences et leurs besoins d'information.
3. Rendez-vous en visite au Chili. Rencontrez le délégué commercial et d'autres personnes-ressources énumérées dans la publication du MAÉCI. Ces personnes peuvent être en mesure de vous indiquer des partenaires éventuels additionnels ou d'organiser des présentations.
4. Adressez-vous au partenaire éventuel le plus prometteur et organisez une réunion. Discutez des possibilités d'une forme quelconque de partenariat et visitez ses installations.
5. Revenez au Canada et évaluez soigneusement les diverses solutions. Obtenez des renseignements additionnels par télécopieur, téléphone, courrier électronique ou courrier.

6. En faisant l'hypothèse que l'un des partenaires éventuels semble convenir, retournez au Chili et entamez des négociations officielles. Vous pourrez alors avoir recours à des conseillers professionnels comme un comptable ou un avocat chilien.
7. Si les négociations aboutissent, concluez une entente de partenariat.
8. Si le partenariat doit prendre la forme d'une société agréée, inscrivez-la auprès des autorités chiliennes. Faites les demandes à la Banco Central de Chile, Banque centrale du Chili, ou au Comité de Inversiones Extranjeras (CIE), Comité d'examen de l'investissement étranger, pour que l'apport canadien soit approuvé et protégé.
9. Finalisez l'entente financière et ouvrez un compte de banque au Chili.
10. Obtenez toutes les approbations gouvernementales nécessaires et entamez les opérations.

TROUVER LE PARTENAIRE QUI CONVIENT

Quand on a choisi le type de partenaire qui convient, et que la société canadienne a monté une équipe de partenariat, l'étape suivante consiste à chercher les candidats qui correspondent au profil. Les sociétés canadiennes qui n'ont pas réussi lors de leur première tentative à pénétrer les marchés latino-américains disent souvent que le problème le plus grave a été pour elles de ne pas trouver le partenaire qui convient. Les entreprises chiliennes sont ouvertes aux partenariats et cherchent des sources de technologie de pointe ainsi que du savoir-faire en gestion. Elles perçoivent également les coentreprises avec des sociétés étrangères comme une bonne façon de développer leurs marchés d'exportation. Le fait d'être enthousiaste ne suffit toutefois pas pour réussir. Le partenaire éventuel doit également avoir un accès solide au marché, des ressources financières et humaines adaptées et un style de gestion compatible.

LA PRÉPARATION

Trouver un partenaire et structurer une entente absorbera énormément de ressources. Les négociations interculturelles prennent du temps et peuvent être frustrantes. Parvenir à une conclusion heureuse nécessitera de la patience ainsi que des attentes réalistes.

La complexité des négociations dépendra du niveau d'interaction que le partenariat nécessitera. Au fur et à mesure que sa portée s'élargira et que le nombre de marchés augmentera, le nombre de points à traiter augmentera. Des écarts importants dans la taille, les méthodes d'exploitation et les styles de gestion des entreprises négociatrices contribueront aussi à la complexité de l'entente.

Tous ces éléments auront des effets marqués sur le processus de négociation. Il est essentiel que l'équipe y réfléchisse à l'avance et se prépare en conséquence.

REPÉRER DES CANDIDATS

La prochaine étape est de préparer une liste de partenaires éventuels. Si la société a déjà des contacts d'affaires au Chili, ceci constitue un excellent point de départ. Les Chiliens perçoivent davantage le développement d'entreprise comme l'établissement de relations que comme des ventes. S'il y a déjà une relation d'affaires, le processus pourrait démarrer rapidement.

La société devrait également sonder ses contacts d'affaires au Canada pour voir s'il y en a qui ont de l'expérience au Chili. Les clients, les fournisseurs et les associations industrielles sont de bonnes sources éventuelles d'information. L'Alliance des manufacturiers et des exportateurs canadiens (AMEC) applique un programme de liaison d'entreprises en coopération avec l'Agence canadienne de développement international (ACDI). Les délégués commerciaux de l'ambassade du Canada à Santiago peuvent également aider à trouver des partenaires éventuels et faire les présentations.

Il faudra étudier soigneusement le dossier de chaque partenaire éventuel en tenant compte de la compatibilité, de la stabilité financière, de son engagement et de sa crédibilité sur le marché chilien. Si aucun des candidats ne respecte les exigences, il vaut en général mieux chercher d'autres solutions. L'attribution de licences, les alliances stratégiques ou les ententes d'agences qu'on avait rejetées au départ pourraient alors s'avérer préférables à un partenariat insatisfaisant.

LA NÉGOCIATION DE L'ENTENTE

La négociation va au-delà de la simple définition des termes initiaux de l'entente. Elle donne le ton à la relation entre les partenaires et permet de mettre en place des processus de gestion qui assureront le fonctionnement quotidien du partenariat. Les négociateurs devraient garder à l'esprit qu'ils s'efforcent de mettre en place une relation durable et non pas de tirer le meilleur parti possible d'une entente aux dépens de l'autre partie. Il faut énoncer clairement les intérêts des deux parties et que ceux-ci soient satisfaits si l'on veut que l'entente dure.

INSTAURER LA CONFIANCE PERSONNELLE

L'approche où tout le monde gagne est encore plus importante au Chili qu'au Canada parce que, comme la plupart des latino-américains, les Chiliens font reposer leurs relations d'affaires sur la confiance personnelle et l'amitié. Une approche informelle aux négociations qui met l'accent sur le respect personnel ainsi que sur l'intérêt mutuel des partenaires est la meilleure façon de gagner cette confiance. À l'opposé, un style de négociation par trop légaliste ou sans compromis peut nuire dès le début aux relations.

L'importance accordée ici à la confiance ne veut pas dire qu'il ne faut pas aborder franchement les préoccupations sur la performance à venir du partenaire ou sur la sécurité des renseignements brevetés. Ce sont des questions qu'on doit et qu'il faut aborder franchement dans une atmosphère de confiance. Ne pas aborder ses problèmes éventuels de façon explicite dans l'accord de partenariat est la meilleure façon de faire apparaître plus tard des chausse-trapes qui seront nuisibles à la relation.

LE RÔLE DES MEMBRES DE L'ÉQUIPE

Les équipes de négociation qui réussissent ont constaté que le rôle du chef d'équipe doit être géré avec attention. Une fois les négociations en cours, la plupart des discussions seront dirigées par des membres ayant une bonne compréhension technique du dossier. Afin de conserver une atmosphère collégiale, les dirigeants survoleront les questions difficiles en faisant l'hypothèse qu'elles peuvent être réglées à d'autres moments. Plus tard dans les négociations, le négociateur en chef peut jouer un rôle de grande valeur en débloquent les situations, en particulier si cette personne n'était pas présente quand le problème est apparu.

LE PROTOCOLE D'ENTENTE

C'est une bonne chose que de préparer une entente intérimaire une fois que les intentions de base des parties ont été énoncées. Cela peut se faire sous la forme d'un protocole d'entente qui définit la portée et éventuellement le calendrier des négociations. Le protocole peut également comprendre une disposition de non-divulgaration de renseignements confidentiels qui seront échangés. Dans un tel protocole, on interdit souvent toute négociation avec des concurrents pendant la durée du processus.

L'ENTENTE FINALE

L'entente finale devra prévoir autant de situations délicates que possible. Le fait d'inclure des scénarios du type « Que se passe-t-il si? » du début peut permettre d'éviter plus tard des conflits. Par contre, il est essentiel que l'entente elle-même et les personnes qui la mettront en œuvre soient suffisamment souples pour s'adapter à un environnement externe en évolution constante. On a déjà dit que dans les partenariats qui réussissent, les négociations ne se terminent jamais.

CONCILIER DEUX ENSEMBLES D'OBJECTIFS

Certains objectifs des partenaires éventuels seront formulés de façon claire mais certains ne le seront que de façon implicite. Une préparation et une étude attentive des affaires du partenaire, avant que les négociations ne commencent, peut permettre de s'assurer que les objectifs non déclarés sont compris. Le fait d'insister sur la nécessité d'atteindre les objectifs des deux parties ne laisse pas entendre que leurs objectifs doivent être identiques. Deux sociétés peuvent avoir des objectifs complètement différents. Cela ne cause pas de problème en autant qu'ils soient complémentaires et compatibles avec une

stratégie d'affaires commune. C'est ainsi que la société canadienne pourra désirer accroître ses ventes d'une technologie fiable et à maturité. Elle pourra désirer pénétrer des marchés étrangers parce que le marché canadien est saturé pour ce produit. La société chilienne, elle, pourra désirer acquérir une nouvelle technologie pour conserver sa part du marché chilien face à la concurrence étrangère. Une stratégie commune, faisant appel au transfert de technologie, permettrait de répondre à ces objectifs différents. Par contre, si les besoins ultimes des deux parties ne sont pas formulés clairement, on pourrait à l'avenir se heurter à des problèmes. Qu'arrivera-t-il, par exemple, si un débouché apparaît qui ne répond aux besoins que d'une des parties?

Il faut du temps, des ressources et de la patience pour comprendre les objectifs des deux parties et anticiper les difficultés à venir. Le faire bien dès le début vaut cependant le coup. Une bonne entente permet d'éviter les délais et les incompréhensions dans l'avenir et elle assure la souplesse nécessaire pour que le partenariat reste viable et concurrentiel quand la situation changera.

LES MODALITÉS DE LA RELATION

L'entente de partenariat devra prévoir un cadre pour la gestion à long terme de l'entreprise. Chaque partie doit avoir un niveau d'autorité cohérent avec son apport dans l'entreprise. L'entente doit également comporter une méthode d'évaluation de ces apports. De plus, le rôle de chaque partie dans la gestion quotidienne de l'entreprise doit être précisé, avec des politiques qui guideront la prise de décisions stratégiques.

LA PROPRIÉTÉ ET LE CONTRÔLE

Il faudra régler dès le début des négociations la question du contrôle. Les parties doivent trouver le juste équilibre entre leur désir d'un contrôle suffisant pour s'assurer que l'entreprise aille dans la bonne voie et la nécessité d'éviter un poids bureaucratique qui pourrait nuire à l'entreprise.

Du point de vue de la société canadienne, une entente lui accordant un contrôle majoritaire pourrait être perçue comme une garantie que l'entreprise continuera à fonctionner au mieux de ses intérêts. Par contre, la domination de l'une des parties pourrait nuire à l'engagement de l'autre et freiner la performance de l'ensemble. Un poids égal peut protéger les intérêts des deux parties et favoriser leur plein engagement mais cette solution peut également conduire à une impasse. Quelle que soit la solution retenue, il est essentiel de prendre cette décision très tôt étant donnée qu'elle aura des répercussions sur presque tous les autres aspects de l'entente. Elle déterminera en particulier la taille de l'apport financier de chacune des parties.

D'une certaine façon, le rôle que chaque partie jouera dans la gestion de l'entreprise est plus important que la propriété. La gestion d'une entreprise ne doit pas nécessairement être un reflet de sa structure de propriété et de contrôle. Chaque partie doit avoir une influence sur les aspects de l'activité qui concernent son entreprise principale mais cela ne

signifie pas nécessairement le contrôle sur toute l'entreprise. C'est ainsi que la société canadienne pourra exercer dans le domaine technologique une influence supérieure à celle que sa part de propriété lui donnerait. Parallèlement, le partenaire chilien pourra prendre en main les problèmes de commercialisation. Il est préférable dans certaines coentreprises de mettre en place une structure de gestion autonome qui est indépendante des deux parties.

Le choix des approches de gestion a des répercussions majeures sur les coûts. En règle générale, plus il faut de coopération et de consultation pour prendre une décision et plus les coûts sont élevés. Une équipe de gestion indépendante, avec une mission et des lignes directrices en matière de politiques imposées par les propriétaires, est souvent moins coûteuse.

