

CA1
EA518
88S59f

DOCS

Aux futurs exportateurs...

Prendre la première décision



*Publication du ministère
des Affaires extérieures
sur le commerce*

OCT 21 1988

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Aux futurs exportateurs...

Prendre la première décision



Des représentant(e)s de Cognos (gauche, centre gauche et extrême droite) : Donnie Moore, agent financier principal, VP Finances et Administration; Michael U. Potter, président et DG; et Malena Abel, secrétaire du président, tiennent une réunion avec Monica Siig (centre droite) du ministère des Affaires extérieures pour discuter des marchés d'exportation. La société Cognos Incorporée, lauréate du Prix d'excellence à l'exportation canadienne, est l'un des milliers d'exportateurs canadiens qui vendent leurs produits et services partout dans le monde.

43-719-930

Table des matières

Introduction	2	
L'exportation—bonne pour les affaires; les exportateurs—gros, moyens, petits; la prise de décision; la manière de commencer; l'importation de marchandises au Canada		
<hr/>		
Produits, services et marchés	5	
Avoir quelque chose à vendre; quelque part pour le vendre		
<hr/>		
Le profil des marchés	7	
Contexte général; accessibilité des marchés; possibilités de ventes; règlements; modalités de paiement et devises; distribution		
<hr/>		
La prospection	9	
Foires commerciales; visite à l'étranger		
<hr/>		
Experts en exportation	10	
Votre équipe d'exportation		
Renseignements et aide en matière de commercialisation	10	
<i>Ministère des Affaires extérieures</i>		
Secteurs géographiques et administratifs à Ottawa; Info-Export; Programme d'aide aux nouveaux exportateurs vers les États frontaliers américains; Réseau mondial d'information sur les exportations (Win Exports); Banque de données sur le commerce international		
<i>Autres ministères du gouvernement</i>		
Ministère de l'Expansion industrielle régionale (MEIR); Initiative de diversification de l'économie de l'Ouest; Corporation commerciale canadienne; Statistique Canada		
<i>Gouvernements provinciaux</i>		
<i>Associations</i>		
Association des exportateurs canadiens (AEC); Association canadienne des manufacturiers (ACM); Chambre de commerce du Canada; Fédération des clubs d'exportation Canada; Conseil canadien des maisons de commerce; Association des transitaires internationaux canadiens Inc.		
Renseignements et aide en matière de financement	22	
Ministère des Affaires extérieures—Programme de développement des marchés d'exportation (PDME); Société pour l'expansion des exportations (SEE); Agence canadienne de développement international (ACDI); Banques à charte canadiennes		
Documentation	24	
Chambre de commerce du Canada		
<hr/>		
Délégués commerciaux canadiens	26	
<hr/>		
Conseils	28	
Communications avec l'étranger; télex, télégramme, télécopieur; appels téléphoniques outre-mer; documents publicitaires et de promotion; gestion du temps		
<hr/>		
Annexes		
A	Fiche d'établissement des prix à l'exportation	30
B	Liste de contrôle pour un voyage d'affaires à l'étranger	31
C	Liste de contrôle pour une exposition à l'étranger	33
D	Le jargon de l'exportation	36
E	Autres publications utiles	38

Le commerce extérieur est maintenant une activité de la plus haute importance pour notre pays. La conjoncture économique mondiale évolue d'un jour à l'autre. Ainsi, de nouveaux produits sont constamment élaborés et de nouveaux débouchés sont en train de s'ouvrir. Les exportateurs canadiens, réputés pour l'excellente qualité de leurs produits et de leurs services, pour leurs prix concurrentiels et pour le talent apporté dans la commercialisation, ont ainsi prouvé qu'ils sont capables de relever tous les défis.

...L'honorable John C. Crosbie, ministre du Commerce extérieur

Les exportations constituent la clé de la survie économique et de la croissance de toute compagnie et du Canada en tant que nation. Grâce au récent Accord de libre-échange avec les États-Unis et aux négociations du GATT qui sont en bonne voie d'aboutir, les barrières commerciales seront considérablement aplanies; si vous êtes concurrentiel chez vous, vous pouvez l'être sur les marchés extérieurs. L'exportation est l'affaire du Canada; c'est aussi votre affaire.

...Frank Petrie, président, Association des exportateurs canadiens

Des produits et des services de qualité alliés à un art consommé de la vente constituent la clé du succès en matière d'exportation. Mélangez ces ingrédients avec la connaissance des cultures, des langues et des pratiques commerciales des marchés cibles et vous aurez en main tous les atouts.

...Thomas d'Aquino, président-directeur général, Conseil d'entreprises pour les questions d'intérêt national

Votre entreprise possède-t-elle des produits ou des services dont les prix sont concurrentiels et qui sont d'excellente qualité? Seriez-vous en mesure d'augmenter votre production si vous pouviez trouver des marchés supplémentaires? Estimez-vous avoir exploité toutes les possibilités du marché au Canada? Peut-être avez-vous même eu les mordillements d'un acheteur au sud de la frontière ou à l'étranger?

Maintenant, vous vous demandez si l'exportation constitue la solution à ces questions.

Cette brochure vous aidera à décider si votre entreprise peut envisager sérieusement d'exporter

ou pas. Rédigé à l'intention des gens d'affaires, avec des renseignements provenant d'un certain nombre d'organismes d'exportation, le livret *Aux futurs exportateurs*... vous donne un aperçu de ce que comporte l'exportation. Il vous fournit aussi une liste de personnes importantes à contacter.

L'exportation—bonne pour les affaires

De nombreuses entreprises canadiennes ont constaté que l'exportation joue un rôle important relativement à leur croissance et prospérité. Pour les exportateurs canadiens dont les affaires sont couronnées de succès, les ventes sur les marchés extérieurs maintiennent les lignes de production en pleine activité et permettent d'accroître l'emploi et les profits.

Les exportateurs—gros, moyens, petits

Quelle que soit la taille de l'entreprise, celle-ci peut exporter. Ce qu'il faut, c'est un engagement sérieux de la part de la direction, de la recherche approfondie, de la planification soignée et une manière déterminée d'aborder les ventes. Les exportateurs dont les affaires sont couronnées de succès disent que l'exportation exige autant de travail que n'importe quelle autre entreprise commerciale.

Il est vrai que les grosses entreprises disposent de ressources internes plus importantes à consacrer à la recherche et à l'exploration de nouveaux marchés. Toutefois, les petites et moyennes entreprises ont accès à différentes formes d'aide, décrites dans le présent livret.

La prise de décision

Le fait d'avoir dans les mains ce livret montre que vous vous intéressez certainement à l'exportation. Mais est-ce pour vous le moment opportun? La liste de contrôle suivante vous aidera à en décider :

- Votre entreprise a-t-elle, au Canada, une base de vente solide?
- Êtes-vous en mesure de produire davantage?
- Avez-vous le temps de rechercher et d'acquérir des marchés d'exportation?
- Considérez-vous l'exportation comme un engagement à long terme?
- Avez-vous les liquidités nécessaires pour couvrir de longues périodes de recouvrement, s'il y a lieu?
- Avez-vous le temps d'étudier les marchés extérieurs afin d'en apprendre davantage sur des éléments tels que les tarifs et l'influence des différences culturelles sur votre façon de commercialiser vos produits ou services ?

Dans le domaine du possible, tout est faisable. Il suffit d'avoir les moyens.

Bernard Lamarre, président, Lavalin Inc.

Le présent livret ne vous remettra pas, sur un plateau d'argent, des marchés ou des stratégies d'exportation. Il vous fournira des renseignements fiables et utiles sur la manière de :

- Déterminer les meilleurs produits et services à exporter
- Vous y prendre pour trouver les marchés les plus prometteurs
- Tirer profit des nombreux programmes et services d'exportation disponibles
- Communiquer avec les sources les mieux informées et les plus expérimentées en matière d'exportation

Nous entrevoyons des possibilités d'expansion très intéressantes à l'échelle mondiale. Et la concurrence sur les marchés internationaux est une grande source de motivation à tous les niveaux de notre entreprise.

V.L. Young, directeur général, Fishery Products International Limited, St-John's, Terre-Neuve, lauréat en 1987 d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne

De plus, *Aux futurs exportateurs...* vous donne des conseils sur la manière de communiquer avec d'autres pays et à l'intérieur de ceux-ci, ainsi que sur la façon de planifier des voyages.

Après avoir lu ce livret, vous pourriez vous renseigner sur les sources de renseignements dont vous disposez dans votre communauté. L'université ou le collège communautaire de votre région peut vous recommander des livres ou d'autres documents appropriés. Ils peuvent aussi offrir des cours sur l'exportation par l'entremise de leurs départements d'éducation permanente. Vous pourriez en apprendre davantage sur l'exportation en assistant à un atelier ou à un colloque organisé par les organismes d'exportation situés dans la plupart des villes canadiennes. Les exportateurs potentiels peuvent aussi communiquer avec les organismes d'exportation énumérés dans ce livret. Bon nombre d'entre eux offrent de l'aide aux entreprises qui exportent pour la première fois.

La manière de commencer

Le livret *Aux futurs exportateurs...* examine un certain nombre de facteurs primordiaux dont il faut tenir compte avant de s'aventurer sur de nouveaux marchés. Il vous guide à travers les différentes étapes de votre processus de prise de décision : de l'analyse de votre produit ou service à la manière de traiter avec un délégué commercial.

C'est aussi un livre-ressource qui fournit une liste de ministères et d'organismes fédéraux et provinciaux, d'associations commerciales et professionnelles, ainsi que d'autres organismes qui offrent des renseignements et de l'aide aux exportateurs.

L'exportation vers des marchés autres que nord-américains a permis à notre entreprise de croître et à nos affaires de s'équilibrer.

T.E. McGowan, président-directeur général, Systèmes énergétiques C-E Canada, Ottawa, Ontario, lauréat en 1987 d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne

L'importation de marchandises au Canada

Bien que le ministère des Affaires extérieures ne favorise pas activement l'importation au Canada, il est chargé d'établir des licences d'importation relativement à certains articles dans les domaines du textile et du vêtement, de l'agriculture et des chaussures.

Afin de déterminer les types d'articles à importer, communiquez avec les ambassades et les consulats des pays étrangers représentés au Canada, étant donné qu'ils sont chargés de faire la promotion des produits de leur pays au Canada. Vous pouvez aussi communiquer avec l'Association des importateurs canadiens, 60, rue Harbour, Toronto (Ontario) M5J 1B7, tél. : (416) 862-0002.

Avec un marché national statique, l'exportation représentait notre seule option pour une croissance notable. Nous avons triplé nos ventes en neuf ans.