L'ÉVALUATION

Les problèmes d'évaluation se posent quand l'apport de l'une ou l'autre des parties n'a pas un caractère uniquement financier. Les apports non financiers peuvent comprendre des terrains, de l'équipement, du capital humain, de la technologie, de l'accès à des sources de financement privilégiées, l'accès à des débouchés commerciaux et l'achalandage ainsi que toute une gamme d'autres éléments intangibles. Les parties peuvent avoir des points de vue différents sur la valeur de ces apports.

L'entente de partenariat doit préciser la valeur de tous les apports initiaux et donner également une méthode pour évaluer tous les apports non financiers ultérieurs. Les fluctuations des taux de change peuvent également modifier l'équilibre entre les partenaires de façon imprévisible et l'entente devra donc comporter des dispositions pour régler cette question.

LES POLITIQUES ET LES PROCÉDURES

Si l'entente de partenariat comprend des politiques et des procédures précises pour la gestion quotidienne de l'entreprise, le niveau de consultation nécessaire sera sensiblement réduit. Les partenaires canadiens et chiliens auront probablement des politiques différentes dans leurs propres entreprises et ces questions peuvent nécessiter énormément de négociations.

Il faudra traiter des questions financières comme les pratiques comptables, les rapports, la préparation des budgets, les prix de transfert, l'évaluation de la rentabilité et les pratiques en matière de dividendes. Dans certains cas, il s'agira simplement de questions de choix mais dans d'autres, la décision sera influencée par le cadre fiscal des deux pays. Le contexte juridique chilien influera également sur les politiques relatives, entre autres, à la gestion du personnel, à la santé et à la sécurité au travail et à la protection de l'environnement.

L'établissement de politiques et de méthodes de gestion claires dès le début permettra de faire des économies considérables de temps et de ressources ultérieurement. Si les parties arrivent difficilement à s'entendre sur ces questions, c'est peut-être signe que le

partenariat ne sera pas viable. Il est généralement préférable que les négociations en restent là, au lieu de consacrer des ressources additionnelles à des relations improductives.

LE PARTENARIAT AVEC DES ENTREPRISES CHILIENNES ATTIRE BEAUCOUP D'INTÉRESSÉS

Un grand nombre d'entreprises chiliennes cherchent des partenaires étrangers, mais on trouve aussi de nombreux intéressés dans les milieux d'affaires internationaux. Depuis de nombreuses années, le gouvernement cherche à réduire sa dépendance à l'égard d'un petit nombre de produits d'exportation en diversifiant les marchés étrangers sur lesquels le Chili est actif. Par conséquent, de nombreux compétiteurs d'Europe, d'Asie, d'Australie et des États-Unis se sont établis dans ce pays, ou envisagent de le faire. La présence de ces compétiteurs donne aux entreprises chiliennes un plus grand choix de partenaires et peut retarder considérablement les négociations.

De plus, les Canadiens doivent absolument se rendre au Chili pour trouver un partenaire. Les Chiliens s'intéressent au Canada, qu'ils trouvent toutefois très éloigné. Peu d'entre eux sont disposés à s'y rendre pour trouver un partenaire.

LE FINANCEMENT DES ACTIVITÉS AU CHILI

Le Chili dispose d'un secteur financier efficace, offrant une gamme complète de modalités de prêt et d'instruments de capitaux propres. Les capitaux sont cependant limités et la plupart des grands projets doivent se financer à l'étranger.

Le système bancaire chilien est considéré comme l'un des plus solides d'Amérique latine. Il est formé de la Banco Central de Chile, ou Banque centrale du Chili, la Banco del Estado, ou Banque de l'État, ainsi que de 37 banques commerciales chiliennes et étrangères.

La Banco Central est un établissement juridique autonome responsable de la politique monétaire du pays. Elle émet les devises, réglemente les autres institutions financières et surveille les transactions en devises étrangères.

La Banco del Estado s'occupe de toutes les opérations bancaires et financières du gouvernement et s'adonne également à quelques activités commerciales.

LES BANQUES COMMERCIALES

Les plus importantes banques commerciales chiliennes sont la Banco de Chile, la Banco de Santiago, la Banco Santander-Chile et la Banco O'Higgins. La Banco Santander, un établissement espagnol, est la plus importante banque étrangère. Vingt banques étrangères sont établies au Chili, y compris la Citybank, la Chase Manhattan, la Bank of Boston, la Banco do Brazil, la Banco de Espana, et la Bank of Tokyo. Pour être actives au Chili, ces dernières doivent créer des succursales locales. Les bureaux de représentation peuvent servir d'agents, mais peuvent se livrer à des activités bancaires. Les banques canadiennes sont également actives au Chili : la Banque de Nouvelle-Écosse détient 30 % des actions de la sixième banque chilienne, la Banco Sud Americano, et la Banque Royale du Canada ainsi que la Banque Toronto-Dominion y ont des bureaux de représentation.

Les banques chiliennes sont modernes et emploient des systèmes de communication et d'information de pointe. Elles ont été privatisées et déréglementées à compter de 1974. Le gouvernement est intervenu lors de la récession de 1982 et 1983 pour empêcher l'effondrement de certaines banques. La Banque centrale, a acheté leurs prêts en souffrance et c'est ce qui explique que certaines d'entre elles ont maintenant de dettes élevées envers cette banque.

La Banque centrale favorise les fusions entre banques privées en estimant que le nombre d'institutions financières actives au Chili n'est pas justifié par la taille du marché. En janvier 1996, la Banco de Santiago et la Banco O'Higgins ont annoncé leur intention de fusionner. En avril, la Banco Santander a fait l'acquisition de la Banco Osorno, faisant de la nouvelle institution, la Banco Santander-Chile, la plus importante banque du pays.

LES OPÉRATIONS DE CHANGE

Les opérations de change de pesos chiliens et de devises étrangères se font sur deux marchés parallèles. Le marché officiel, également appelé marché interbanque, est accessible aux entreprises appartenant à des intérêts étrangers. En réalité, la Banque centrale a le pouvoir d'exiger que certaines transactions en devises étrangères ne se fassent que sur le marché officiel. Le marché officieux est exploité de façon distincte du système bancaire. En général, les taux en vigueur sur les deux marchés ne diffèrent pas de plus de 0,5 %.

La Banque centrale laisse le peso flotter dans un écart de plus ou moins 10 % d'un taux central. Cette parité « à crémaillère » est ajustée de façon périodique pour tenir compte de l'inflation au Chili par rapport à celle de ses principaux partenaires commerciaux. Au cours des dernières années, le peso s'est apprécié sensiblement par rapport au dollar américain. Il y a eu une faible dépréciation à compter d'avril 1995, mais le peso est revenu aux niveaux de janvier à la fin de l'année. Le taux de change officiel au début de 1996 était de 407 \$ pesos chiliens pour un dollar américain.

LES ACTIONS ET LES OBLIGATIONS

Les principales bourses chiliennes, la Bolsa de Comercio de Santiago et la Bolsa de Comercio de Valparaíso, se sont effondrées pendant l'administration Allende, alors que le gouvernement nationalisait ou contrôlait la plupart des sociétés cotées en bourse. Sous le régime du général Pinochet, les entreprises nationalisées ont été retournées au secteur privé et le marché rétabli. Le marché s'est encore effondré entre 1982 et 1984, mais il a depuis 1989 connu une forte croissance. Le nombre de sociétés inscrites aux bourses est passé de 272 à la fin de 1991 à 332 à la fin de 1994.

Les émissions d'actions et d'obligations sont devenues une façon de plus en plus courante d'obtenir des capitaux pour les nouvelles entreprises au Chili et les grandes entreprises ont réduit leur utilisation des crédits bancaires. Les services d'évaluation des investissements de Moody's et de Standard and Poors' ont donné au Chili leur cote la plus élevée en Amérique latine. Les certificats américains d'actions étrangères (ADR) vendus sur les bourses américaines ont également connu une augmentation de popularité. En 1994, ils avaient permis d'obtenir 1,7 milliard \$US contre 822 millions un an plus tôt.

LE FINANCEMENT PAR EMPRUNT

Il est possible d'obtenir au Chili du financement par emprunt mais, dans le cas des sommes importantes, il faut en général se le procurer à l'étranger. La Banco Central de Chile, Banque centrale du Chili, a les moyens de limiter l'accès des investisseurs au financement local mais ces restrictions ne sont pas en vigueur. La disponibilité des fonds est limitée et les prêts bancaires à court terme sont le moyen le plus couramment utilisé. Les taux d'intérêt chiliens sont également nettement plus élevés que les taux internationaux. Le Ministerio de la Vivienda, Ministère du logement, subventionne les hypothèques domiciliaires dans le cadre de programmes de logement à faible coût.

LE SYSTÈME PRIVÉ DE PENSION

Le système de pension chilien est composé d'un petit régime public et de 16 régimes de pension privés distincts appelés Administradora de Fondos Pensiones (AFP). Ces organismes gèrent environ 25 milliards \$US et sont une source importante de capitaux pour les sociétés chiliennes. Les restrictions imposées aux investissements des AFP en obligations et en capitaux propres étrangers ont été levées en 1994, mais il n'y a eu jusqu'à maintenant qu'un petit nombre de ces organismes à profiter de cette libéralisation. Les AFP sont incités à diversifier leur portefeuille à la suite de pertes enregistrées en 1995 parce qu'ils avaient une confiance excessive dans leurs investissements dans les sociétés publiques d'électricité.

L'AGENCE NATIONALE DE DÉVELOPPEMENT

La Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), l'Agence nationale de développement, est un important investisseur dans les entreprises industrielles, qu'il s'agisse de sociétés purement chiliennes ou de coentreprises. CORFO a récemment annoncé une redéfinition de ses objectifs. Elle mettra maintenant l'accent sur l'investissement dans des projets qui n'attirent pas les prêteurs du secteur privé.

LES PRÊTS ÉTRANGERS

Les prêts étrangers font l'objet d'un dépôt obligatoire sans intérêt à la Banco Central de Chile, Banque centrale du Chili, d'un montant égal à 30 % du prêt pendant un an. L'emprunteur peut choisir, au lieu de faire ce dépôt, d'acheter des titres de la Banco Central pour un montant équivalent et de les revendre immédiatement à la banque en lui consentant une réduction égale à l'intérêt qui aurait été facturé.

LES INSTITUTIONS FINANCIÈRES INTERNATIONALES

Il est possible de financer les grands projets auprès des institutions financières internationales dont la Banque mondiale et la Banque interaméricaine de développement. Toutes deux sont présentes au Chili et offrent des prêts pour les projets approuvés mis en œuvre par un organisme local. Toutefois, le Chili s'efforce de plus en plus de réduire sa dépendance envers ce type de financement. Dans le cas des grands projets, il est également possible de vendre des titres de créance et de participation sur les marchés internationaux des capitaux, dont ceux du Canada.

Le Canada et le Chili sont tous deux membres de l'Agence multilatérale de garantie des investissements (AMGI) qui fait partie du groupe de la Banque mondiale. L'AMGI favorise les flux d'investissements directs étrangers pour développer les pays membres en offrant certaines garanties aux investisseurs privés étrangers. L'Agence garantit ainsi les risques de transfert de devises, d'expropriation, de guerre et de troubles civils dans les pays en développement. Elle fournit également une aide technique et des services de conseil aux pays en développement pour promouvoir l'investissement privé dans leurs économies.