J.L. Leblanc, vice-président, marketing, Lab-Volt Limitée, Montréal, Québec, lauréat en 1987 d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne

On peut obtenir des renseignements sur les articles assujettis à des contrôles d'importation en communiquant avec la Direction générale des relations commerciales spéciales (ESD), ministère des Affaires extérieures, édifice Lester B. Pearson, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2, tél. : (613) 992-1362.
Textile et Vêtement : (613) 996-5361
Autres : (613) 996-0640

On dit que peu importe ce que vous produisez, si c'est le meilleur produit en son genre, on se l'arrachera. De nombreux produits et services sont considérés comme les meilleurs à l'intérieur et à l'extérieur du Canada.

Les Canadiens ont donné au monde le pabulum, le rouleau à peinture, l'insuline, le téléphone, les flocons de pommes de terre instantanés, le stimulateur cardiaque et, bien sûr, le jeu Quelques Arpents de pièges.

En tant que personne d'affaires, vous savez qu'il y a deux processus de vente fondamentaux : avoir quelque chose à vendre et quelqu'un pour l'acheter.

Avoir quelque chose à vendre

Faites le point sur la situation de votre entreprise pour savoir si vous êtes prêt à exporter en faisant une évaluation critique de vos produits dans un contexte global. Commencez par vous poser les questions suivantes :

- Qui utilise déjà votre produit ou service? Est-il utilisé sur une grande échelle ou n'intéresse-t-il qu'un groupe particulier pour des raisons socio-économiques? Est-il surtout utilisé par un certain groupe d'âge?
- Quelles modifications faut-il y apporter pour qu'il attire des clients sur un marché extérieur?
- Certains facteurs climatiques ou géographiques influent-ils sur l'utilisation de votre produit? Dans l'affirmative, lesquels?
- Quelle est la durée de conservation de votre produit? Le temps de transit risque-t-il d'en altérer la qualité?

- Des frais d'exploitation s'appliquent-ils à votre produit? Dans ce cas, quels sont les équipements ou les services supplémentaires que le client doit acheter?
- Votre produit doit-il être préalablement monté par des techniciens? Requiert-il une technique particulière?
- Faut-il spécialement l'emballer? Doit-il être accompagné de documentation? Il faut ajouter ces coûts au coût unitaire pour déterminer si vous pouvez ou non exporter à un prix concurrentiel.
- Votre produit fait-il l'objet de normes techniques ou de règlements? Ceux-ci peuvent varier d'un pays à l'autre.

Le succès sur les marchés d'exportation demande une implication totale dans la compréhension des produits, du marché et des différences culturelles.

A.G. Bykhovsky, président, Noranda Forest Sales Inc., Toronto, Ontario, lauréat en 1987 d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne

- Un service après vente est-il nécessaire? Est-il offert sur place ou est-ce à vous de le fournir? Dans ce cas, avez-vous les ressources pour le faire?
- Est-il facile d'expédier votre produit? Les frais d'expédition feront-ils augmenter les prix au point de rendre vos produits moins concurrentiels?

- Serez-vous capable de servir à la fois vos clients canadiens et vos futurs clients étrangers?
- Si la demande au Canada augmente, serez-vous en mesure de répondre aux demandes de vos clients étrangers?

Rechercher les renseignements nécessaires pour répondre à certaines de ces questions peut prendre du temps. Vous pouvez obtenir de l'aide auprès de sources locales, y compris les bibliothèques publiques ou celles des écoles postsecondaires, les organismes d'exportation, les ministères ainsi que d'autres exportateurs. Avec leur aide, vous aurez une meilleure idée des possibilités d'exportation de votre entreprise.

Quelque part pour le vendre

Une fois que vous aurez choisi le produit ou le service à exporter, il vous restera à réfléchir aux marchés d'exportation éventuels.

Vous arriverez certainement à dresser rapidement une liste de pays. Vous choisirez probablement un mélange de pays : ceux que vous connaissez le mieux parce qu'ils ressemblent au Canada des points de vue linguistique et culturel, ainsi que ceux qui importent des produits canadiens.

Lorsque vous commencez à exporter, il est préférable de ne pas trop vous disperser. Sur votre liste, choisissez les pays les plus prometteurs. Puis choisissez les marchés qui offrent les meilleures perspectives d'exportation, qui sont les moins susceptibles de vous causer des problèmes et où les frais seront les moins élevés.

Une fois que vous aurez terminé votre recherche auprès des sources locales, vous serez en mesure de déterminer le marché le plus prometteur, celui qui vient après et ainsi de suite.

***Le nouveau visage
mondial de l'économie
exige des entreprises
canadiennes qu'elles
explorent de nouvelles
avenues pour conclure
des affaires, comme
vendre ou franchiser
leurs technologies à
d'autres pays.***

*W.P. O'Neill, président, Société
radiochimique, l'Énergie atomique du
Canada, Kanata, Ontario, lauréat en
1987 d'un Prix d'excellence à
l'exportation canadienne*

À l'instar de toute autre entreprise commerciale, l'exportation comporte une recherche de marchés soignée et approfondie. Les renseignements obtenus sont rassemblés dans un profil des marchés qui contient tous les faits et toutes les données nécessaires pour préparer une entreprise à profiter des possibilités d'exportation et à résoudre les problèmes éventuels.

Un profil des marchés bien établi peut être l'instrument le plus précieux de l'exportateur. Entre autres, il vous indique quels sont vos clients potentiels, quels sont les produits ou les services dont ils ont besoin ou qu'ils utilisent, et la manière dont les conditions régnant dans leur pays peuvent influencer sur leurs décisions d'acheter.

Rassembler un nombre élevé de renseignements détaillés pour établir un profil complet des marchés constitue un grand travail. Toutefois, certains des organismes d'exportation énumérés dans ce livret peuvent vous aider à compléter et à mettre à jour les renseignements préliminaires.

La recherche sur les pays les plus prometteurs devrait comprendre les éléments suivants :

- Des données statistiques sur le commerce avec le Canada et d'autres pays
- Les pratiques et les coutumes commerciales
- Les réseaux de transport et de communication : leur qualité et leur fiabilité
- La situation économique
- Le milieu politique
- La solvabilité

Ces renseignements devraient être rassemblés sous les six rubriques principales suivantes de votre profil des marchés : contexte général; accessibilité des marchés (c'est-à-dire votre produit ou service peut-il

être vendu là-bas?); potentiel de ventes; règlements relatifs aux ventes; modalités de paiement et devises; distribution à l'intérieur du pays.

Le Japon : guide de l'exportateur canadien est l'un des nombreux livrets qui fournissent des renseignements pour vous aider à faire affaire avec un pays particulier. Vous pouvez vous les procurer au centre d'information sur le commerce extérieur du ministère des Affaires extérieures, Info Export. Vous pouvez téléphoner, sans frais, à Info Export, au numéro suivant : 1-800-267-8376. Appels locaux : 993-6435.

Contexte général

Cette section de votre profil des marchés comprend les éléments suivants :

- La superficie du pays et l'importance du marché potentiel
- Son climat et sa topographie
- La distance qui le sépare du Canada
- Le nombre d'habitants et la répartition de la population
- Données statistiques sur le revenu moyen
- Projets de développement du pays; ceux-ci tendront-ils à augmenter ou à diminuer l'acceptation de vos produits ou services, à influencer sur le pouvoir d'achat de vos clients ou sur l'attrait de vos produits ou services

Dans le livret L'Argentine : guide de l'exportateur canadien, vous trouverez, pour votre section «contexte général», les renseignements suivants : le total de la superficie continentale de l'Argentine atteint 2 800 000 km²; le climat de l'Argentine varie du subtropical au subantarctique; en 1985, la population était d'environ 30,7 millions.

Accessibilité des marchés

Dans quelle mesure vous sera-t-il facile ou difficile d'introduire votre produit ou service sur un marché particulier? Cela dépendra des facteurs suivants :

- S'il existe ou non des restrictions à l'importation au moyen de taxes, de droits à l'importation ou de quotas. Quelles sont les politiques relatives aux produits en provenance du Canada et les attitudes envers ceux-ci?
- Le degré d'accessibilité des produits étrangers et des vôtres en particulier. Cet accès est-il en train de s'améliorer ou de se détériorer?
- Le contrôle des devises actuelles. Celles-ci sont-elles convertibles? Existe-t-il des accords commerciaux bilatéraux qui favorisent l'importation de biens et de services d'autres pays?

Possibilités de ventes

La demande actuelle et les ventes potentielles à long terme seront fondées sur :

- La concurrence, actuelle et future, des fournisseurs locaux
- La différence de prix entre vos produits et les leurs
- Les nouvelles tendances par volume, valeur et pays d'origine

- Le degré d'acceptation ou de résistance du marché aux nouveaux produits ou services
- Le besoin d'acquérir des clients en adaptant les produits que vous vendez au Canada au goût local en ce qui concerne la dimension, la qualité, la couleur, l'emballage ou les méthodes de vente

Un de nos nouveaux produits de grande qualité, appuyé par un excellent service à la clientèle, représente désormais le tiers de nos ventes totales. Et c'est grâce à l'exportation!

D.L. McInnes, président-directeur général, Saskatoon Chemicals Ltd., Saskatoon, Saskatchewan, lauréat en 1987 d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne

Règlements

Chaque pays a ses propres règlements relativement à des domaines tels que les systèmes de mesure, les normes techniques, d'hygiène et de sécurité, ainsi que les exigences en matière d'emballage, de marquage et d'étiquetage.

Modalités de paiement et devises

Votre profil de marché comprendra les modalités de paiement habituelles du pays ainsi que les devises qui ont cours sur le marché cible.

Il est recommandé d'effectuer les ventes aux nouveaux clients au moyen d'une lettre de crédit confirmée et irrévocable. Vous pouvez obtenir des renseignements supplémentaires auprès de n'importe quelle grande banque canadienne.

Les exportateurs devraient utiliser les termes commerciaux (CAF, FAB, etc.) de la Chambre de commerce internationale (CCI) lorsqu'ils préparent des offres. On peut se procurer des renseignements complets dans les publications INCOTERMS (numéro de la publication : 350, 16 \$) et Guide des INCOTERMS (numéro de la publication : 354, 25 \$). Pour obtenir des exemplaires de ces publications, communiquez avec le Conseil canadien pour le commerce international, 1080, Beaver Hall Hill, bureau 1730, Montréal (Québec) H2Z 1T2. Téléphone : (514) 866-4334.

Distribution

Comment les importateurs du pays cible sont-ils organisés et comment préfèrent-ils travailler? Quelle est leur marge bénéficiaire ou la commission généralement demandée?

Il vous faudra beaucoup apprendre sur leurs manières favorites de mener des affaires car, si vous vous adaptez aux pratiques locales, cela pourrait parfois jouer en votre faveur au détriment d'un concurrent qui n'est pas aussi bien informé que vous.

La structure du marché local et la filière des acheteurs vous aideront à déterminer de quelle manière vous devriez distribuer votre produit. Vous faut-il un seul ou plusieurs représentants?