LES MODALITÉS CONSTRUCTION-EXPLOITATION-TRANSFERT (CET)

Les modalités CET sont relativement récentes au Chili mais elles semblent tenir certaines de leurs promesses comme moyen de financement des projets d'infrastructure publiques. Le financement CET est populaire dans d'autres pays d'Amérique latine, surtout parce que les gouvernements n'ont pas les fonds nécessaires pour construire les projets d'infrastructure dont ils ont sérieusement besoin. Avec ce type de modalités, les investisseurs construisent des installations, les exploitent jusqu'à ce qu'ils aient récupéré leurs coûts et les rendent ensuite au gouvernement. Une variation de ce schéma est la construction-location-transfert (CLT), en vertu de laquelle l'installation est relouée au gouvernement pour une période fixe puis transférée.

Le Chili est parvenu à avoir des finances publiques équilibrées et son secteur public est en bien meilleure situation financière que celui de ses voisins d'Amérique latine. De plus, le pays a pour politique d'attribuer des licences d'exploitation d'infrastructure aux sociétés privées comme il l'a fait dans les domaines de l'électricité et des télécommunications. Malgré cela, les modalités CET et CLT, ainsi que d'autres modes de financement non traditionnels, offrent des caractéristiques de plus en plus attrayantes pour certains projets.

Le Ministerio de Obras Públicas, Ministère des travaux publics, va déjà de l'avant avec un plan pour construire 12 projets d'infrastructure dans le cadre de concessions de type CET. La première a été un tunnel autoroutier de 2 500 mètres au nord de Valparaíso. Un consortium dirigé par Endesa, Túnel Melón, s'est vu attribuer cette concession en janvier 1993, six mois après le lancement de l'appel d'offres. Le tunnel est entré en service en septembre 1995 et la société a commencé à chercher à refinancer les 25 millions \$US qu'a coûté le projet. La période de la concession est de 23 ans. Le financement intérimaire est venu de prêts bancaires, y compris un de la banque d'État, ainsi que des participants au consortium. La communauté financière suit le dossier avec intérêt pour voir si Melón trouvera un financement à long terme maintenant que le projet est terminé. Le Ministère a publié des spécifications pour 14 autres projets dont des autoroutes, des axes urbains et des terminaux d'aéroport. Le plus important projet est la Autopista la Dormida y Ruta 68 : Santiago-Valparaíso, dont le montant est évalué à 200 millions \$US.

LE FINANCEMENT DES EXPORTATIONS

LES LETTRES DE CRÉDIT

La façon la plus sûre de financer des ventes à l'exportation de marchandises au Chili est d'utiliser des lettres de crédit irrévocables d'une institution financière chilienne. Celles-ci sont le plus souvent payables sur réception d'un avis d'expédition ou de réception des marchandises. La preuve d'expédition ou de livraison est fournie à une banque canadienne correspondante, qui organise des paiements rapides au Canada. Dans les cas où il y a une relation d'affaires bien établie entre un vendeur canadien et un acheteur chilien, les ventes peuvent se faire à crédit ouvert. Il n'est pas rare de prévoir des règlements entre 60 et 90 jours.

LA SOCIÉTÉ POUR L'EXPANSION DES EXPORTATIONS (SEE)

La SEE aide les exportateurs canadiens à livrer concurrence sur les marchés mondiaux en leur offrant une vaste gamme de services financiers et de gestion du risque, y compris des assurances de crédit à l'exportation, le financement aux acheteurs étrangers de produits et de services canadiens et des garanties.

Les acheteurs peuvent obtenir un financement à crédit pour les exportations de produits et de services au Chili. La SEE achète des billets à ordre de l'acheteur, offre des marges de crédit ainsi que des prêts directs. Ces derniers servent le plus souvent dans le cas de transactions importantes avec de longues périodes de remboursement.

La plupart du temps, la SEE prête de l'argent à une institution financière chilienne, qui le prête à l'acheteur. Ce type d'aide est normalement assuré pour des transactions allant de 50 000 \$ US à 5 millions \$US. La SEE a déjà conclu des ententes types avec deux banques chiliennes ainsi qu'avec la Compañía de Teléfonos de Chile. En 1995, la SEE a émis des assurances à court terme d'une valeur de 90 millions de dollars canadiens et des assurances sur investissement de 82 millions de dollars canadiens à des sociétés canadiennes présentes au Chili.

OÙ S'ADRESSER POUR OBTENIR LE FINANCEMENT DE LA SEE DANS LE CAS D'EXPORTATIONS AU CHILI

La Banco O'Higgins a une ligne de crédit de 10 millions \$US permettant d'attribuer des prêts remboursables sur des périodes allant de deux à huit ans. Au Chili, téléphonez au (562) 630-4168; télécopieur : 562-671-7152.

La Banco Sudamericano gère une ligne de crédit de 10 millions \$US avec des prêts remboursables sur des périodes allant de deux à huit ans. Au Chili, téléphonez au (562) 692-6558; télécopieur : (562) 692-6570.

La Compañía de Teléfonos de Chile (CTC) gère une ligne de crédit de 15 millions \$US avec des prêts remboursables sur des périodes allant de trois à huit ans. Au Chili, téléphonez au (562) 698-0163; télécopieur : (562) 696-1319.

CONSIDÉRATIONS FISCALES

Le système fiscal chilien, géré par le Servicio de Impuestos Internos, Service de l'impôt sur le revenu, est conçu pour avoir un comportement neutre entre les diverses formes d'entreprise. Le gouvernement a eu comme politique d'utiliser de façon privilégiée les taxes indirectes, dont la taxe à la valeur ajoutée, appelée impuesto al valor (IVA), et les taxes sur le tabac, les carburants et les timbres. L'impôt sur le revenu ne représentait qu'un quart des revenus du gouvernement en 1995. De façon plus précise, l'impôt sur le revenu des entreprises et l'impôt sur le revenu des particuliers ont représenté respectivement 16,7 et 8,1 %. La taxe à la valeur ajoutée est de loin la plus importante source de revenu, soit une proportion de 44,5 %.

Il y a deux niveaux d'impôt sur le revenu des sociétés qui se combinent pour créer un stimulant au réinvestissement des profits. L'Impuesto de Primera Categoría, impôt de première catégorie, est égal à 15 % du revenu imposable. Les profits distribués aux actionnaires étrangers font l'objet d'un impôt additionnel de 20 % qui donne un taux d'imposition net sur les profits rapatriés de 35 %. Les profits versés aux partenaires chiliens font l'objet d'une surtaxe calculée au moyen d'un système de taux progressif. À quelques exceptions près, les gains en capital, les redevances et les recettes en intérêts sont taxés comme des revenus normaux d'entreprise. Le Canada et le Chili ont négocié une convention fiscale qui, lorsqu'elle sera en vigueur, évitera la double imposition des profits rapatriés.

La Impuesto a la Renta, Loi de l'impôt sur le revenu, comprend un certain nombre d'autres incitatifs pour les investisseurs étrangers. L'amortissement en capital sur les immobilisations se fait à taux constant sur le tiers de la vie utile de l'actif. Cette disposition s'applique également aux actifs usagés importés de l'étranger. Les investisseurs étrangers ont le choix de payer le taux d'imposition en vigueur qui s'applique aux sociétés locales ou un taux de 42 % fixe pour une période de dix ans. Dans les cas des projets industriels ou d'extraction dont le coût atteint ou dépasse 50 millions \$US, ce taux de 42 % peut être figé pour 20 ans.

PRÉPARER SA STRATÉGIE DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Des objectifs clairs et une planification systématique, intégrant la souplesse voulue pour s'adapter à l'évolution des conditions du marché, sont les éléments essentiels d'une stratégie réussie de pénétration du marché chilien.

Le Chili est un marché en croissance rapide offrant de nombreux débouchés aux sociétés canadiennes. Toutefois, pénétrer ce marché n'est pas simple. Une stratégie de pénétration systématique est nécessaire pour garantir que les décisions essentielles seront prises au bon moment à partir de renseignements précis et pertinents.

Une bonne stratégie commence avec l'évaluation préliminaire des forces et des faiblesses de la société et de la façon dont les produits ou les services qu'elle offre sont adaptés au marché chilien. Si cette première évaluation est encourageante, il faudra passer à une étude de marché plus détaillée. Si l'analyse en profondeur incite à s'implanter au Chili, l'étape suivante est d'élaborer une stratégie complète de pénétration du marché, avec un plan d'action détaillé.

Chaque société est unique et aucune présentation d'ensemble ne s'appliquera donc parfaitement à chaque cas. Les éléments principaux sont toutefois comparables pour toute stratégie de pénétration de marché.

POURQUOI LE CHILI?

Le Chili a de solides antécédents de croissance économique soutenue, alliés à un contexte de libre marché et de pratiques libérales du commerce. Ses secteurs d'activité à forte croissance correspondent à ceux dans lesquels le Canada a aussi d'excellents antécédents. Ces éléments suffisent à eux seuls à justifier l'attention que toute entreprise désirent élargir ses marchés à l'étranger peut porter au Chili.

Ces considérations générales sont toutefois insuffisantes pour justifier la décision de n'importe quelle entreprise d'aller de l'avant. L'expérience a démontré que les sociétés canadiennes qui réussissent le mieux sont celles dont les produits correspondent le plus étroitement aux besoins particuliers du pays ciblé. Il est indispensable avant d'aller plus loin de trouver de tels créneaux.

Si l'exportation semble être la façon la plus efficace pour une entreprise d'élargir ses marchés, il lui reste à décider des pays qui offrent les meilleures perspectives. Les possibilités décelées au Chili doivent donc être comparées avec celles d'autres marchés. Peu de sociétés canadiennes disposent des ressources pour s'attaquer à plus d'un marché étranger en même temps. Il est donc essentiel de décider si les débouchés au Chili sont plus prometteurs que ceux sur d'autres marchés.

ÊTES-VOUS PRÊT POUR LE CHILI?

Si l'analyse préliminaire indique que c'est le Chili qui offre les meilleures perspectives pour le développement d'un nouveau marché, l'entreprise doit alors se demander si elle a les capacités et les ressources nécessaires pour réussir sur ce marché. Elle devra se poser des questions dans chacune des catégories suivantes.

SOURCES D'INFORMATION	Disposez-vous de renseignements sur les marchés chiliens pour vos produits? Savez-vous où les obtenir?
BARRIÈRES LINGUISTIQUES ET CULTURELLES	Quelles sont les entraves à la pénétration du marché par votre société? Avez-vous des employés qui peuvent travailler en espagnol tel qu'il est parlé au Chili? Pouvez-vous venir à bout des barrières culturelles?
Ressource	De quelles ressources aurez-vous besoin? Avez-vous quelqu'un parmi vos employés qui puisse diriger le projet? Quels autres projets faudrait-il abandonner pour poursuivre ce débouché?
Financement	Votre société dispose-t-elle des ressources financières nécessaires pour assumer les coûts de conception jusqu'à ce qu'elle en tire des revenus? Avez-vous besoin de financement additionnel? Avez-vous accès à du financement extérieur?
Contacts	Avez-vous des contacts au Chili? Avez-vous des associés canadiens qui en aient? Disposez-vous de sources d'aide extérieures?

ÉTUDE DE MARCHÉ

S'il apparaît que le Chili offre de bons débouchés pour les produits de votre société et que vous disposez des ressources essentielles, l'étape suivante est de procéder à une étude de marché détaillée. Plus l'entreprise en saura sur le marché chilien et plus elle sera en mesure de réussir. Les données minimales dont vous devez disposer sont énumérées ci-dessous.