Il est important de nommer le ou les représentants appropriés. Posez des questions telles que les suivantes : Vous demandent-ils déjà d'acquérir des clients? Connaissent-ils bien votre industrie? Quelle représentation ont-ils déjà? Nommez, dès la première fois, le ou les représentants appropriés parce que de nombreux pays ont des lois qui rendent des changements ultérieurs coûteux. Essayez de vous protéger autant que possible, par exemple, en nommant un ou des représentants pour une période d'essai d'une année.

Devriez-vous constituer un inventaire local? Quels devraient être le volume et la fréquence de vos expéditions? Vous devrez vous renseigner sur la qualité et le coût du transport international et du transport intérieur, à partir du port d'entrée, ainsi que sur les possibilités de négocier le prix des produits pour des expéditions répétées. Si vous n'avez pas suffisamment de connaissances à ce sujet, des transitaires peuvent vous aider.

Dans vos rapports avec des représentants, assurez-vous que ceux-ci ne représentent ni des produits complémentaires ni des produits concurrents.

Vous avez étudié vos produits et déterminé ceux qui se prêtent le mieux à l'exportation. Vous avez déterminé les marchés extérieurs qui sont les plus prometteurs. Vous avez établi votre profil des marchés.

En d'autres mots, vous avez fait ce qu'il convenait de faire. Le moment est venu de vous lancer sur le terrain.

Foires commerciales

En tant que débutant, le mieux pour vous serait peut-être de commencer par visiter une foire commerciale internationale qui présente le même type de produits que ceux que vous fabriquez. En passant quelques jours à une foire commerciale, vous aurez une bonne idée des produits et des prix de la concurrence, du style et du perfectionnement des méthodes de vente et de promotion de vos concurrents.

Les foires commerciales sont des endroits où l'on rencontre des acheteurs et des vendeurs du monde entier, ainsi que les représentants et les distributeurs qui les mettent en présence. Une foire commerciale est non seulement un moyen efficace de sonder le terrain, mais également un lieu où vous pourrez conclure une ou deux ventes. De plus, la visite d'une foire commerciale devrait vous permettre d'obtenir une liste de personnes à contacter que vous n'auriez probablement pas réussi à obtenir même après plusieurs voyages de prospection.

Plusieurs organismes fédéraux et provinciaux d'expansion commerciale peuvent vous aider à choisir une foire commerciale, à planifier et financer votre participation à celle-ci.

Visite à l'étranger

Sur le terrain, votre travail comporte aussi une visite du pays que vous avez choisi pour vérifier en personne l'exactitude du profil des marchés que vous avez établi. Votre visite vous permettra de réviser et de mettre à jour ce document important.

Sur les lieux, vous pouvez aussi trouver des réponses aux questions suivantes :

- A-t-on vraiment besoin de votre produit ou service et les désire-t-on vraiment?
- Y a-t-il sur place des importateurs prêts et disposés à accepter votre produit ou service?
- Le contexte économique, social, culturel et politique correspond-il à vos attentes?
- Existe-t-il une concurrence que vous n'aviez pas prévue et pouvez-vous y faire face?
- Devez-vous modifier votre produit ou service, ou votre stratégie de mise en marché pour obtenir l'appui du client? Dans l'affirmative, les coûts de ces changements vous permettent-ils de réaliser des profits acceptables?
- Y a-t-il des problèmes qu'il faut résoudre ou des occasions qu'il faut saisir?

Le succès dépend de votre façon d'aborder votre marché cible. C'est en exposant notre produit à l'étranger que nous avons connu le nôtre.

B.V. Knelson, président, Knelson International Sales Inc., Langley, Colombie-Britannique, lauréat en 1987 d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne

Lorsque vous décidez d'exporter pour la première fois, vous prenez une décision importante.

Plus vous vous rapprochez du moment où vous devez prendre la décision, plus vous devenez nerveux. Cela est normal. Après tout, vous quittez le milieu rassurant et familier du marché canadien pour vous lancer sur un marché étranger que vous ne connaissez pas. Vous concurrenciez des compétiteurs bien établis pour leur ravir des clients qui ne connaissent ni votre entreprise, ni vos produits, ni vos services. Il se peut que vous éprouviez un sentiment de solitude.

Mais, en réalité, vous n'êtes pas seul. Les Canadiens sont parmi les chefs de file du commerce international. Des milliers de sociétés canadiennes ont élargi leur horizon en réussissant à mener de front leurs activités au Canada et leurs ventes à l'étranger. Chacune de ces entreprises a établi des stratégies et des techniques de vente à l'étranger, et la plupart sont prêtes à transmettre leur expérience à des exportateurs novices, dans les domaines qui ne les mettent pas directement en concurrence.

Vous pouvez aussi vous joindre à un réseau de l'industrie canadienne et d'associations commerciales et professionnelles. De plus, vous pouvez avoir recours aux programmes d'expansion des exportations des gouvernements fédéral et provinciaux.

Si vous croyez ne pas disposer de temps ni de ressources financières suffisants, vous pouvez aussi faire appel aux services de maisons de commerce canadiennes. Celles-ci peuvent se charger d'exporter vos produits ou vos services.

En outre, elles sont prêtes à vous conseiller et à vous aider tout au long de votre cheminement, c'est-à-dire lorsque vous aurez à identifier les produits et les services de votre entreprise qui se prêtent à l'exportation, à prospecter les marchés d'exportation, à élaborer les plans de commercialisation, à organiser vos activités bancaires et financières et, enfin, à commencer une campagne de vente.

Votre équipe d'exportation

Dès que vous aurez commencé à consulter ces professionnels du commerce d'exportation, vous ne vous sentirez plus aussi seul. Peu d'entreprises, quelle que soit leur importance ou leur situation financière, pourraient employer à plein temps un personnel capable de fournir le genre d'aide que ces professionnels apportent à un exportateur novice. Cependant, c'est à vous, exportateur, de décider de faire appel à cette équipe. Vous êtes le capitaine et vous seul pouvez lui faire signe.

Plusieurs des membres de l'équipe d'exportation du Canada vous renseigneront globalement sur des services liés au marché tandis que d'autres vous conseilleront sur un aspect unique et précis du secteur des exportations. Pour vous permettre d'identifier et de repérer plus facilement les divers experts, nous les avons groupés sous trois grandes rubriques :

- Renseignements et aide en matière de commercialisation
- Renseignements et aide en matière de financement
- Documentation

Nous donnerons également une description concise du rôle de chaque organisme dans l'expansion du commerce d'exportation ainsi que des adresses et des numéros de téléphone et de télex.

Le succès demande patience et persévérance. Les ventes de nos produits exigent parfois beaucoup de temps. Mais nous avons été très bien conseillés par les organismes fédéraux et provinciaux à l'étranger.

L.A. Wharton, président, Westronic Inc., Calgary, Alberta, lauréat en 1987 d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne

Renseignements et aide en matière de commercialisation

Ministère des Affaires extérieures

Ministère des Affaires extérieures
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Télex : 053-3745
Télécopieur : (613) 996-9103

Le ministère des Affaires extérieures est le ministère fédéral chargé du commerce extérieur. Près d'un tiers du personnel du Ministère oeuvre à la promotion des exportations canadiennes ainsi qu'à l'établissement des politiques en matière de commerce et d'économie. L'honorable John C. Crosbie est le ministre du Commerce extérieur. Parmi les responsabilités de M. Crosbie, il y a les négociations sur le libre-échange entre le Canada et les États-Unis,

les questions concernant le commerce multilatéral (et en particulier, la Ronde Uruguay de négociations sur le commerce multilatéral dans le cadre du GATT), ainsi que les programmes et services ministériels relatifs au commerce, qui soutiennent les activités auxquelles se livrent les entreprises canadiennes en vue de promouvoir l'exportation.

Cette section vous fournira un aperçu des nombreux programmes et services du ministère des Affaires extérieures en matière de commerce.

Secteurs géographiques et administratifs à Ottawa

Le Ministère comprend cinq secteurs géographiques (Afrique et Moyen-Orient, Asie et Pacifique, Europe, Amérique latine et Antilles, et les États-Unis) et deux secteurs géographiques (Secteur de l'expansion du commerce extérieur et Secteur de la politique économique et commerciale), qui s'occupent de l'expansion du commerce ainsi que des relations économiques et commerciales.

Dans les directions du Ministère qui s'occupent de commerce, des agents commerciaux aident les exportateurs en :

- Déterminant les marchés et les secteurs d'exportation les plus prometteurs
- Aidant à préparer les visites aux marchés potentiels et en informant la mission canadienne dans ce territoire des intérêts de l'entreprise
- Arrangeant la participation à des foires commerciales à l'étranger
- Faisant participer les exportateurs aux visites d'acheteurs étrangers au Canada

Pour obtenir de plus amples renseignements sur un marché étranger particulier, communiquer avec la direction responsable de l'expansion du commerce dans le secteur géographique en question. Ces directions sont énumérées à la fin de la présente section.

Afin d'aider les exportateurs canadiens, le Ministère maintient aussi un réseau mondial de délégués commerciaux. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le rôle des délégués commerciaux, se reporter à la page 26.

La publication du Ministère intitulée *Délégués commerciaux du Canada à l'étranger* contient les adresses de toutes les missions canadiennes à l'étranger, chargées de l'expansion du commerce, de l'investissement et du tourisme. On peut s'en procurer des exemplaires en communiquant avec Info Export, sans frais, au 1-800-267-8376 (appels locaux: 993-6435) ou au bureau régional le plus proche du ministère de l'Expansion industrielle régionale (voir page 16).

Au Ministère, le Secteur de l'expansion du commerce extérieur est le centre où se déroulent les activités de promotion de l'exportation. Le Secteur administre les programmes suivants offerts par le Ministère :

- **Programme de développement des marchés d'exportation (PDME)** : programme d'aide à frais partagés qui aide les entreprises canadiennes à participer à divers types d'activités de promotion de l'exportation, ou à en entreprendre. Pour obtenir de plus amples renseignements, voir à la page 22 : «Renseignements et aide en matière de financement».

- **Programme d'apports technologiques (PAT)** : programme qui permet de favoriser l'acquisition du savoir-faire technologique étranger dont ont besoin les entreprises canadiennes pour mettre au point de nouveaux produits, procédés ou services, ou pour améliorer ceux qui existent. Pour obtenir de plus amples renseignements, écrire à la Direction des sciences, de la technologie et des communications (TTS) à l'adresse ci-dessus.
- **Le réseau mondial d'informations sur les exportations (WIN Exports)** : répertoire informatisé d'exportateurs canadiens, qui vise à aider les agents de développement du commerce dans le monde à saisir plus rapidement les occasions qui se présentent dans leur territoire. Pour obtenir de plus amples renseignements sur WIN Exports, se reporter à la page 15 de la présente section.
- **Accords sur le partage du développement industriel pour la défense et de la production de défense**: accords bilatéraux qui créent, dans le cadre de l'Infrastructure industrielle nord-américaine de défense, un milieu favorable pour les entreprises canadiennes et américaines ayant des capacités uniques de faciliter les besoins d'importation en matière de défense afin de renforcer les objectifs respectifs en matière d'acquisitions militaires. Pour obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec la Direction des États-Unis (TDU), Direction générale des programmes de défense à l'adresse ci-dessus, par télex—053-3734, ou par télécopieur—(613) 996-9265.