ACHETEURS	Qui sont les acheteurs chiliens éventuels de vos produits ou de vos services? Quelle quantité pensez-vous qu'ils peuvent acheter?
CONCURRENTS	Quels concurrents fournissent actuellement des produits comparables? Comment leurs produits se comparent-ils aux vôtres?
PRIX	Pouvez-vous fournir vos produits au Chili à des prix concurrentiels? Combien vous en coûtera-t-il pour expédier le produit et acquitter les droits de douane et les impôts? Quelles commissions devrez-vous verser à des agents locaux?
TENDANCES DU MARCHÉ	Comment le marché de votre produit ou de votre service évolue-t-il? L'année prochaine devrait-elle être aussi bonne que l'année dernière? Quels nouveaux produits seront en demande à l'avenir?
PROMOTION	Comment informerez-vous les acheteurs de votre produit? Comment les produits de vos concurrents sont-ils commercialisés et distribués?
Cadre réglementaire	Quels règlements gouvernementaux auront des répercussions sur votre capacité d'exploitation au Chili?

LA STRATÉGIE DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Les sociétés canadiennes qui essaient d'exporter ont à leur disposition plusieurs stratégies de pénétration des marchés. Celles-ci vont de la vente directe aux consommateurs ou aux utilisateurs finaux à des partenariats en forme de coentreprise. Si on choisit la voie du partenariat, celui-ci peut prendre plusieurs formes. Il est probable que les sociétés canadiennes qui exportent au Chili choisiront une forme quelconque de partenariat parce que le Chili est un marché relativement petit et que la distance constitue un obstacle dans le cas de ventes occasionnelles. De plus, le revenu chilien par habitant d'environ 4 700 \$ US par an est réparti inégalement, ce qui exclut la vaste majorité des Chiliens des marchés des produits de consommation importés. Nombre des grandes entreprises présentes au Chili sont des sociétés multinationales avec des sources garanties d'approvisionnement. Si les ventes directes aux organismes gouvernementaux sont réalisables, la nécessité du service après vente impose d'avoir une présence locale. À l'exception des grandes sociétés canadiennes disposant de ressources pour implanter des bureaux au Chili, le meilleur choix est de constituer une alliance avec une société locale.

LES CONSIDÉRATIONS STRATÉGIQUES

Une société canadienne qui fournira de la technologie ou des renseignements brevetés à titre d'apport à un partenariat devrait évaluer attentivement ce qu'elle est prête à partager avec son partenaire éventuel et ce qu'elle ne partagera pas. Indépendamment de la quantité d'information révélée, il est essentiel que la société se protège des dommages que le transfert non autorisé de renseignements à des concurrents pourrait entraîner.

L'entente de partenariat devra contenir des dispositions restreignant l'utilisation des renseignements protégés. La société devra analyser les limites de la législation chilienne sur la propriété intellectuelle et prévoir des compensations civiles en cas de divulgation non autorisée. Si cela s'avère possible, les éléments d'information essentiels seront conservés hors d'accès du partenaire.

De telles dispositions contractuelles sont de la plus haute importance parce que la législation chilienne sur la propriété intellectuelle comporte certaines lacunes. Les plus graves concernent les produits pharmaceutiques. Les produits brevetés avant la Ley de Propiedad Industrial, Loi sur la propriété industrielle, adoptée en 1991, ne sont pas pleinement protégés. Les sociétés étrangères sont confrontées à des exigences d'enregistrement coûteuses et certaines prétendent qu'il y a risque de vente d'imitations par des entreprises locales. De plus, la Banco Central de Chile, Banque centrale du Chili, peut interdire l'accès au marché des changes interbanques pour les redevances qui dépassent 5 % des ventes. Les lois chiliennes sur la propriété intellectuelle sont traitées plus en détail dans le chapitre sur les possibilités d'investissement.

LE FINANCEMENT DE L'ENTREPRISE

La plupart des entreprises ont une bonne compréhension de leurs propres structures des coûts. Elles savent ou peuvent évaluer les coûts de production d'un produit au Canada. Tirer parti d'un créneau au Chili et y commercialiser un produit imposent de nombreux coûts additionnels. Le plan stratégique devra comprendre une évaluation de ces coûts, ainsi qu'une stratégie pour savoir s'ils seront affectés aux prix à la production ou aux frais généraux.

Dans la plupart des cas, les coûts permanents seront considérés comme des coûts de produit et les dépenses ponctuelles seront absorbées par les partenaires. Les coûts les plus visibles de pénétration du marché peuvent être importants et les partenaires pourront nécessiter un financement externe pour combler l'écart entre les dépenses et les revenus dans le temps. Il est possible d'obtenir du financement auprès des banques commerciales, en faisant appel à des programmes gouvernementaux au Canada ou au Chili ou auprès d'organismes internationaux.

PRINCIPAUX COÛTS DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

- étude de marché;
- voyages au Chili;
- traducteurs, avocats, comptables;

- Modifications au produit;
- coûts de transport;
- honoraires des agents et des distributeurs;
- commissions de ventes;
- commercialisation et promotion.

LA MISE EN ŒUVRE

Quand on a conclu une entente avec un partenaire ou un distributeur chilien, il reste à mettre en œuvre l'entente et à lancer l'entreprise. Le plan stratégique devra prévoir un plan d'action concret pour passer à la pratique. Un tel plan devra pour le moins contenir les dispositions suivantes :

- ✓
- ✓ une liste des tâches à réaliser;
- ✓ le personnel qui sera affecté à l'exécution de chaque tâche;
- ✓ les procédures et les principes d'exploitation de base qui guideront l'action du personnel;
- ✓ des repères pour chaque phase du projet;
- ✓ un calendrier pour chaque repère;
- ✓ une projection des coûts et des revenus;
- ✓ un plan de répartition des profits ou de réinvestissement;
- ✓ un plan pour l'évaluation de la réussite de l'entreprise à des moments précis; et
- ✓ un plan de sortie en cas d'échec.

EXPÉDIER AU CHILI

Expédier par voie maritime au Chili peut prendre du temps mais, quand les marchandises y arrivent, leur entrée au Chili se fait simplement pour la plupart des produits.

Pour exporter des marchandises au Chili, il suffit de se conformer aux réglementations canadiennes et chiliennes et de remplir un certain nombre de formulaires standard. Le Chili a une plus longue tradition de commerce extérieur ouvert que n'importe quel autre pays d'Amérique latine et il a mis en place des procédures efficaces et simples pour la plupart des produits. Malgré cela, il y a certaines formalités à respecter. Toutes les importations doivent être enregistrées auprès de la Banco Central de Chile, Banque centrale du Chili. Certains produits, notamment les produits agricoles, sont soumis à des règlements particuliers. La plupart des exportateurs trouvent que la façon la plus simple d'aborder ces formalités est de retenir les services d'un transitaire ou d'un courtier en douane.

LES MODES DE TRANSPORT

Le Chili se trouve entre 4 000 et 7 000 kilomètres au sud de Toronto et de Montréal. Les expéditions en gros peuvent être acheminées par voie maritime de Vancouver ou de Montréal, mais les expéditions plus petites transitent par les États-Unis, en empruntant le rail ou la route. Les principaux aéroports et ports desservant le Chili sont New York, Miami et Los Angeles. Les transitaires canadiens sont en mesure d'acheminer des expéditions par n'importe lequel de ces centres.

Le transport aérien est très coûteux, sauf pour les produits à valeur élevée par rapport à leur poids. La voie maritime est beaucoup moins coûteuse mais il faut à peu près 30 jours pour que les marchandises parviennent au Chili.

Le Chili compte dix aéroports internationaux répartis dans l'ensemble du pays et plusieurs ports bien équipés sur l'océan Pacifique. L'autorité portuaire nationale, Emporchi, fait concurrence à quatre ports de marchandises privés fortement automatisés. Les principaux ports sont Valparaíso et San Antonio, qui sont tous deux à environ 100 kilomètres à l'ouest de Santiago. Les autres grands ports sont Arica, Iquique, Antofagasta, Talcahuano et Punta Arenas. Le transport intérieur par camion ou par rail est efficace et se fait à des prix concurrentiels.

Le transport maritime

Plusieurs solutions s'offrent aux exportateurs de l'Est du Canada qui veulent expédier des marchandises au Chili. Neufs compagnies maritimes se font concurrence dans ce secteur. L'une d'entre elles, GLSL Shipping, offrent un service direct depuis le Canada, généralement à partir des ports de Montréal et de Québec. Les autres reçoivent les marchandises à leurs terminaux canadiens, puis les font transiter par un port américain, habituellement New York. Il faut prévoir deux ou trois jours pour le transit. La plupart des transporteurs effectuent des escales à Arica et à Valparaíso. Le plus souvent, ils font aussi

escale à Autofagasta, Iquique, San Antonio et Punta Arenas. Le délai d'expédition dépend du port d'arrivée et peut varier de 18 à 27 jours.

Dans l'Ouest du Canada, cinq compagnies maritimes desservent le Chili depuis Vancouver, tandis que les services intermodaux permettent d'expédier des marchandises depuis le golfe du Saint-Laurent et les ports de l'Est. Il faut compter de 26 à 30 jours pour l'expédition.

De nombreux transporteurs acceptent de petites quantités de marchandises (moins d'un conteneur) et assurent le groupage des marchandises et le remplissage des conteneurs. Toutes les compagnies offrent des services dans les ports d'expédition et de destination. Cependant, seulement certaines d'entre elles offrent des tarifs comprenant le service porte à porte, et s'occupent du transport ou de la livraison au Chili. Toutes les compagnies transportent des conteneurs; certaines d'entre elles transportent des marchandises réfrigérées, tandis que d'autres fournissent de l'outillage et des conteneurs spécialisés. L'utilisation de ces derniers peut entraîner des frais additionnels.

Comme il n'existe pas de conférence maritime pour le transport des marchandises du Canada au Chili, les compagnies ne pratiquent pas de taux de fret uniformes. Par conséquent, il incombe aux exportateurs de trouver le taux le plus concurrentiel, en étudiant les propositions de plusieurs compagnies. Le taux de fret est généralement établi en dollars américains et comprend tous les frais : utilisation du terminal, transport par mer, autres frais et suppléments. Le taux de fret peut être établi pour le transport d'un terminal à

l'autre, ou selon d'autres critères. Les transporteurs semblent disposés à fournir une description des frais sur lesquels se fondent le taux proposé.

Les compagnies maritimes suivantes desservent le Chili :

Agent maritime	Expéditeur	Bureau principal	Emplacement
Beremar	Seaboard Marine	(905) 602-6060	Côte est
Greer Shipping	Columbus Line	(604) 891-7300	Côte ouest
Inchcape Shipping Services	Compagnia Chile de Navigacion Interocianica	(514) 861-1216	Côte est
Kerr	CCNI	(514) 282-9692	Côtes est et ouest
Maersk	Maersk	(514) 861-1216	Côte est
McLean Kennedy	PoNedloiid	(514) 849-6111	Côte est
Montship Inc.	Hoeghlines	(514) 286-4646	Côte est

Agent maritime	Expéditeur	Bureau principal	Emplacement
Nortec Marine Agencies	CSAV	(514) 845-5201	Côtes est et ouest
Norton Lilly	Grancolumbiana	(604) 669-8866	Côte ouest
Protos Shipping	GLSL Shipping	(514) 866-7799	Côte est
Robert Reford	CSAV	(514) 845-5201	Côtes est et ouest
S/S Steamship	Mediterranean Shipping Company	(514) 844-3711	Côte est
Westward Shipping	Maruba	(604) 684-6141	Côte ouest

De nombreuses compagnies aériennes internationales offrent des vols entre le Canada et le Chili, y compris les Lignes aériennes Canadien International et LanChile, via Miami ou Los Angeles; les Lignes aériennes Canadien International et American Airlines, via Dalllas et New York; Air Canada et United Airlines, via New York et Miami, et Continental Airlines via New York. Les exportateurs peuvent choisir les Lignes aériennes Canadien International, ou expédier leurs marchandises depuis un aéroport américain ou d'autres aéroports internationaux. Il n'existe pas de vol direct entre le Canada et le Chili. Cependant, les Lignes aériennes Canadien International offrent des vols tous les jours sauf le lundi entre Toronto et Santiago, via Sao Paulo au Brésil, où Varig Brazilian Airline assure la liaison. Le vol dure environ 16 heures, mais la compagnie aérienne demande de prévoir deux jours. Les frais de transport minimum sont de 80 \$ et varient ensuite selon le nombre de kilogrammes et le poids total du chargement; les prix varient entre 10,92 \$ et 657 \$ le kilogramme. Pour plus d'information, communiquez avec les Lignes aériennes Canadien International (fret aérien), au 1-800-667-7000.