- **Direction générale de l'agriculture, des pêches et des produits alimentaires :** direction générale chargée de la commercialisation internationale de produits agricoles, alimentaires et de la pêche, ainsi que des aspects de la politique étrangère des activités de pêche canadiennes. Pour obtenir de plus amples renseignements, écrire à la Direction générale de l'agriculture, des pêches et des produits alimentaires (TAD), à l'adresse ci-dessus.
 - **Mois canadien de l'exportation :** activité principale de sensibilisation et de promotion du Ministère qui a lieu chaque mois d'octobre. C'est une entreprise commerciale coopérative gouvernementale qui vise à sensibiliser davantage le public à l'importance de l'exportation. Carrefour Export, une série d'activités qui ont lieu partout au Canada, réunit des gens d'affaires canadiens et des délégués commerciaux canadiens du monde entier pour discuter des possibilités du marché. Les activités du Mois canadien de l'exportation atteignent leur apogée avec la présentation des Prix d'excellence à l'exportation canadienne à un certain nombre d'entreprises canadiennes qui se sont distinguées dans le domaine de l'exportation. Pour obtenir de plus amples renseignements, écrire à la Direction de la liaison et des projets spéciaux (TPL), à l'adresse ci-dessus.
 - **Financement des exportations :** c'est l'un des facteurs clés de l'exportation à des marchés extérieurs hautement concurrentiels et de plus en plus complexes. Les exportateurs peuvent obtenir des conseils et de l'aide pour obtenir le financement nécessaire en écrivant à la Direction du financement des exportations, des projets d'équipement et des maisons de commerce (TPF).
 - **Commerce de compensation :** autre forme de financement souvent recherchée comme solution de rechange ou pour compléter un financement plus traditionnel des ventes d'exportation. Pour obtenir de plus amples renseignements sur les tendances globales du commerce de compensation ainsi que des conseils sur la manière d'aborder les conditions qui s'y rapportent, communiquer avec la Direction du financement des exportations, des projets d'équipement et des maisons de commerce (TPF), à l'adresse ci-dessus.
 - **Programme d'aide technique aux projets à frais recouvrables :** programme conçu pour fournir l'expertise du secteur public canadien aux clients étrangers sur la base du recouvrement total des coûts. Il est souvent utilisé pour soutenir les offres de projets canadiens à l'étranger. Pour obtenir de plus amples renseignements, écrire à la Direction du financement des exportations, des projets d'équipement et des maisons de commerce (TPF), à l'adresse ci-dessus.
 - **Transports :** en cas de difficultés éprouvées au cours du transport de marchandises de l'extérieur au Canada ou vice-versa par n'importe quel mode de transport, il faut les signaler à la Direction des transports (TPT). Celle-ci veille à ce que les intérêts du commerce canadien soient représentés dans les accords de transports internationaux. Pour obtenir de plus amples renseignements, écrire à la Direction des transports (TPT), à l'adresse ci-dessus.
- Le Secteur de la politique économique et commerciale est chargé d'élaborer et de mettre en application des politiques visant à favoriser les intérêts du Canada en matière d'économie, de commerce et d'aide internationaux. Le Secteur administre les programmes suivants qui intéressent les exportateurs :
- **Contrôles et permis d'exportation :** programme qui permet d'informer les exportateurs des exigences de la Loi sur les licences d'exportation et d'importation et qui traite les demandes de licences. De plus, le Secteur recommande des politiques relatives au contrôle des exportations du Canada pour des raisons de sécurité nationale, de politique extérieure ou d'approvisionnement. Pour obtenir de plus amples renseignements, écrire à la Direction du contrôle des exportations (ESE), à l'adresse ci-dessus.
 - **Contrôle des importations :** programme qui permet d'informer les importateurs des exigences en matière de licences d'importation en ce qui concerne certains articles dans les domaines du textile et du vêtement, de l'agriculture et des chaussures, et qui traite les demandes de licences. De plus, le Secteur élabore des politiques relatives aux importations de certains produits au Canada. On peut obtenir des renseignements sur les produits assujettis au contrôle des importations en écrivant à la Direction générale des relations commerciales spéciales (ESD) à l'adresse ci-dessus.

EXPERTS EN EXPORTATION

En 1985, le Ministère a établi le Programme d'aide aux nouveaux exportateurs vers les États frontaliers américains (NEBS), couronné de succès. Ce programme fournit aux entreprises qui ont commencé à exporter, une introduction aux notions fondamentales de l'exportation aux États-Unis. Le Programme est administré en collaboration avec les gouvernements provinciaux et les bureaux régionaux du ministère de l'Expansion industrielle régionale. Pour obtenir de plus amples renseignements, voir la section sur les NEBS.

Nous sommes très compétitifs sur la scène internationale. Les services du gouvernement canadien nous ont été d'un grand secours.

J.R. Den Tandt, président, Hybrid Turkeys Inc., Kitchener, Ontario, lauréat en 1987 d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne

Directions géographiques responsables du commerce à Ottawa

Afrique et Moyen-Orient

Afrique

Algérie
(613) 990-8134

Kenya, Ouganda, Éthiopie, Somalie, Comores, Djibouti, Nigeria, Ghana, Bénin, Togo, Soudan
990-6592

Maroc, Tunisie, Mauritanie, Sénégal, Gambie, Guinée, Guinée-Bissau, Cap-Vert
993-6586

Tanzanie, Zambie, Zimbabwe, Mozambique, Malawi, Botswana, Angola, Swaziland, Lesotho, Afrique du Sud, Namibie
990-6590

Gabon, Zaïre, Congo, Guinée équatoriale, Sao Tomé, (île du) Prince, Burundi, Rwanda, Madagascar, (île) Maurice, Seychelles
990-6582

Cameroun, Tchad, République Centrafricaine, Burkina Faso, Mali
993-6593

Côte d'Ivoire, Niger, Sierra Leone, Libéria
998-0396

Moyen-Orient

Libye
993-6847

Arabie Saoudite, Yémen du Nord et du Sud, États du Golfe
993-7043

Égypte, Israël, Jordanie
993-6983

Iran, Iraq, Syrie, Liban
993-6994

Asie et Pacifique

Chine
992-6129

Hong Kong
995-8744

Corée
996-7582

Laos, Kampuchéa, Vietnam
996-6987

Japon
995-1281

Indonésie, Thaïlande, Philippines, Singapour, Malaisie, Brunei
996-3667

Inde, Sri Lanka, Népal, Pakistan, Bangladesh, Birmanie, Afghanistan
996-1989

Australie, Nouvelle-Zélande, Pacifique Sud
996-1052

Renseignements sur les tarifs (Australie, Nouvelle-Zélande, Japon)
996-5945

Europe

Europe de l'Est et URSS

Albanie, Bulgarie, Tchécoslovaquie, Yougoslavie
996-6359

République démocratique allemande, Hongrie, Pologne
992-1449

Roumanie
996-6429

URSS
996-7107

Europe de l'Ouest

République fédérale d'Allemagne
996-3774

Irlande, Royaume-Uni
995-6565

Italie, Malte
995-9403

France
996-2363

Autriche, Chypre, Grèce, Portugal, Espagne
995-6440

Belgique, Luxembourg, Pays-Bas, Suisse
996-7544

Turquie
995-6439

Danemark (y compris le Groenland), Finlande, Islande, Norvège, Suède
995-4730

EXPERTS EN EXPORTATION

Renseignements sur les douanes –
R.-U., pays ne faisant pas partie de
la CÉE
995-4017

Pays faisant partie de la CÉE
992-8763

Amérique latine et Antilles

Antilles et Amérique centrale

Cuba, République Dominicaine,
Porto Rico, Haïti
996-6129

Antilles faisant partie du
Commonwealth, Bermudes, Antilles
françaises, Antilles néerlandaises,
Surinam
996-3877

Costa Rica, Guatemala, Honduras,
Panama, El Salvador, Nicaragua
996-5460

Mexique
995-0460

Amérique du Sud

Colombie
996-5548

Brésil
996-4199

Venezuela
996-5549

Pérou, Bolivie, Chili, Paraguay
996-6547

Argentine, Uruguay, Quito
995-8804

Renseignements sur les tarifs
995-8742

États-Unis

États-Unis de l'Est
993-5726

États-Unis de l'Ouest
993-7343

Expansion des investissements
993-5914

Expansion du tourisme
993-7344

Accès aux marchés
993-7484

Info Export (BTCE)

Ministère des Affaires extérieures
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Ligne réservée sans frais :
1-800-267-8376
Appels locaux : 993-6435
Télex : 053-3745
Télécopieur : (613) 996-9288

Pour la plupart des novices comme
pour les exportateurs expérimentés
qui recherchent des renseignements,
Info Export est souvent le meilleur
point de départ. Centre d'informa-
tion sur le commerce extérieur du
ministère des Affaires extérieures,
Info Export vous renseigne, sur-le-
champ, sur tous les programmes et
services à l'exportation fournis par
le gouvernement fédéral.

Info Export donne aux exporta-
teurs un aperçu du secteur des
exportations en général. Il vous aide
à trouver rapidement des réponses
ou des solutions à des questions ou
des problèmes particuliers sur
l'exportation en vous mettant en
contact avec un expert du ministère
des Affaires extérieures ou en vous
orientant vers d'autres sources
d'aide telles que le ministère de
l'Expansion industrielle régionale
(MEIR), d'autres organismes fédé-
raux, des gouvernements provinciaux
ou des associations commerciales du
secteur privé. Par l'entremise d'Info
Export, vous pouvez vous brancher
sur le réseau d'informations com-
merciales du Ministère et obtenir
des renseignements sur les marchés
les plus prometteurs pour votre pro-
duit ou service.

De plus, le Ministère publie toute
une série de documents sur le com-
merce d'exportation, y compris une
trousse d'information sur l'exporta-
tion et d'autres publications sur le
commerce.

**Programme d'aide aux nouveaux
exportateurs vers les États
frontaliers américains (NEBS)**
Direction générale de la promotion
du commerce, du tourisme et de
l'investissement avec les États-Unis
(UTD)
Ministère des Affaires extérieures
125, Promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Tél. : (613) 993-5726

Le Programme d'aide aux nou-
veaux exportateurs vers les États
frontaliers américains a été établi en
1985 pour aider les petites et les
moyennes entreprises qui n'ont pas
encore exporté mais qui désirent
acquérir, aux États-Unis, des mar-
chés dans les États frontaliers et qui
sont considérées comme prêtes à
exporter.

Administré en collaboration avec
des gouvernements provinciaux et
des bureaux régionaux du ministère
de l'Expansion industrielle régionale
(MEIR), le Programme offre aux
petites entreprises un cours intensif
sur les notions essentielles d'expor-
tation.

Les participants aux missions du Programme sont menés au bureau commercial canadien le plus proche situé de l'autre côté de la frontière avec les États-Unis et, en un jour ou deux, on leur présente toutes les phases de l'exportation : des procédures de dédouanement à l'entreposage et à la distribution des marchandises. Ils assistent à des séances d'information données par des experts des États-Unis et du Canada, tels que des représentants de fabricants, des transitaires, des courtiers en douane, des banquiers et d'autres qui connaissent, dans ses moindres détails, la vente de produits et de services canadiens aux États-Unis. De plus, les participants ont des entrevues personnelles avec un délégué commercial du bureau commercial canadien, qui peut les aider à établir une stratégie de commercialisation pour répondre à leurs besoins particuliers. La visite au consulat est une excellente occasion d'utiliser le réseau de personnes à contacter du poste pour arranger des réunions de suivi avec des représentants de fabricants et des acheteurs potentiels.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la manière de participer au Programme d'aide aux nouveaux exportateurs vers les États frontaliers américains, communiquez avec le bureau du ministère de l'Expansion industrielle régionale de votre région (voir, à la page 16, la liste des bureaux du MEIR).

Réseau mondial d'information sur les exportations (WIN Exports)

Direction de la politique, de la planification et des exportations WIN
Ministère des Affaires extérieures
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Tél. : (613) 996-7290

Le Réseau mondial d'information sur les exportations (WIN Exports) constitue le principal outil de travail utilisé par nos délégués commerciaux dans le monde entier pour repérer des sources canadiennes d'approvisionnement de biens et de services qui puissent répondre à la demande émanant des marchés étrangers où ils sont affectés.

Le répertoire informatisé d'exportateurs WIN réunit des données sur les exportateurs canadiens et les entreprises qui désirent exporter. Ces données proviennent de diverses banques de données du gouvernement fédéral dont le Réseau d'approvisionnement et de débouchés d'affaires (RADAR), administré par le ministère de l'Expansion industrielle régionale.

Les entreprises qui désirent figurer dans le répertoire WIN Exports devraient remplir un questionnaire conjoint WIN/RADAR et indiquer qu'elles désirent exporter. On peut se procurer ces formulaires en s'adressant à la Section commerce du bureau régional du ministère de l'Expansion industrielle régionale ou à WIN Exports, au ministère des Affaires extérieures, à l'adresse ci-dessus.

Banque de données sur le commerce international

Services de bibliothèque (BFL)
Ministère des Affaires extérieures
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 992-6941

La Banque de données sur le commerce international utilise les bandes informatiques des Nations-Unies pour recueillir et répertorier des statistiques sur les importations et les exportations de 66 grandes nations commerçantes et d'organismes tels que la Communauté économique européenne (CÉE) et l'Organisation de coopération pour le développement économique (OCDE). La Banque de données sur le commerce international donne les chiffres les plus récents, fournis par les pays membres et par catégorie de produits, sur la nature et le volume des importations de chaque pays, la provenance des produits importés ainsi que la nature, la quantité et la destination des produits exportés.

Autres ministères du gouvernement

Ministère de l'Expansion industrielle régionale (MEIR)

Le ministère de l'Expansion industrielle régionale (MEIR) a des bureaux dans chacune des dix provinces et dans les deux territoires. Ces bureaux constituent une ressource régionale précieuse et ont pour mandat de conseiller, d'encourager et d'aider les entreprises de la région à exploiter les possibilités des marchés internationaux. Ces bureaux sont chargés d'organiser des séminaires, des ateliers et des conférences portant sur tous les

EXPERTS EN EXPORTATION

aspects du commerce. Chaque bureau tient un registre régional des ressources d'approvisionnement et peut vous inscrire dans le Réseau d'approvisionnement et de débouchés d'affaires (RADAR). Celui-ci est une banque de données informatisée qui contient des listes de noms, d'adresses, de produits et d'autres statistiques importantes sur les entreprises de chaque région et qui met ces renseignements à la disposition des clients potentiels, locaux et étrangers.

En outre, le MEIR conseille et informe les exportateurs sur une base individuelle et aide ceux qui forment le projet de présenter leurs produits aux foires commerciales internationales. De plus, le bureau du MEIR de votre province peut vous indiquer quelle direction du Ministère, à Ottawa, est la plus compétente dans le secteur industriel associé à votre produit. Le Ministère constitue également le principal coordonnateur des programmes de promotion commerciale des gouvernements fédéral et provinciaux.

Au Canada, le MEIR a des bureaux régionaux aux adresses suivantes :

Terre-Neuve

Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
Expansion du commerce extérieur
Édifice Parsons
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
St. John's (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-5511
Télex : 016-4749

Bureaux locaux : Corner Brook
Tél. : (709) 637-4477
Happy Valley, Goose Bay, Labrador
Tél. : (709) 896-2741

Île-du-Prince-Édouard
Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
Développement
Mail Confederation Court
134, rue Kent, Bureau 400
C.P. 1115
Charlottetown
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7440
Télex : 014-44129

Nouvelle-Écosse
Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
Commerce
1496, rue Lower Water
C.P. 940, Succ. M
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-6125
Télex : 019-22525

Nouveau-Brunswick
Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
Commerce, tourisme et
développement
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-6452
Télex : 014-2200

Bureaux locaux :
Bathurst
Tél. : (506) 548-7420
Fredericton
Tél. : (506) 452-3124
Grand Falls
Tél. : (506) 473-5556

Québec

Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
Développement du commerce
international
Tour de la Bourse, bureau 3800
800, place Victoria
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-6779
Sans frais : 1-800-361-5367
Télex : 055-60768

Bureaux locaux :
Alma
Tél. : (418) 668-3084
Drummondville
Tél. : (819) 478-4664
Québec
Tél. : (418) 648-4826
Rimouski
Tél. : (418) 722-3282
Sept-Îles
Tél. : (418) 968-3426
Sherbrooke
Tél. : (819) 564-5904
Trois-Rivières
Tél. : (819) 374-5544
Val-d'Or
Tél. : (819) 825-5260

Ontario

Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
Commerce, technologie et
investissement
Édifice Dominion Public
4^e étage
1, rue Front ouest
Toronto (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-5050
Télex : 065-24378

Bureaux régionaux :
London
Tél. : (519) 679-5820
Ottawa
Tél. : (613) 993-4963
Sault Sainte-Marie
Tél. : (705) 942-1327
Sudbury
Tél. : (705) 675-0711
Thunder Bay
Tél. : (807) 623-4436

EXPERTS EN EXPORTATION

Manitoba

Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
Commerce et investissement
330, avenue Portage
Bureau 608
C.P. 981
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-6182
Télex : 07-57624

Bureau local :
Thompson
Tél. : (204) 778-4486

Saskatchewan

Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
Commerce et tourisme
105, 21^e rue
6^e étage
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 0B3
Tél. : (306) 975-5318
Télex : 074-2742

Bureaux locaux :
Prince Albert
Tél. : (306) 764-6800
Regina
Tél. : (306) 780-6108

Alberta

Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
Commerce, tourisme et petites
entreprises
Édifice Cornerpoint
Bureau 505
10179, 105^e rue
Edmonton (Alberta)
T5J 3S3
Tél. : (403) 420-2944
Télex : 037-2762

Bureau local :
Calgary
Tél. : (403) 292-4575

Colombie-Britannique

Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
Business Information
650, rue West Georgia, bureau 900
C.P. 11610
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-6256
Télex : 04-51191

Bureaux locaux :
Prince George
Tél. : (604) 561-5158
Victoria
Tél. : (604) 388-3181

Yukon

Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
108, rue Lambert
Bureau 301
Whitehorse (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655

Territoires du Nord-Ouest

Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
Édifice Precambrian
Sac postal 6100
Yellowknife
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 1C0
Tél. : (403) 920-8568

Administration centrale

Ministère de l'Expansion
industrielle régionale
235, rue Queen
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 995-5771
Télex : 053-4123
Télécopieur : (613) 954-1894

(Ces renseignements ont été fournis
par le ministère de l'Expansion
industrielle régionale.)

Initiative de diversification de l'économie de l'Ouest

Administration centrale
Édifice Cornerpoint
Bureau 604
10179, 105^e rue
Edmonton (Alberta)
T5J 3N1
Tél. : (403) 495-4164

La Diversification de l'économie
de l'Ouest est un ministère du
gouvernement fédéral dont l'admini-
stration centrale est à Edmonton.
Ce ministère a des bureaux régio-
naux à Vancouver, Saskatoon et
Winnipeg.

Le Ministère gère le Fonds de
diversification de l'économie de
l'Ouest qui, notamment, aide les
entreprises individuelles dans le
domaine des activités commerciales
et de commercialisation. De plus, le
Fonds aide les entreprises à mener
des campagnes de commercialisation
à l'échelle de l'industrie. Tous les
secteurs sont admissibles.

Par ailleurs, le Ministère offre
aux entreprises un service d'«explo-
ration» dans l'ensemble du gouver-
nement pour s'assurer que les
entreprises canadiennes de l'Ouest
tirent entièrement profit de l'aide et
des programmes fédéraux existants.
Le Fonds de diversification de
l'économie de l'Ouest peut servir à
compléter ces programmes, s'il y a
lieu.

On peut téléphoner aux bureaux
de la Diversification de l'économie
de l'Ouest aux numéros suivants :
Vancouver (Colombie-Britannique)
(604) 666-6256; Saskatoon (Saskatche-
wan) (306) 975-4373; Winnipeg
(Manitoba) (204) 983-4472.

(Ces renseignements ont été fournis
par le Bureau de la diversification
de l'économie de l'Ouest.)

Corporation commerciale canadienne (CCC)

Administration centrale
Metropolitan Centre, 11^e étage
50, rue O'Connor
Ottawa (Ontario)
K1A 0S6
Tél. : (613) 996-0034
Télex : 053-4359

Société d'État, la Corporation commerciale canadienne (CCC) relève du ministre du Commerce extérieur. Elle joue le rôle de principal mandataire lorsque les gouvernements étrangers et les organismes internationaux désirent acheter des produits et des services d'origine canadienne par le biais d'accords intergouvernementaux.