LES TRANSITAIRES ET LES COURTIER EN DOUANE

Un petit exportateur, ou un exportateur sans expérience, aura nettement avantage à recourir aux services d'un transitaire ou d'un courtier en douane. Les transitaires organisent les détails d'une expédition, préparant l'emballage, la documentation et organisant le transport. Les courtiers en douane veillent à ce que les expéditions respectent toutes les exigences des douanes et à ce que les documents d'accompagnement soient remplis correctement. D'autres courtiers fournissent les services d'assurance pour les marchandises expédiées, même s'il est souvent possible d'obtenir de l'assurance directement du transporteur.

Pour tirer parti de ces services, le produit doit être préparé convenablement, divisé en unités et/ou mis en conteneur car les transporteurs pourraient autrement refuser de transporter les marchandises et les sociétés d'assurance refuser de couvrir tout dommage ou toute perte. Voici quelques règles simples pour préparer une expédition :

- évaluer l'ensemble des modalités de transport et emballer pour la section la plus dure;

- déterminer la fréquence des transbordements ou des déchargements et rechargements et préparer les marchandises pour qu'elles résistent à des manutentions multiples;
- déterminer les exigences d'emballage qui s'appliquent dans le pays d'origine, pour chaque transporteur, à tous les ports de sortie et d'entrée et au pays de destination;
- connaître les capacités de l'emballage, les forces et les faiblesses des marchandises, dans quelle mesure on peut les empiler et leur sensibilité au temps;
- emballer les marchandises pour minimiser les mouvements internes et pour protéger les coins, les côtés, les finis, les valves, les boutons, les garnitures et le tissu;
- diviser la cargaison en unités et placer, charger et fixer les marchandises correctement; et
- déterminer le type d'équipement de manutention à utiliser et sa disponibilité aux points de transbordement.

LES TRANSITAIRES

Les transitaires sont des sociétés indépendantes qui s'occupent des expéditions à l'exportation en échange d'honoraires. Ils fournissent des services de conseil, d'administration et d'ordre physique afin de faciliter les exportations. Ils peuvent organiser les expéditions des exportateurs canadiens en utilisant n'importe quel moyen de transport. Ils offrent un ensemble complet de services qui peut se révéler très intéressant pour la société qui exporte pour la première fois. Ils constituent également une excellente source d'information sur les diverses réglementations, sur la documentation et les méthodes d'expédition et peuvent permettre à l'exportateur d'économiser de l'argent sur les tarifs de transport car ils réalisent des économies d'échelle. Les services traditionnellement offerts par les transitaires sont, entre autres, les suivants :

- ✓
- ✓ organiser la manutention, y compris l'emballage et la mise en caisse, le marquage, l'inspection et l'entreposage;
- ✓ préparer les documents d'expédition et de douane, ainsi que traduire, certifier et transmettre les documents et obtenir les permis, les licences et les certificats;
- ✓ fournir une aide financière en négociant par exemple des lettres de crédit, en organisant le recouvrement, en prenant de l'assurance et en remplissant les demandes d'indemnisation; en payant à l'avance et en recouvrant les frais de transport;
- ✓ en fournissant des conseils sur les exigences à l'étranger, le transport, la réglementation gouvernementale, les procédures douanières et la gestion de projet; et
- ✓ en aidant à l'organisation du transport, y compris le choix des itinéraires et des transporteurs, en négociant les tarifs, en réservant l'espace nécessaire, en garantissant l'affrètement, en consolidant les expéditions, en organisant les livraisons sur place, en faisant leur suivi et en louant l'équipement.

LES COURTIERS EN DOUANE

Les courtiers en douane facilitent le processus d'importation et peuvent constituer un outil d'affaires très utile. Ils connaissent bien la législation et la réglementation complexes sur le commerce international, et pas seulement au Chili mais partout dans le monde. De façon traditionnelle, l'exportateur canadien traitera avec un courtier canadien qui prendra les arrangements nécessaires avec ses homologues aux États-Unis et au Chili pour qu'on s'occupe de l'expédition à toutes les étapes. Il est toutefois utile pour l'exportateur de bien comprendre les rôles des trois courtiers.

LES COURTIERS CHILIENS

Toutes les expéditions à destination du Chili doivent être dédouanées à leur arrivée par un courtier en douane chilien. Un grand nombre de courtiers canadiens ont des ententes avec leurs homologues chiliens, ce qui revient à dire que l'expéditeur n'a qu'à traiter avec son courtier canadien. Certains importateurs chiliens ont des ententes avec des courtiers, mais ils peuvent également travailler avec le courtier choisi par l'expéditeur.

LES COURTIERS CANADIENS

Indépendamment des ententes concernant le port d'entrée chilien, il incombe à l'exportateur de préparer une facture commerciale et d'autres documents avant que les marchandises ne quittent le Canada. Nombre d'exportateurs retiennent les services d'un courtier en douane canadien afin de remplir ces documents. Si les marchandises passent par les États-Unis, le courtier canadien traite avec son homologue américain pour obtenir une Transit and Exportation bond (T&E). Cette obligation doit être annulée par les autorités américaines au point de départ. Le courtier canadien adresse également les documents nécessaires au courtier chilien avant l'arrivée des marchandises. Certains

courtiers vérifient la réception des documents par le courtier chilien avant que l'expédition ne quitte le Canada.

Services offerts par les courtiers en douane

- ✓ évaluation en douane
- ✓ classification tarifaire
- ✓ dédouanement conseil en commerce international
- ✓ transfert électronique de données
- ✓ gestion et consolidation des marchandises
- ✓ gestion des importations et des exportations
- ✓ obtention des permis et des autorisations
- ✓ révision des documents expédiés par l'exportateur, préparation de la demande d'importation et des déclarations en douane
- ✓ inspection de l'expédition à la frontière afin de s'assurer qu'elle correspond bien à la facture et au connaissement
- ✓ obtention d'une garantie ou d'une caution pour les importations temporaires
- ✓ prise en charge de toutes les dépenses concernant l'expédition au nom du client
- ✓ fournir des conseils pour l'obtention des lettres de crédit, des assurances, sur la

- ✓ fiscalité, l'entreposage et les drawbacks des droits de douane
- ✓ fournir des renseignements sur les modes de transport et les transporteurs, ainsi que sur les tarifs et la durée du transport
- ✓ expédier les marchandises du point d'entrée à la destination finale
- ✓ entreposer au niveau régional ou national
- ✓ services d'importation pour les non-résidents
- ✓ demandes de décisions
- ✓ autres services logistiques spécialisés

CHOISIR UN COURTIER EN DOUANE

Quand on choisit un courtier en douane, il faut parler à d'autres entreprises, faire appel à ses contacts personnels si possible et prendre le temps de faire une évaluation attentive. Il faut chercher à vérifier la fiabilité et la réputation du courtier et ne pas oublier de procéder à une comparaison des coûts et des services entre plusieurs candidats.

Parmi les questions à poser à un courtier en douane, on peut citer les suivantes :

- Depuis combien de temps est-il en affaire?
- Se spécialise-t-il dans certains produits ou dans certaines méthodes d'expédition?
- De quelles ressources dispose-t-il pour dédouaner et faire livrer les marchandises?
- Quel type d'installation a-t-il? Comprennent-elles une zone protégée pour les produits de grande valeur ou les produits dangereux?
- Le courtier a-t-il des bureaux dans les principaux ports d'entrée qui seront utilisés
- Quel type de systèmes et de procédures de sécurité le courtier a-t-il?
- Quelle couverture d'assurance le courtier a-t-il pour ses installations et ses activités?
- Quelle tenue de livres fait-il?
- Peut-on utiliser la caution du courtier pour fournir la couverture de sécurité nécessaire?
- Quelles sont les conditions de paiement et les ententes financières?
- Quelle est la stabilité financière du courtier?
- Comment le courtier informe-t-il les clients des retards de manutention ou de dédouanement? Fera-t-il des suggestions sur la façon d'éviter de tels délais?

Quand vous trouvez un bon courtier en douane, restez-lui loyal et n'essayez pas de magasiner autour, même si ses services coûtent plus cher que si vous le faisiez vous-même. Pensez à votre courtier comme un représentant et un partenaire de votre entreprise. Il n'est par exemple pas conseillé de contacter directement les services des douanes si vous avez retenu un courtier en douane.

LES DOCUMENTS D'EXPÉDITION

Chaque expédition de marchandises vers le Chili doit être accompagnée d'un ensemble de documents standard servant le plus souvent pour toutes les transactions internationales. De plus, il faut obtenir pour toutes les expéditions des licences d'importation de la Banco Central de Chile, Banque centrale du Chili, ainsi que les certificats spéciaux pour certaines catégories de marchandises. Les autorités chiliennes

exigent également des copies des lettres de crédit ou d'autres documents de règlement.

EXPORTER AU CHILI : EXIGENCES GÉNÉRALES

DOCUMENTS NÉCESSAIRES DANS CHAQUE PAYS

Document	Douanes canadiennes	Douanes américaines	Douanes chiliennes
Licence d'importation			Toujours
Facture commerciale	Toujours	Si les marchandises entrent aux États-Unis	En espagnol, avec des détails correspondant à ceux de la licence d'importation
Bordereau de marchandises			Si la facture ne donne pas le détail par article et qu'il y a plus d'un paquet
Connaissance	Toujours	Si les marchandises entrent aux États-Unis	Toujours
Lettre de crédit ou autres documents de règlement			Toujours
Transit and exportation bond (T&E)		Si les marchandises entrent aux États-Unis	
Certificats spéciaux			Pour les marchandises soumises à des normes de produit ou à la réglementation sur la santé
Déclaration d'exportation (Formulaire B-13)			Toujours

LA LICENCE D'IMPORTATION

La Banco Central de Chile, Banque centrale du Chili, exige une Informe de Importación, licence d'importation, pour toutes les importations entrant au pays. Il s'agit davantage d'un système de cueillette de données que de contrôle. Les licences sont gratuites et sont émises de façon routinière sans difficulté. Il faut des licences spéciales pour un petit nombre de produits comme les armes et les produits pharmaceutiques.

L'importateur obtient une facture pro forma du fournisseur canadien ou de son agent chilien. L'importateur soumet la facture à une banque commerciale autorisée, qui l'achemine à la Banco Central de Chile. Cela doit se faire avant que les marchandises ne quittent le Canada. Les licences sont le plus souvent émises dans les cinq jours et les expéditions peuvent être faites dans les 120 jours. Les banques commerciales peuvent approuver directement les importations d'une valeur FAB de 500 \$ US ou moins. Si cette valeur est inférieure à 3 000 \$ US, l'expédition peut être faite avant l'émission du permis. Par exemple, la Comisión Chilena del Cobre (COCHILCO), Commission chilienne du cuivre, émet des licences pour les importations de cuivre.

La facture pro forma doit indiquer les noms de l'importateur et de l'exportateur ainsi qu'une description détaillée des marchandises, en précisant le pays d'origine. Les conditions de paiement, y compris le coût de l'expédition et de l'assurance et tout autre élément compris dans l'ensemble coût, assurance, fret (CAF).