En réponse à ces demandes, la CCC trouve des fournisseurs canadiens, obtient des soumissions pour les fournisseurs et atteste la capacité des entreprises à répondre à la demande. En plus de participer aux négociations, la Corporation poursuit le projet depuis sa phase initiale jusqu'à sa phase finale : administration, vérification, acceptation des contrats, expédition des marchandises, paiement des fournisseurs et recouvrement des comptes clients. Elle facilite la tâche des exportateurs canadiens et encourage souvent les clients étrangers à traiter avec des entreprises plus petites ou bien moins connues, grâce à son rôle et à la garantie que leur offre un accord intergouvernemental.

(Ces renseignements ont été fournis par la Corporation commerciale canadienne.)

Statistique Canada

Section de l'information
Division du commerce international
9^e étage
Section A2
Immeuble Jean-Talon
Parc Tunney
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6
Tél. : (613) 951-9647
Télex : 053-3585
Télécopieur : (613) 952-1251

Statistique Canada prépare et publie une foule de données statistiques susceptibles d'intéresser les exportateurs, et peut également fournir des données non publiées pour répondre aux besoins de certains utilisateurs. La bibliothèque de Statistique Canada possède une riche collection de rapports sur le commerce extérieur et d'autres publications commerciales reçues de l'étranger. En outre, les bureaux régionaux de Statistique Canada et les bibliothèques locales contiennent des rapports et des renseignements statistiques fort utiles.

(Ces renseignements ont été fournis par Statistique Canada.)

Gouvernements provinciaux

N'oubliez pas de communiquer avec le ministère responsable du commerce dans votre province ou territoire, qui pourra vous rendre de nombreux et précieux services. Vous trouverez ci-dessous la liste des bureaux centraux des divers ministères et organismes. Dans bien des cas, ceux-ci ont aussi des bureaux situés partout dans la province. Consultez l'annuaire téléphonique ou l'agent commercial à l'administration centrale pour obtenir l'adresse du bureau régional le plus proche. Il est à noter que certains gouvernements provinciaux ont, partout dans le monde, des représentants commerciaux qui peuvent vous aider.

Voici la liste des ministères et organismes des gouvernements provinciaux avec lesquels vous pouvez communiquer partout au Canada :

Terre-Neuve

Trade and Investment
Department of Development and Tourism
C.P. 4750
St. John's (Terre-Neuve)
A1C 5T7
Tél. : (709) 576-2781
Télex : 016-4949
Télécopieur : (709) 576-3627

Île-du-Prince-Édouard

Marketing Division
Prince Edward Island
Development Agency
First Avenue
West Royalty Industrial Park
Charlottetown
(Île-du-Prince-Édouard)
C1E 1B0
Tél. : (902) 566-4222
Télex : 014-44109
Télécopieur : (902) 566-4030

EXPERTS EN EXPORTATION

Nouvelle-Écosse

Market Development Centre
Department of Industry,
Trade and Technology
World Trade and Convention Centre
1800, rue Argyle
C.P. 519
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2R7
Tél. : (902) 424-4242
Télex : 019-22548
Télécopieur : (902) 424-5739

Nouveau-Brunswick

Services de l'expansion du
commerce
Ministère du Commerce et de la
technologie
Édifice Centennial
C.P. 6000
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
E3B 5H1
Tél. : (506) 453-2875
Télex : 014-46100
Télécopieur : (506) 454-8410

Québec

Ministère du Commerce extérieur et
du Développement technologique
770, rue Sherbrooke ouest
7^e étage
Montréal (Québec)
H3A 1G1
Tél. : (514) 873-5575
(Biens industriels)
(514) 873-7266
(Biens de consommation)
Télex : 055-61760
Télécopieur : (514) 873-4230

Ontario

Direction de la commercialisation à
l'étranger
Ministère de l'Industrie, du
Commerce et de la Technologie
5^e étage, Hearst Block
Queen's Park
900, rue Bay
Toronto (Ontario)
M7A 2E1
Tél. : (416) 963-2501
Télex : 06-219786
Indicatif : TRADINTOR
Télécopieur : (416) 963-1526

Manitoba

Direction du Commerce
Ministère de l'Industrie,
du Commerce et de la Technologie
4^e étage
155, rue Carlton
Winnipeg (Manitoba)
R3C 3H8
Tél. : (204) 945-3172
Télex : 075-87833
Télécopieur : (204) 945-2775

Saskatchewan

Trade Promotion Branch
Department Development
and Investment
Édifice Bank of Montreal
2103, 11^e avenue
Regina (Saskatchewan)
S4P 3V7
Tél. : (306) 787-2222
Télex : 071-2675
Télécopieur : (306) 787-2198

Alberta

Trade Development Division
Department of Economic
Development and Trade
Place Sterling, 11^e étage
9940, 106^e rue
Edmonton (Alberta)
T5K 2P6
Tél. : (403) 427-4809
Télex : 037-2197
Télécopieur : (403) 427-0610

Colombie-Britannique

International Marketing Branch
Ministry of Economic Development
750, boulevard Pacifique Sud
C.P. 19
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 5E7
Tél. : (604) 660-3935
Télex : 04-55459
Télécopieur : (604) 660-2457

Yukon

Department of Economic
Development
Mines and Small Business
C.P. 2703
Whitehorse (Yukon)
Y1A 2C6
Tél. : (403) 667-5466
Télex : 036-8260
Télécopieur : (403) 667-3518

Territoires du Nord-Ouest

Trade and Investment
Business Development Division
Department of Economic
Development
and Tourism
C.P. 1320
Yellowknife
(Territoire du Nord-Ouest)
X1A 2L9
Tél. : (403) 873-7381/873-7229
Télex : 034-45531
Télécopieur : (403) 873-0101

Associations

Association des exportateurs canadiens (AEC)

99, rue Bank
Bureau 250
Ottawa (Ontario)
K1P 6B9
Tél. : (613) 238-8888
Télex : 053-4888
Télécopieur : (613) 563-9218

L'Association des exportateurs canadiens (AEC) est un organisme national privé, à but non lucratif, qui s'occupe d'encourager et de promouvoir les exportations canadiennes depuis 1943. L'Association compte comme membres quelque mille entreprises canadiennes (petites, moyennes et grandes), qui proviennent de tous les secteurs de l'industrie et s'intéressent aux marchés des exportations.

L'AEC fournit aux gens d'affaires des occasions de se réunir et d'échanger des idées avec des collègues dans la communauté d'exportation. Elle le fait au moyen d'un réseau de comités qui s'occupent d'activités allant du financement des exportations aux transports, et de réunions régulières des sections locales partout au pays. De plus, les exportateurs sont tenus au courant des développements importants qui touchent leur entreprise à l'aide de bulletins et de colloques éducatifs traitant de sujets qui vont des contrôles de l'exportation aux possibilités de commercialisation. Cela est complété par des services d'experts qui, faisant partie du personnel, peuvent résoudre des problèmes et offrir des services relatifs aux documents d'exportation, un Centre d'information sur le commerce de compensation et un service de consultation en matière d'aide aux exportateurs canadiens.

Programme d'aide aux exportateurs canadiens (PAEC)

L'Association des exportateurs canadiens met en oeuvre un programme qui sert à mettre à la disposition de la communauté d'exportation, l'expérience et la compétence de personnes versées dans les activités d'exportation. Ce savoir-faire sera à la disposition de n'importe quelle entreprise; toutefois, la priorité sera accordée aux membres de l'Association.

L'AEC dressera une liste informatisée de personnes qualifiées pour ce programme. Ce groupe sera composé en grande partie, mais pas exclusivement, d'anciens chargés de missions canadiens, de délégués commerciaux, d'experts en promotion et en politiques commerciales, d'experts industriels et de gestionnaires de l'exportation du secteur privé.

Seuls les noms de membres de l'AEC figureront sur la liste. Au moyen du réseau d'information de l'AEC, ceux-ci seront tenus au courant des développements dans le domaine du commerce extérieur et des affaires économiques. Ils devront posséder au moins 10 ans d'expérience établie dans le domaine du commerce extérieur ainsi que des références pour montrer qu'ils sont respectés dans ce domaine.

Les exportateurs qui désirent obtenir de l'aide, à temps partiel ou à plein temps, peuvent trouver, au moyen de la base de données informatisée de l'Association des exportateurs canadiens, des personnes qui connaissent bien des marchés particuliers, des questions de politique, des industries, etc. Ce service sera précieux, en particulier pour les petites et moyennes entreprises qui ont besoin de savoir-faire particulier en matière d'exportation.

(Ces renseignements ont été fournis par l'Association des exportateurs canadiens.)

Association canadienne des manufacturiers (ACM)

Expansion du commerce
1, rue Yonge
Bureau 1400
Toronto (Ontario)
M5E 1J9
Tél. : (416) 363-7261
Télex : 065-24693

L'Association canadienne des manufacturiers (ACM), dont le siège social est à Toronto, compte sept divisions régionales, 22 succursales et 11 bureaux au Canada.

Depuis plus d'un siècle, les entreprises membres comptent sur les renseignements et les services fournis par l'ACM pour devenir plus concurrentielles sur les marchés mondiaux.

L'ACM publie, entre autres, le *World Trade News* mensuel, le *Canadian Trade Index* (Index commercial canadien) annuel ainsi qu'un guide d'exportation mis à jour et révisé, intitulé *Understanding Exports*.

Dans le domaine des activités relatives au commerce extérieur, l'ACM a signé des accords de coopération avec ses homologues au Mexique, en Inde et en Thaïlande. D'autres accords vont suivre. Les membres de l'ACM participent à des missions commerciales qui se terminent par des ventes d'exportation couronnées de succès, des contrats à long terme, des accords d'établissement d'agences, des entreprises en coparticipation et des accords d'octroi de licences.

L'ACM exerce les fonctions de secrétariat de la Fédération des manufacturiers canadiens au Japon, dont l'objet est d'aider les fabricants canadiens à pénétrer le marché japonais. Dans le domaine de l'expansion des exportations, les membres de l'ACM bénéficient des éléments suivants :

- Des renseignements sur les marchés, les commerces, les tarifs extérieurs, les douanes, les documents, les programmes et les services gouvernementaux, les crédits à l'exportation, l'assurance, les finances, les expositions internationales, les foires et les missions commerciales
- La liaison avec le gouvernement
- Des colloques sur l'exportation, des programmes continus portant sur les procédures et les techniques de faire affaire avec l'étranger
- Des cours sur les principes et les pratiques d'établissement de documents relatifs à l'exportation

(Ces renseignements ont été fournis par l'Association canadienne des manufacturiers.)

Chambre de commerce du Canada
Siège social
Division des affaires internationales
55, rue Metcalfe
Bureau 1160
Ottawa (Ontario)
K1P 6N4
Tél. : (613) 238-4000
Télex : 053-3360
Télécopieur : (613) 238-7643

La Chambre de commerce du Canada et plusieurs chambres de commerce locales organisent une série d'activités en vue de promouvoir le commerce canadien. Ce sont, notamment, des colloques et

des conférences qui traitent de marchés particuliers, des services relatifs aux documents requis pour les exportations et des programmes qui mettent en présence des entreprises canadiennes et des acheteurs étrangers. La Chambre administre également une série de conseils commerciaux bilatéraux et régionaux ainsi qu'un bureau du commerce canadien à Taipei, Taïwan, qui est la seule représentation commerciale permanente sur ce marché. *(Voir également Chambre de commerce du Canada sous la rubrique Documentation dans la présente section.)*

(Ces renseignements ont été fournis par la Chambre de commerce du Canada.)

Fédération des clubs d'exportation Canada
67, rue Yonge
Bureau 1402
Toronto (Ontario)
M5E 1J8
Tél. : (416) 364-4112
Télex : 065-28048

Les clubs d'exportation sont des associations de gens d'affaires indépendants qui tiennent régulièrement des réunions non formelles pour discuter de divers aspects du commerce extérieur. Les clubs constituent un lieu où les exportateurs et les exportateurs potentiels partagent leur expérience en matière d'exportation et obtiennent des renseignements susceptibles de les aider à atteindre leurs objectifs en matière d'exportation.

Au Canada, les clubs d'exportation se divisent en deux catégories : (1) les clubs d'exportation «indépendants» (autonomes), dont les membres se composent de gens d'affaires qui ne dépendent pas de chambres de commerce locales; (2) les clubs d'exportation «en coparticipation», dont les membres se composent d'entreprises qui sont aussi membres des chambres de commerce locales.

Les activités des clubs d'exportation «indépendants» et «en coparticipation» sont coordonnées par la Fédération des clubs d'exportation Canada, organisme à but non lucratif, à charte fédérale, fondé en 1982, qui a pour objet de sensibiliser le public au commerce extérieur.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les clubs d'exportation locaux, communiquez avec la Fédération des clubs d'exportation Canada, à l'adresse ci-dessus.

(Ces renseignements sont extraits du *Canadian Exporter's Handbook 1987-88*, publié par la Fédération des clubs d'exportation Canada.)

Conseil canadien des maisons de commerce
99, rue Bank
Bureau 250
Ottawa (Ontario)
K1P 6B9
Tél. : (613) 238-8888
Télex : 053-4888
Télécopieur : (613) 563-9218

Pour les entreprises qui songent pour la première fois à se lancer dans l'exportation, une maison de commerce peut constituer un excellent point de départ. Celle-ci peut vous tenir lieu de section de l'exportation ou fournir n'importe lequel des services connexes dont vous auriez besoin pour élaborer votre stratégie d'exportation.

Le Conseil canadien des maisons de commerce est une association nationale de maisons de commerce canadiennes, constituée sous l'égide de l'Association des exportateurs canadiens. Les membres doivent satisfaire à certains critères rigoureux d'accréditation axés sur l'expérience, la compétence et la fiabilité. Le Conseil recommande aux utilisateurs éventuels certaines maisons de commerce accréditées et leur fournit de la documentation pour les aider à choisir la maison de commerce appropriée ainsi qu'à mieux bénéficier des avantages qu'elle peut offrir. En outre, le Conseil organise, partout au Canada, des séminaires visant à mieux faire connaître les maisons de commerce canadiennes en tant qu'outils d'exportation supplémentaires, notamment dans le cas des exportations outre-mer.

(Ces renseignements ont été fournis par le Conseil canadien des maisons de commerce.)

Association des transitaires internationaux canadiens Inc.

C.P. 787

Station A

Toronto (Ontario)

M5W 1G3

Tél. : (416) 252-7321

Télex : 06-967666

Télécopieur : (416) 259-0616

L'Association, fondée en septembre 1948, représente actuellement plus de 100 transitaires internationaux dont le siège social se trouve au Canada. Cette association nationale a pour rôle principal de permettre à la profession d'atteindre plus facilement les objectifs qui profiteront à la profession et à sa clientèle. Parmi les activités de l'Association, on compte un programme d'éducation à l'échelle

nationale, l'établissement de conditions de commerce normalisées et des modifications apportées aux règlements de l'Association afin que ceux-ci exigent que l'assurance-responsabilité légale minimale comprenne l'indemnité professionnelle ou les «erreurs et omissions».

Les membres de l'Association fournissent à l'exportateur et à l'importateur novice ou expérimenté une source unique de savoir-faire concernant tous les aspects des transports et des services connexes, y compris l'emballage à l'exportation, l'assurance maritime, les documents, le regroupement, le dégroupement, le transport routier, le transport ferroviaire, les projets «clés en main» ainsi que les analyses de coûts et d'acheminement, pour ne mentionner que quelques-uns des services offerts.

On peut obtenir une liste complète des membres, les règlements et les conditions normalisées de l'Association en communiquant avec le Secrétariat national à l'adresse de Toronto.

L'Association des transitaires internationaux canadiens Inc. (ATICI) représente des professionnels dans le domaine de l'expédition de marchandises à l'étranger. Quels que soient vos besoins en matière de transports, les membres de l'Association sont en mesure de vous aider.

(Ces renseignements ont été fournis par l'Association des transitaires internationaux canadiens Inc.)

Renseignements et aide en matière de financement

Programme de développement des marchés d'exportation (PDME)

REMARQUE : Pour obtenir de plus amples renseignements sur le PDME, communiquer avec la Direction des programmes d'exportation du ministère des Affaires extérieures au numéro (613) 996-8708 ou le bureau régional du MEIR le plus proche (voir la liste à la page 16.)

Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) du ministère des Affaires extérieures offre de l'aide financière aux sociétés canadiennes qui veulent intensifier leurs efforts d'exportation, en partageant les coûts rattachés à ceux-ci. Il vise en outre à encourager les entreprises qui n'ont encore jamais exporté à le faire, et les exportateurs actuels à étendre leurs activités à de nouveaux marchés.

Administré et mis en oeuvre conjointement par le ministère des Affaires extérieures et le MEIR, le PDME fonctionne de plusieurs façons, chacune conçue pour permettre un partage des coûts jusqu'à concurrence de 50 p. 100, selon les circonstances particulières qui peuvent se présenter au moment de la mise en place ou de l'expansion des activités d'exportation.

Le PDME peut aider les exportateurs canadiens de plusieurs façons, dont les suivantes :

- Appels d'offres pour des projets particuliers—partage des coûts reliés à la participation à des appels d'offres à l'extérieur du Canada

- Voyages de prospection des marchés—aide aux entreprises canadiennes pour explorer de nouveaux marchés ou pour accueillir des acheteurs étrangers
- Participation à des foires commerciales à l'étranger—aide pour participer à des foires commerciales à l'étranger
- Consortium d'exportations—aide à des sociétés canadiennes pour qu'elles augmentent leurs ventes à l'exportation en formant des consortiums permanents d'exportation
- Soutien à l'expansion des exportations—aide aux exportateurs canadiens pour qu'ils établissent, sur place, des installations d'appui à leurs exportations sur des marchés à l'extérieur de l'Amérique du Nord

En plus de soutenir les entreprises dans les activités décrites ci-dessus, qui sont surtout des initiatives du secteur privé, le ministère des Affaires extérieures dirige, par l'intermédiaire du PDME, un programme de missions et de foires commerciales. Ce programme permet de partager avec les entreprises les frais liés à leur participation, à titre d'exposants au stand canadien, aux foires commerciales qui se tiennent à l'extérieur du Canada. En outre, le Ministère parraine des délégations de gens d'affaires canadiens qui se rendent à l'étranger pour une visite de prospection des marchés, et accueille des délégations de gens d'affaires et de représentants de gouvernements étrangers qui viennent au Canada et qui peuvent influencer sur les ventes à l'exportation.

Si vous désirez participer à ces activités parrainées par le gouvernement, informez-en le bureau régional (commerce) du MEIR ou la direction responsable de l'expansion du commerce dans le secteur géographique qui vous intéresse, au ministère des Affaires extérieures. Appelez le ministère des Affaires extérieures au 1-800-267-8376 et l'on vous indiquera la direction géographique qui vous concerne.

Société pour l'expansion des exportations (SEE)

151, rue O'Connor
C.P. 655
Ottawa (Ontario)
K1P 5T9
Tél. : (613) 598-2500
Télex : 053-4136
Télécopieur : (613) 237-2690

La Société pour l'expansion des exportations (SEE), une société d'État fédérale sous la direction du ministre du Commerce extérieur, offre toute une gamme de services de financement, d'assurance et de garantie aux exportateurs canadiens de n'importe quelle taille, par l'entremise de ses bureaux situés partout au Canada.

La SEE a des programmes d'assurance à l'exportation qui ont pour objet de vous protéger contre les versements en souffrance de la part d'acheteurs étrangers, de protéger vos investissements outre-mer, de protéger les fournisseurs canadiens contre les versements en souffrance de la part d'exportateurs canadiens et de protéger les membres d'un consortium d'exportations canadien contre une perte causée par un partenaire qui n'a pas exécuté sa part des travaux.

Dans le cadre du financement à l'exportation, la SEE accorde des prêts aux acheteurs étrangers pour que ceux-ci puissent acquérir des produits et des services canadiens, et elle vous paye, à vous l'exportateur, directement en espèces. De plus, la Société facilite aux exportateurs l'obtention de soutien financier du secteur privé en fournissant des garanties sur prêts ainsi que des garanties de cautionnement et d'exécution, ce qui élimine les risques pour l'établissement financier qui fournit le soutien direct.

Pour obtenir de plus amples renseignements, communiquer avec le bureau de la SEE le plus proche aux numéros suivants :
Halifax (902) 429-0426; Montréal (514) 828-1881; Ottawa (613) 598-2992; Toronto (416) 364-0135; London (519) 679-6523; Winnipeg 1-800-661-8638 (appels du Manitoba et de la Saskatchewan seulement); Calgary (403) 294-0928; et Vancouver (604) 688-8658.

(Ces renseignements ont été fournis par la Société pour l'expansion des exportations.)

Agence canadienne de développement international (ACDI)

Division de la coopération industrielle

5^e étage

200, promenade du Portage
Hull (Québec)

K1A 0G4

Tél. : (819) 997-7901

Télex : 053-4140

Télécopieur : (819) 953-5024

L'Agence canadienne de développement international (ACDI) administre le programme officiel canadien d'aide au développement international dans près de 100 pays. Entre autres programmes bilatéraux, le Programme de coopération industrielle de l'ACDI aide les exportateurs canadiens à trouver de nouveaux débouchés dans les pays en développement en appuyant les initiatives prises par les entreprises canadiennes en vue d'éventuelles opérations d'investissement, de coentreprises et de transferts de technologies éprouvées sur les marchés en expansion de l'Asie, de l'Amérique latine, des Antilles, de l'Afrique et du Moyen-Orient.