LA FACTURE COMMERCIALE

Une facture commerciale doit être jointe à toute expédition. Il faut au moins quatre copies. Les factures peuvent être en anglais ou en espagnol. La facture doit indiquer la valeur franco à bord (FAB) ou franco le long du navire (FAS) ainsi que la valeur coût, assurance, fret. Il faut indiquer séparément le prix de chaque article, la valeur FAB ou FAS doit correspondre à celle indiquée sur la licence d'importation et le numéro de licence doit également apparaître sur cette facture. La facture doit également indiquer le pays d'origine des marchandises. Une telle facture peut tenir lieu de certificat d'origine. Si les marchandises proviennent de plusieurs pays, il faut des factures distinctes.

Il faut transmettre par télécopieur copie de tous les documents d'expédition à l'importateur et au courtier en douane chilien avant que l'expédition ne quitte le Canada. Les documents originaux doivent accompagner les marchandises. L'exportateur devra également informer l'importateur ou le courtier du moment où les marchandises seront expédiées et du mode de transport utilisé, en indiquant le numéro du connaissement.

LE BORDEREAU D'EXPÉDITION

Un bordereau d'expédition est obligatoire quand on expédie plus d'un paquet, même si ce n'est pas une exigence absolue. Il suffit souvent que la facture commerciale donne les renseignements nécessaires. Un tel bordereau devra indiquer le nombre de paquets et

une liste détaillée des marchandises contenues dans chacun. Il faut y indiquer en unités métriques les poids nets, bruts et légal de chaque paquet et de l'expédition totale, ainsi que le volume ou la mesure de chaque paquet et de l'expédition totale. Selon le mode de transport utilisé, il faudra un nombre de copies variable.

LE CONNAISSEMENT

Le connaissement est l'accusé de réception de l'expédition de l'expéditeur. Une expédition peut nécessiter plusieurs connaissements. L'exportateur doit en conserver une copie dans ses dossiers et en envoyer une à l'importateur et l'autre au courtier en douane. L'original doit accompagner les marchandises. Ce document doit indiquer les types de paquets de l'expédition et les poids et les mesures en unités métriques. Le numéro de la licence d'importation doit y figurer, ainsi que les frais totaux qui doivent correspondre à ceux indiqués sur la licence d'importation. L'accusé de réception officiel du transporteur concernant la réception à bord des marchandises pour expédition est nécessaire ainsi que la signature de l'expéditeur. S'il faut modifier des détails du connaissement, il faut le faire au moyen d'une lettre de correction plutôt qu'en corrigeant le connaissement soi-même. De façon idéale, ce sera fait par un courtier en douane ou par un transitaire.

Dans le cas des expéditions par avion, on utilisera une lettre de transport aérien au lieu d'un connaissement. Le numéro de la licence d'importation doit y figurer.

LES DÉTAILS DU PAIEMENT

Une copie de la lettre de crédit ou des autres instruments financiers utilisés pour le paiement des marchandises doit accompagner l'expédition.

LES CERTIFICATS SPÉCIAUX

Par suite de l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange entre le Canada et le Chili, les exportateurs canadiens doivent se procurer un certificat d'origine pour leurs produits. Ce document permet d'exonérer les produits canadiens des droits de douane chiliens. On peut obtenir un certificat d'origine dans n'importe quel bureau régional de Revenu Canada (section des Douanes). Il s'intitule Accord de libre-échange Canada-Chili, Certificat d'Origine et porte le numéro B240F. Quand les produits sont envoyés via un pays tiers (comme les États-Unis), les douanes chiliennes peuvent exiger la preuve que les biens sont demeurés sous contrôle douanier durant leur transit.

Un certain nombre de produits ont besoin de permis d'importation spéciaux et doivent être inspectés à leur entrée au Chili. On peut en donner comme exemples les produits pharmaceutiques et une grande variété de produits végétaux. Les procédures pour se conformer aux exigences de documentation de la réglementation sanitaire, phytosanitaire ou sur la santé peuvent être complexes. Dans le cas des exigences imposées aux fruits frais et au poulet, certains spécialistes estiment qu'il s'agit là de barrières non tarifaires aux échanges plutôt que de mesures motivées essentiellement par des questions de santé. C'est ainsi que les responsables américains du commerce se sont plaints des procédures d'analyse de la salmonelle du Chili qui ne permettent pas de garantir

l'importation de poulet américain. Les exportations totales de viandes de tous types du Canada à destination du Chili en 1995 étaient inférieures à deux millions de dollars canadiens mais les responsables canadiens ne considèrent pas que ces règlements sanitaires constituent une barrière déraisonnable. Le blé est de loin l'exportation de produits alimentaires la plus importante du Canada vers le Chili. Il fait l'objet d'un accord bilatéral spécial et bénéficie de procédures d'acceptation phytosanitaire accélérées.

Dans le cas des produits alimentaires, ils doivent avoir reçu un permis d'importation du Ministerio de Agricultura, Ministère de l'agriculture du Chili, avant que les marchandises ne quittent le Canada. Pour les produits végétaux, l'importateur doit remettre après l'arrivée des marchandises une demande au Departamento de Protección Agrícola, Ministère de la protection agricole, demandant l'inspection du produit. La demande doit fournir les détails de l'expédition et l'utilisation prévue du produit au Chili. Cette demande doit également être accompagnée du certificat phytosanitaire canadien. Les produits de la viande sont également soumis à des inspections et doivent être accompagnés des certificats sanitaires canadiens.

Dans les cas des produits pharmaceutiques, cosmétiques et biologiques, ils doivent être enregistrés auprès de l'Instituto de Salud Pública de Chile, Institut de santé publique, avant l'importation. C'est un représentant nommé légalement qui doit obtenir l'enregistrement du fabricant. Certains de ces produits doivent se conformer à des exigences particulières d'étiquetage. Dans la plupart des cas, le numéro d'enregistrement doit apparaître sur l'étiquette. En règle générale, il faut un certificat émis par un consulat chilien au Canada pour certifier que le produit est légalement vendu au Canada. Il faut également indiquer les formules et les propriétés thérapeutiques prétendues.

Il n'y a pas de préavis officiel de modification de la réglementation pour ces produits. L'exportateur canadien a donc avantage à se fier au courtier canadien en douane et à l'importateur chilien pour obtenir des conseils précis pour faciliter l'importation de son produit.

LE FORMULAIRE DE DÉCLARATION DES EXPORTATEURS

En vertu des dispositions de la Ordenanza de Aduanas, Loi sur les douanes, les marchandises exportées à partir du Canada doivent être déclarées aux douanes canadiennes de la façon prescrite. Les exportateurs doivent pour cela remplir un formulaire de déclaration des exportateurs connu sous le nom de formulaire B-13. Celui-ci permet de saisir les données dans le système de comptes nationaux du gouvernement fédéral, en particulier pour le calcul de la balance des paiements et du produit intérieur brut (PIB). Ces données servent ensuite à la formulation des politiques commerciales et budgétaires. Les gouvernements, les exportateurs, les fabricants et les entreprises d'expédition utilisent ces statistiques commerciales pour contrôler la performance des exportations, les prix des produits et les variations de volume ainsi que pour analyser les conséquences sur le transport.

Il incombe à la société exportatrice de préparer et de présenter la déclaration d'exportation aux douanes. Dans la plupart des cas, ce sont les agents, les courtiers ou les

transporteurs qui préparent et remettent le formulaire B-13 au nom de l'exportateur. Les marchandises qui nécessitent une déclaration des exportateurs comprennent, entre autres :

- les expéditions commerciales d'une valeur égale ou supérieure à 2 000 \$ canadiens;
- les marchandises contrôlées, réglementées ou interdites, c.-à-d. les produits exportés dans le cadre d'un permis ou d'un certificat, indépendamment de leur valeur;
- les marchandises transitant par les États-Unis;
- les marchandises exportées à partir d'un entrepôt sous douane;
- les marchandises réparées au Canada quand la réparation ou l'addition de marchandises sont évaluées à 2 000 \$ canadiens ou plus; et
- les cadeaux, les dons et les transferts entre sociétés d'une valeur égale ou supérieure à 2 000 \$ canadiens.

LE DÉDOUANEMENT

Les procédures de dédouanement sont relativement simples quand on les compare à celles des autres pays d'Amérique latine. Le dédouanement prend rarement plus d'un ou deux jours et il est possible d'organiser un dédouanement préalable par télécopieur. Comme dans les autres pays, dont le Canada, des petites erreurs ou omissions, anodines en apparence, peuvent retarder considérablement le dédouanement.

LES DROITS, LES TAXES ET LES BARRIÈRES NON TARIFAIRES

Le système de droits d'importation du Chili est relativement simple. La classification des marchandises correspond aux règles établies par l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) et il y a un droit de douane uniforme de 11 % (10% à compter du 1er janvier 1999, puis diminuant de 1% par année pour atteindre 6% en 2003) sur toutes les marchandises, sauf pour celles qui en sont exemptées. Ces droits peuvent augmenter de 50 % pour les marchandises usagées, sauf pour la machinerie et l'équipement. Le Chili peut appliquer des droits compensateurs sur les marchandises dont l'importation est jugée comme une pratique déloyale par la Commission des pratiques commerciales. C'est ainsi que la Commission a imposé des droits compensateurs aux chaussures chinoises après que les importations de 1994 aient grimpé de 46 %. Les exportations des fabricants brésiliens et européens de chaussures font également l'objet d'enquêtes à la suite de plaintes. Dans leur accord de libre-échange, le Canada et le Chili ont négocié une exemption réciproque quant à l'imposition de droits antidumping. Certains produits sont soumis à une taxe sur les produits de luxe. Cela comprend les automobiles avec des moteurs d'une cylindrée supérieure à 1 500 centimètres cubes, les navires de plaisance, la joaillerie, certains tissus et boissons alcooliques entre autres.

Les importations en provenance des pays avec lesquels le Chili a conclu des ententes commerciales privilégiées font l'objet de taux de douane plus faibles. Une taxe à la valeur ajoutée appelée impuesto al valor (IVA) de 18 % est appliquée à toutes les marchandises vendues au Chili. Dans le cas des importations, la taxe s'applique à la valeur coût, assurance, fret (CAF) des marchandises, plus les droits.

Il y a deux zones franches au Chili qui sont la Zona Franca De Iquique (ZOFRI), la Zone franche d'Iquique au nord et la Zona Franca de Punta Arenas (PARANEZON), Zone franche de Punta Arenas au sud. La première comprend les ports francs de Arica et d'Iquique. Les marchandises peuvent entrer dans les régions environnantes désignées comme Région I et Région XII, en ne payant que 6 % de droit de douane et pas d'IVA. Ces zones sont équipées d'installations de transport et d'entreposage et peuvent également permettre de conserver des stocks au Chili et d'assurer des expéditions vers d'autres pays. Les transactions au sein des zones franches ne sont pas soumises à l'IVA et il y a de plus certaines exemptions d'impôt sur le revenu des sociétés dans ces zones. Les marchandises sortant de ces zones pour rentrer sur le reste du territoire national sont soumises à la totalité des droits de douane et de l'IVA.

Les barrières non tarifaires constituent des obstacles pour certaines catégories de marchandises. Il y a un système de limite de fluctuation des prix pour certains produits agricoles, dont le blé, la farine de blé, les huiles végétales et le sucre. Des droits spéciaux sont prélevés sur les produits importés afin de maintenir les prix intérieurs plus élevés que les prix internationaux. Les règlements sanitaires et phytosanitaires servent également de barrière non tarifaire. L'entrée des fruits en provenance des États-Unis a été sévèrement freinée par ces règlements mais le blé dur canadien n'est pas soumis à ces règlements en vertu d'une entente bilatérale. Les produits pharmaceutiques ne bénéficient pas d'une protection juridique adéquate au Chili et il y a eu des plaintes sur la politique fiscale concernant les alcools importés.

À quelques exceptions près, l'importation des véhicules usagés est interdite. Plusieurs catégories de véhicules de transport public ne sont pas soumises à cette restriction. Cela comprend les ambulances, les camions à incendie, les véhicules blindés, le matériel de dépoussiérage des routes et les bétonneuses, entre autres.

ÉCHANTILLONS ET PRODUITS D'EXPOSITION

Un importateur chilien ou un acheteur éventuel peut obtenir un certificat d'autorisation temporaire des douanes canadiennes pour permettre l'entrée au Chili de marchandises qui serviront comme échantillons, ou à des fins de démonstration et d'exposition. Ces produits peuvent rester dans le pays pour une période allant jusqu'à six mois, sans avoir à payer de droit de douane ou de taxe à la valeur ajoutée, sous réserve de respecter certaines conditions.

LES NORMES ET L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS

Il n'y a pas actuellement de normes de produit régissant les marchandises importées au Chili, si ce n'est la réglementation sanitaire. Il arrive toutefois que les acheteurs demandent que les produits se conforment aux normes d'autres pays.

La réglementation chilienne sur l'étiquetage ne concerne que les produits de consommation, vendus en général directement au public. Le pays d'origine doit toujours apparaître sur l'étiquette. Les produits alimentaires transformés doivent être étiquetés en espagnol et indiquer la liste des ingrédients, la date de fabrication et d'expiration ainsi que

les tailles et les poids en système métrique. Le nom de l'importateur ou du producteur doit apparaître sur l'étiquette. Cette réglementation ne s'applique qu'aux produits vendus au détail et ne fait pas l'objet de contrôle à la frontière.

LES VISAS POUR LES TRAVAILLEURS ÉTRANGERS

Les sociétés canadiennes faisant des affaires ou fournissant des services au Chili doivent se conformer à un certain nombre d'exigences si elles veulent transférer dans ce pays des membres de leur personnel pour une période prolongée. Elles doivent obtenir des visas du consulat chilien au Canada ou au Chili. Le Chili, en plus de son ambassade à Ottawa, a des consulats et des consulats honoraires à Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto et Montréal.

Il est possible d'obtenir des visas touristiques à l'arrivée à l'aéroport au Chili et ceux-ci sont valides pour une période de 90 jours. Les visiteurs d'affaires peuvent se procurer un visa spécial auprès des consulats chiliens s'ils ont l'intention de rester plus de 90 jours mais moins d'un an au Chili. Ils peuvent donc obtenir ceux-ci au Canada et les renouveler pour une seconde année pendant qu'ils sont au Chili.

Les employés qui se rendent au Chili pour réaliser un travail précis peuvent se voir accorder le statut de résident bénéficiant d'un visa pour la période du contrat qui s'applique également à la famille immédiate du travailleur. En règle générale, cela n'est possible que si l'employeur est domicilié au Chili et ce type de visa n'est valide que pour un emploi donné. L'entreprise locale doit employer au moins 85 % de travailleurs chiliens, mais cette disposition ne s'applique pas si les compétences en question ne sont pas disponibles au Chili. Le travailleur doit posséder un contrat qui comprend le tarif de retour par avion pour le travailleur et sa famille. Ces visas sont émis pour des périodes allant jusqu'à deux ans et sont renouvelables au Chili. À moins que le travailleur ne continue à être couvert par le régime de sécurité sociale canadien, l'employeur et l'employé doivent payer des cotisations de sécurité sociale chilienne. Les cotisations à l'Asociación Chilena de Seguridad, Fonds des accidents du travail, sont exigés dans tous les cas. Il est parfois nécessaire d'obtenir des permis spéciaux pour le travail technique réalisé à proximité des frontières chiliennes.

UNE PORTE VERS L'AMÉRIQUE LATINE

Le Chili offre d'excellents débouchés par lui-même mais il peut également constituer une base intéressante pour faire des affaires dans toute l'Amérique latine.

Cette publication mentionne une vaste gamme de débouchés pour les sociétés canadiennes qui désirent investir au Chili ou exporter des produits et des services à l'intention des consommateurs chiliens. Les deux pays ont beaucoup en commun. Le Canada a une forte expérience dans pratiquement tous les secteurs importants pour le Chili. La croissance économique soutenue du Chili, qui était en moyenne de 7 % au cours des dix dernières années, fait apparaître des marchés importants dans toute l'économie. Cette croissance est particulièrement solide dans les domaines des ressources naturelles, des télécommunications et des autres industries utilisant des technologies de pointe. Le fait que le Chili se trouve au sud de l'hémisphère revient à dire que les saisons de production et de pêche des deux pays se complètent souvent.

L'ACCENT SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les possibilités sont encore plus attrayantes parce que le concept de développement durable prend de plus en plus d'importance. Les Chiliens ont commencé à reconnaître que leur pays doit gérer ses ressources de façon plus efficace et réduire les effets des industries des ressources sur l'environnement. Le Chili doit également réduire sa dépendance envers les ressources non renouvelables. C'est ainsi que les réserves de cuivre commenceront à baisser au cours des décennies à venir et seront épuisées dans 60 ans d'après le Servicio Nacional de Geología y Minas (SERNAGEMIN), Service national de géologie et des mines. La diminution des forêts naturelles chiliennes atteint également des proportions inquiétantes. Ce sont là des problèmes que le Canada a déjà réussi à régler. Il dispose de technologies éprouvées qui peuvent s'appliquer aux problèmes du Chili dans les domaines de la forêt, de la pêche, de l'aquaculture, de l'agriculture, de la géomatique et des mines.

LA DIVERSIFICATION INDUSTRIELLE

Le marché chilien présente un autre attrait pour les Canadiens en ce sens que le gouvernement applique une politique énergique de diversification des marchés. Il a déjà développé des relations commerciales actives avec l'Europe, l'Asie et l'Australie et l'Amérique du Nord ainsi qu'avec d'autres pays d'Amérique du Sud. En diversifiant ses marchés, il espère réduire la vulnérabilité de sa dépendance envers un petit nombre de produits exportés. Quatre catégories de produits composent pratiquement 60 % des exportations chiliennes et il est donc logique d'essayer de les vendre sur le plus grand nombre de marchés possible.

En ce qui concerne les importations, cette politique de diversification se traduit par le fait que les États-Unis, le principal concurrent du Canada en Amérique latine, ont une part de marché beaucoup plus petite que dans certains autres pays de la région. Dans l'ensemble, les États-Unis fournissent moins d'un tiers des besoins du Chili, alors que la proportion est de plus des deux tiers au Mexique. Même si la concurrence sur les marchés chiliens est vive, le fait qu'aucun pays ne domine le marché en facilite la pénétration par les pays plus petits.

UNE BASE EN AMÉRIQUE LATINE

Il est évident que le Chili offre par lui-même des débouchés intéressants, mais une partie de son attrait réside dans la possibilité de servir de tremplin pour d'autres marchés d'Amérique latine. Le Chili a conclu des accords commerciaux avec la Bolivie, la Colombie, l'Équateur, le Venezuela et le Mexique. L'Accord de libre-échange entre le Canada et le Chili (ALECC), signé en novembre 1996, est entré en vigueur le 5 juillet 1997. L'ALECC s'inspire de l'ALENA et devrait faciliter l'adhésion du Chili à ce dernier accord, s'il le désire. En octobre 1996, le Chili a obtenu le statut de membre associé au sein du bloc commercial du Mercosur (Argentine, Brésil, Paraguay et Uruguay). Le Chili est membre du Forum de Coopération économique Asie-Pacifique (APEC), et a entamé des discussions économiques avec d'autres pays d'Amérique latine et l'Union européenne.

Le Chili est un partisan du libre-échange, et a été l'hôte du deuxième Sommet des Amériques, qui s'est tenu en avril 1998 à Santiago, et où 34 dirigeants des Amériques se sont rencontrés pour discuter de la Zone de libre-échange des Amériques (ZLEA). Les négociations à ce sujet doivent se terminer d'ici 2005. La ZLEA doit renforcer la coopération économique, politique et sociale entre les nations de l'hémisphère occidental.

Le Chili est un important investisseur dans les autres pays d'Amérique latine et les entreprises chiliennes sont considérées comme de bons véhicules pour investir ailleurs dans la région. C'est ainsi que le plus important fabricant de papier chilien, Empresas, possède le leader de la fabrication de papier de soie en Uruguay et est un partenaire de Procter & Gamble dans une usine d'Argentine. La seconde chaîne chilienne de supermarchés en importance a fait l'acquisition des chaînes Scale et Mass du Pérou et s'est maintenant implantée au Paraguay. L'embouteilleur chilien de Coca-Cola, Embotelladora Andina, a acheté Río de Janeiro Refrescos, le second embouteilleur en importance du Brésil. Ce ne sont là que quelques exemples des investissements chiliens dans cette région. Ces investissements chiliens ont augmenté de 47 % en 1995 pour atteindre 4,4 milliards \$US, soit environ 60 % des investissements en Argentine où le Chili est la plus importante source d'investissements étrangers.

Les sociétés qui ont implanté des sièges latino-américains au Chili indiquent que ce pays offre plusieurs avantages par rapport à ses voisins. Le cadre des affaires y est stable et la porte ouverte aux sociétés étrangères pour ouvrir des succursales ou constituer des partenariats avec un minimum de tracasseries. Une fois constituées, ces entreprises bénéficient du traitement national. Le système de communication est à la fine pointe de la technologie et a des prix très concurrentiels. Le système de transport est également

efficace. Le Chili dispose d'une main-d'œuvre disciplinée et travailleuse et son milieu des affaires est bien formé, amical et efficace. Il n'y a pratiquement pas de corruption et la drogue et les autres crimes ne constituent que des problèmes mineurs. Ces caractéristiques mettent le Chili à part de la plupart des autres pays de la région. Par contre, du point de vue de la culture hispanique, le Chili est très comparable à ses voisins. Comme l'a fait remarquer un dirigeant chilien, « les Chiliens sont différents de leurs voisins d'Amérique du Sud, mais pas si différents. » Le Chili constitue donc un emplacement idéal permettant aux sociétés canadiennes de se familiariser avec cette culture avant de se répandre dans toute la région.

Le Chili offre de nombreux avantages par rapport aux autres pays d'Amérique latine, mais également des inconvénients. Le premier est la distance. Santiago est à 5 800 kilomètres au sud de Montréal et de Toronto et à environ 7 200 kilomètres de Vancouver. Il n'y a pas de liaison aérienne directe et le voyage de Toronto ou de Montréal à Santiago dure de 14 à 16 heures, y compris la nuit, pour parvenir à Santiago en passant par Miami, New York ou Sao Paulo. Le prix du billet aller-retour se situe entre 3 000 \$ canadiens en classe économique et 4 500 \$ en classe affaires même s'il est souvent possible de trouver des tarifs d'excursion plus intéressants. Le principal autre inconvénient est que le Chili est un marché relativement petit, en particulier pour nombre de produits de consommation. Le revenu moyen est non seulement très faible, mais également très mal distribué. Cela a pour conséquence que les classes aisées sont au moins aussi aisées que leurs homologues au Mexique mais ces classes aisées ne comptent qu'environ trois millions de personnes contre 20 millions au Mexique.

La bonne nouvelle est que la réussite économique du Chili permet d'améliorer cette situation. Le revenu réel par habitant augmente d'environ 4,5 % par année alors qu'il baisse dans les autres pays de la région. Les programmes sociaux du gouvernement affectent d'importants montants aux régions les plus pauvres du pays et le taux de pauvreté diminue régulièrement. Les programmes d'enseignement, de soins médicaux, de santé et de sécurité, de logement sont devenus les plus progressistes du continent. De plus, le système ultramoderne de télécommunications chilien compense pour la distance dans une certaine mesure. En particulier, le courrier électronique (e-mail) est fiable et largement utilisé. Malgré ses problèmes, le Chili est donc en tête des autres pays de la région en termes économiques et technologiques et est de plus en plus perçu comme un modèle à appliquer ailleurs. Les sociétés canadiennes qui établissent des partenariats avec des homologues chiliens et participeront à ses développements trouveront des portes ouvertes dans tout le continent.

CONTACTS IMPORTANTS AU CHILI

SERVICES DU GOUVERNEMENT CHILIEN

Marine chilienne
Oceans Committee
Armada de Chile
Comité Oceánico (CONA)
Errázuriz 232
Valparaíso, Chili
Téléphone : (56-32) 282-697 Télécopieur :
(56-32) 283-537

Marine chilienne
Direction de la marine marchande
Armada de Chile
Dirección General de Territorio Marítimo y Marina
Mercante
Errázuriz 537
Valparaíso, Chili
Téléphone : (56-32) 208-000 Télécopieur :
(56-32) 208-296

Ministère de l'intérieur
Ministerio del Interior
Palacio de La Moneda
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 690-4000 Télécopieur : (56-2)
697-2054

Ministère de l'agriculture
Ministerio de Agricultura
Teatinos 40, Piso 9
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 696-5896 Télécopieur : (56-2)
696-4496

Service agricole national
Sociedad Nacional de Agricultura (SNA)
Tenderini 187
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 639-6710 Télécopieur : (56-2)
633-7771

Bureau des études et des politiques agraires
Oficina de Estudios y Políticas Agrarias
(ODEPA)
Teatinos 40, Piso 8
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 696-3241 Télécopieur : (56-2)
695-7795

Ministère de l'économie, du développement et de
la reconstruction
Service national des pêches
Servicio Nacional de Pesca

Ministerio de Economía, Fomento y
Reconstrucción
Teatinos 120, Oficina 806
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 698-0543 Télécopieur : (56-2)
696-0784

Ministère des mines
Ministerio de Minería
Teatinos 120, Piso 9
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 671-0742 Télécopieur : (56-2)
698-9262

Ministère des travaux publics
Ministerio de Obras Públicas
Morandé 59-71
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 361-3000 Télécopieur : (56-2)
672-6609

Ministère des travaux publics
Secrétariat de la région métropolitaine
Secretaría Ministerial de Obras Públicas
Región Metropolitana
Bombero Salas 1347-1351
Santiago, Chili
Téléphone : (56) (2) 696-6966 Télécopieur :
(56-2) 698-7390

Ministère des transports et des
télécommunications
Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones
Amunátegui 139
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 672-6503 Télécopieur : (56-2)
671-1978

Secrétariat aux communications et à la culture
Secretaría de Comunicaciones y Cultura
Palacio de la Moneda, Piso 3
Oficina 315
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 697-0612 Télécopieur : (56-2)
697-0605

Service de coopération technique
Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC)
Huérfanos 1117, Piso 9
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 696-1177 Télécopieur : (56-2)
696-6109

Service national des douanes
Servicio Nacional de Aduanas
Plaza Sotomayor 60
Valparaíso, Chili
Téléphone : (56) (32) 217-911 Télécopieur :
(56-32) 212-819

Agence nationale de développement
Corporación de Fomento de la Producción
(CORFO)
Moneda 921
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 638-0521 Télécopieur : (56-2)
671-1058

Institut de la forêt
Instituto Forestal (INFOR)
Huérfanos 554
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 639-6189 Télécopieur : (56-2)
638-1286

Association nationale du cuivre
Corporación Nacional de Cobre de Chile
(CODELCO)
Huérfanos 1270, Piso 9
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 690-3000 Télécopieur : (56-2)
690-3059

Commission chilienne du cuivre
Comisión Chilena del Cobre (COCHILCO)
Agustinas 1161, Piso 4
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 671-2539 Télécopieur : (56-2)
672-3584

Commission nationale de l'énergie
Comisión Nacional de Energía (CNE)
Teatinos 120, Piso 7, 2 Hall
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 698-1757 Télécopieur : (56-2)
695-6404

Commission nationale de la recherche
scientifique et technologique
Comisión Nacional de Investigación Científica y
Tecnológica (CONICYT)
Canadá 308
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 274-4537 Télécopieur : (56-2)
223-4165

Commission nationale de l'environnement

Comisión Nacional del Medio Ambiente
(CONAMA)
Obispo Donso 6
Providencia Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 240-5600 Télécopieur : (56-2)
244-1262

Comité d'examen de l'investissement étranger
Comité de Inversiones Extranjeras (CIE)
Teatinos 120, Piso 10
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 698-3246 Télécopieur : (56-2)
698-9476

Confédération de la production et du commerce
Confederación de la Producción y del Comercio
(CPC)
Monseñor Nuncio Sótero Sanz de Villalba 182
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 231-9764 Télécopieur : (56-2)
231-9808

Conseil national de la télévision
Consejo Nacional de Televisión
Constitución 74
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 735-2490 Télécopieur : (56-2)
735-2490

Société pétrolière nationale
Empresa Nacional del Petróleo (ENAP)
Ahumada 341, Oficina 6
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 639-1845 Télécopieur : (56-2)
638-0164

GRANDES BANQUES CHILIENNES

Banque centrale du Chili
Banco Central de Chile
Agustinas 1180
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 670-2000 Télécopieur : (56-2) 698-4847

Fundacion Chile
Parque Antonio Rabat Sur 6165
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 218-5211 Télécopieur : (56-2) 242-6900

Banco del Estado de Chile
Av. Lib. B. O'Higgins
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 670-7000 Télécopieur : (56-2) 670-5711

Banco de Santiago
Bandera 172
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 692-4000 Télécopieur : (56-2) 695-3585

Banco O'Higgins
Bandera 201
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 630-4000 Télécopieur : (56-2) 671-7152

BANQUES CANADIENNES AFFILIÉES À DES BANQUES CHILIENNES

Banque de Nouvelle-Écosse
Banco Sud Americano
Morandé 226
Gerencia de Cambios no. 766073
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 692-6000 Télécopieur : (56-2) 698-6008

Banque Royale du Canada
Bureau de représentation
Oficina de Representación
Av. Andrés Bello 2687
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 203-9050 Télécopieur : (56-2) 203-9053

Banque Toronto Dominion
Banque correspondante
Banco de A. Edwards

ASSOCIATIONS D'AFFAIRES ET PROFESSIONNELLES

Association des technologies de l'information
Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías
de Información (ACTI)
Av. Santa María 0508, Piso 4
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 735-5755 Télécopieur : (56-2)
735-5754

Association des banques et des institutions
financières
Asociación de Bancos e Instituciones
Financieras de Chile, A.G.
Ahumada 179, Piso 12
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 671-7149 Télécopieur : (56-2)
698-8945

Association des producteurs de porc et d'œufs
Asociación de Productores de Huevos y de
Cerdos
Manuel Rodríguez 83
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 204-4440 Télécopieur : (56-2)
204-4440

Association des industries du secteur public
Asociación de Empresas de Servicio Público,
A.G.
Av. Andrés Bello 1051
Torre A., Oficina 2001
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 235-7374 Télécopieur : (56-2)
236-1204

Association des fabricants de produits du bois
Asociación de Industriales de la Madera
(ASIMAD)
Av. Andrés Bello 2777, Piso 5
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 203-3339 Télécopieur : (56-2)
203-3340

Association des métallurgistes
Asociación de Industrias Metalúrgicas y
Metalmeccánicas (ASIMET)
Av. Andrés Bello 2777, Piso 4
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 203-3026 Télécopieur : (56-2)
203-3025

Association des producteurs de saumon et de
truite
Asociación de Productores de Salmon y Trucha
de Chile
Av. Libertador B. O'Higgins 949
Oficina 2502
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 699-2825 Télécopieur : (56-2)
671-3765

Association chilienne des radio diffuseurs
Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI)
Pasaje Matte 956
Oficina 801
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 639-8755 Télécopieur : (56-2)
639-4205

Association chilienne des pâtes et papiers
Asociación Técnica de la Celulosa y el Papel de
Chile (ATCP Chile)
Lincoyán 199, Piso 2
Concepción, Chili
Téléphone : (56) (41) 241-248 Télécopieur : (56)
(41) 237-679

Centre de recherche et de planification
environnementales
Centro de Investigación y Planificación del Medio
Ambiente (CIPMA)
Av. Holanda 1109
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 334-1096 Télécopieur : (56-2)
334-1095

Centre de recherche métallurgique
Centro de Investigación Mineray Metalúrgica
(CIMM)
Av. Parque Rabat 6500
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 218-4311 Télécopieur : (56-2)
218-6015

Association chilienne du bois
Corporación Chilena de la Madera (CORMA)
Agustinas 814
Oficina 407
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 633-5728 Télécopieur : (56-2)
639-7485

Association des producteurs de biens
d'équipement
Corporación de Bienes de Capital (CBC)
Silvina Hurtado 1844
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 204-9349 Télécopieur : (56-2)
225-6950

Association nationale de la forêt
Corporación Nacional Forestal (CONAF)
Av. Bulnes 285
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 696-6677 Télécopieur : (56-2)
671-5881

Fédération des entreprises agroalimentaires
Federación de Procesadores de Alimentos y
Agroindustriales de Chile (FEPACH)
Ahumada 254
Oficina 1209
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 699-5400 Télécopieur : (56-2)
696-3506

Association professionnelle des producteurs de
fruits
Federación Gremial Nacional de Productores de
Fruta de Chile (FEDERFRUTA)
San Antonio 220
Oficina 301
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 632-5274 Télécopieur : (56-2)
632-7327

Institut de développement des pêches
Instituto de Fomento Pesquero (IFOP)
José Domingo Cañas 2277
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 225-6325 Télécopieur : (56-2)
225-4372

Institut chilien des ingénieurs miniers
Instituto de Ingenieros de Minas de Chile (IIMCH)
Avenida Bulnes 197, Piso 6
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 695-3849 Télécopieur : (56-2)
697-2351

ProChile
Av. Libertador O'Higgins 1315, Piso 2
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 696-0043 Télécopieur : (56-2)
696-0639

Procobre
Santo Domingo 550, Oficina 201
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 632-2520 Télécopieur : (56-2)
638-1200

Association des manufacturiers chiliens
Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)
Av. Andrés Bello 2777, Piso 3
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 203-3100 Télécopieur : (56-2)
203-3742

Association nationale des mines
Sociedad Nacional de Minería (SONAMI)
Teatinos 20, Piso 3
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 695-5626 Télécopieur : (56-2)
697-1778

PRESSE

El Mercurio S.A.P.
Av. Santa María 5542
Las Condes
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 330-0111 Télécopieur : (56-2)
228-9289

Estrategia
Editorial Gestión Ltda.
Rafael Cañas 114
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 235-9331 Télécopieur : (56-2)
236-1114

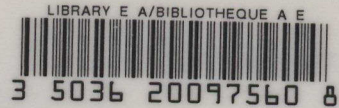
Informática
Informática — Publicaciones en Computación
Av. Pedro de Valdivia 2103
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 204-2828 Télécopieur : (56-2)
204-8264

La Epoca
Serrano 240
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 638-4444 Télécopieur : (56-2)
638-1105

News Review
Providencia 1270
Oficina 302
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 236-1424 Télécopieur : (56-2)
235-9891

Revista Minería Chilena
Matilde Salamanca 736, Piso 6
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 209-8100 Télécopieur : (56-2)
209-8101

The South Pacific Mail
Claudio Arrau 0261
Santiago, Chili
Téléphone : (56-2) 635-0800 Télécopieur : (56-2)
635-1918



DOCS
CA1 EA917 99C33 FRE
Chili : guide a l'intention des
exportateurs canadiens 1998-1999
60347755