Le Programme de coopération industrielle de l'ACDI soutient les efforts des pays en développement pour parvenir à l'autosuffisance en encourageant le secteur privé canadien à participer à leur croissance industrielle. Le Programme offre des avantages financiers aux entreprises canadiennes qui veulent mettre au point une stratégie à long terme de coopération commerciale et entreprendre des études exploratoires dans les pays en développement. Au moment d'établir les contacts nécessaires et de chercher

les débouchés, une aide est aussi accordée par le biais de visites à l'étranger et d'exposés. Pour être admissibles aux programmes d'aide de l'ACDI, les propositions doivent démontrer clairement que le projet aura des avantages économiques et industriels à la fois pour le Canada et pour le pays hôte. Le Canada peut bénéficier d'ententes de ce genre par la vente de matériel, de pièces détachées, de services, etc., et le pays hôte, par l'apport d'une nouvelle technologie, la création d'emplois, l'expansion de son commerce et des économies de devises étrangères.

(Ces renseignements ont été fournis par l'Agence canadienne de développement international.)

Banques à charte canadiennes

Les banques peuvent prêter aux exportateurs les sommes dont ils ont besoin pour leurs affaires et leur fournir de nombreux autres services bancaires. La section internationale de la Banque peut vous conseiller sur les opérations de change et sur les meilleures conditions et modes de paiement. Par l'entremise de ses succursales et de ses correspondants à l'étranger, elle peut vous conseiller sur place et vous fournir des services bancaires dans le pays où vous faites affaire. La plupart des grandes banques ont des contacts dans le monde entier et peuvent fournir aux exportateurs toute une gamme de publications, de renseignements utiles et d'autres formes d'aide.

Documentation

Il est essentiel que vous utilisiez les documents appropriés pour expédier vos marchandises à l'étranger. À cet égard, les exigences sont parfois complexes et varient d'un pays à l'autre.

Un transitaire compétent peut vous indiquer quels sont les documents dont vous aurez besoin pour expédier vos produits. Une fois en possession des renseignements requis, le transitaire remplira les documents d'expédition. Vous pouvez également obtenir l'aide des agents de tarifs des directions générales géographiques du ministère des Affaires extérieures. Ces agents peuvent aussi vous renseigner sur les règlements d'accès, les tarifs, les quotas, etc. qui s'appliquent dans divers pays. De plus, l'Association des exportateurs canadiens offre des services de certification de documents commerciaux et conseille sur ce qui est requis.

Chambre de commerce du Canada

(Voir également Chambre de commerce du Canada dans les pages précédentes de la présente section.)

C'est à la Chambre de commerce du Canada que l'on peut se procurer le précieux Carnet de passage en douanes pour l'admission temporaire. Un carnet est un document commode des douanes, conçu pour simplifier et rationaliser les procédures douanières. Il énumère les marchandises que vous voulez introduire dans un ou des pays que vous allez visiter. Ce «passeport de marchandises» est idéal pour des échantillons commerciaux, du matériel professionnel, des produits d'exposition, etc.

EXPERTS EN EXPORTATION

Un carnet est valide pour un an à partir de la date de son établissement; cette période de validité ne peut être prolongée. Tous les articles couverts par un carnet doivent être retournés au Canada avant la date d'expiration. Un dépôt de sécurité de 40 p. 100 de la valeur totale des marchandises plus un droit sont exigés pour chaque carnet établi.

Les bureaux Carnet Canada sont situés à Ottawa (613) 238-4000; Toronto (416) 868-6415; Montréal (514) 866-4334; Vancouver (604) 641-1256.

On peut se procurer des certificats d'origine et autres attestations qui sont souvent requises par les pays importateurs, auprès de la Chambre de commerce du Canada ainsi que de nombreuses chambres de commerce locales un peu partout au Canada.

Les délégués commerciaux canadiens vivent et travaillent à Oslo et à Buenos Aires, à Beijing et à Buffalo, en fait, dans 102 villes partout dans le monde. Un délégué commercial canadien, qui est membre d'un important réseau d'experts en commerce, a pour fonction principale d'aider des exportateurs comme vous à faire leurs débuts ou à accroître la vente de leurs produits et de leurs services sur les marchés extérieurs. Le délégué commercial canadien est un fonctionnaire du ministère des Affaires extérieures, qui travaille en votre nom dans les pays du monde entier.

Vous avez tout avantage à ce que les délégués commerciaux soient au courant de vos activités d'exportation sur chacun de vos marchés extérieurs. Voici quelques conseils qui vous aideront à vous préparer avant de communiquer avec un délégué commercial. Vous devriez fournir, à l'avance, au délégué commercial les renseignements suivants :

- Un résumé des activités de votre compagnie
- Vos antécédents d'exportateur
- Une description précise de votre produit ou service
- Les principaux atouts de votre produit ou service pour la vente
- Le genre de distributeur ou de représentant qu'il vous faut
- L'horaire provisoire de votre voyage
- Des lettres de présentation ou des demandes de rendez-vous destinées à des représentants ou à des acheteurs éventuels
- Cinq à 10 exemplaires de vos catalogues

Votre délégué commercial vous aidera à déterminer :

- Les possibilités d'importation de votre produit ou service sur le marché visé
- Les voies de distribution normales pour votre produit ou service
- Si votre produit est en concurrence avec des produits locaux ou importés
- Les pratiques d'achat sur place
- Le genre et la qualité des services d'appoint disponibles sur le marché : services bancaires, d'expédition et d'entreposage
- Les politiques d'importation et les restrictions
- Les modes de soumission
- Les caractéristiques sociales, culturelles, commerciales et politiques qui influent sur les ventes

Le Canada a certainement les meilleurs conseillers commerciaux au monde! Nous avons souvent recours à eux!

G.B. Champagne, président, Exeltor Inc., Bedford, Québec, lauréat en 1987 d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne

Lorsque vous aurez terminé vos projets de commercialisation et que vous aurez informé le délégué commercial de vos intentions, il ou elle pourra vous aider à la mise en marché de votre produit en :

- Recrutant et en vous recommandant des représentants sur place et en accordant la préférence à ceux qui s'intéressent à votre produit ou service. (Vous avez tout avantage à demander l'avis du délégué

commercial avant de nommer des représentants. Les lois locales sont différentes des pratiques canadiennes et, dans certains pays, changer un représentant qui ne donne pas satisfaction peut être très difficile, souvent coûteux et parfois impossible.)

- Vous recommandant des services de traduction, des services juridiques ou de publicité et d'autres services d'appoint
- Organisant les réunions qui auront lieu au cours de vos prochains voyages d'affaires
- Fournissant sur le champ des renseignements sur les droits, les taxes et le change, et en vous aidant à résoudre les problèmes qui peuvent se poser
- Vous aidant à déterminer pourquoi un compte est en souffrance et, s'il y a lieu, en vous conseillant sur les procédures appropriées pour recouvrer celui-ci
- Gardant le contact avec votre représentant, en l'aidant et en l'encourageant au besoin

— Votre délégué commercial... —

Le délégué commercial est là pour observer et écouter à votre place et, souvent, il vous fournit une aide fort appréciable sur un marché qui ne vous est pas familier.

Peut faire la promotion de votre entreprise auprès de clients locaux

Peut vous recommander des experts pour vous aider à négocier un contrat

Peut vous aider à trouver de bons traducteurs et interprètes

Peut vous aider à choisir des représentants efficaces

Peut rester en liaison avec vos représentants et les encourager

Peut vous conseiller sur le règlement des comptes en souffrance

Peut vous conseiller dans des situations et des circonstances qui influent sur votre voyage vers un pays et à l'intérieur de celui-ci

Ne peut pas clore la vente de votre produit ou service à votre place

Ne peut pas être présent à toutes vos négociations lorsque vous concluez une vente

Ne peut pas être votre traducteur ou interprète

Ne peut pas être votre représentant

Ne peut ni former ni superviser vos représentants

Ne peut pas percevoir les comptes en souffrance pour vous

Ne peut pas être votre agent de voyage

En tant que personne d'affaires dont le commerce est couronné de succès, vous possédez de l'expérience dans les domaines de la vente et de la commercialisation de vos produits ou services au Canada. Cette section traite des différences, dont certaines sont évidentes et d'autres pas, entre la vente sur le marché local et la vente à l'étranger.

Dans cette section, les conseils sont fondés sur l'expérience passée de gens d'affaires confirmés, alors que ceux-ci faisaient encore leurs débuts sur les marchés d'exportation. Ils sont fondés sur leurs essais et sur leurs erreurs. La liste est loin d'être exhaustive. Toutefois, cette section vous fournit une liste partielle de ce que vous savez déjà, mais qui pourrait vous échapper dans votre empressement à exporter.

Communications avec l'étranger

Que ce soit par téléphone, télex, télégramme, télécopieur ou courrier, la langue est, dans tous les cas, le moyen de communication. Autant que possible, employez la langue de votre correspondant; c'est une question de courtoisie et cela vous permettra de communiquer plus facilement avec votre client. Si vous devez utiliser l'anglais ou le français, soyez clair, simple et direct. Évitez les expressions idiomatiques, familières et populaires nord-américaines.

L'acheminement de la lettre, qui est le mode le plus ancien de communication à distance, peut être lent, mais les lettres sont un mode de communication sûr. Elles permettent de conserver sous forme permanente et tangible des communications qui ont eu lieu entre l'expéditeur et le destinataire. Toutes les

fois que vous le pouvez, communiquez par lettre et confirmez par écrit les ententes et les décisions formulées au téléphone. Les règles habituelles de correspondance commerciales suivies au Canada s'appliquent aux communications avec l'étranger. Voici quelques conseils :

- Votre papier à en-tête doit indiquer clairement la raison sociale, l'adresse et le code postal, les numéros de téléphone et de télex de votre entreprise ainsi que le mot Canada
- Si vos en-têtes de lettres donnent une liste de toutes les succursales de votre entreprise au Canada, précisez clairement l'adresse à laquelle la réponse devrait être envoyée
- Si vous ne voulez pas que votre lettre soit envoyée par bateau, n'oubliez jamais de coller une étiquette «par avion» lorsque les lettres sont destinées à l'étranger
- Signez toujours vos lettres personnellement (et lisiblement); vos clients étrangers veulent savoir à qui ils ont affaire
- Si vos voyages d'affaires vous retiennent en dehors du bureau pendant de longues périodes, confiez à quelqu'un la tâche de répondre au courrier reçu en votre absence

Télex, télégramme, télécopieur

Lorsque vous communiquez par télex, télégramme ou télécopieur, veuillez prendre note de ce qui suit.

Résistez à la tentation d'utiliser un style télégraphique pour économiser quelques sous. Ce que vous économisez en frais de transmission sera sans commune mesure avec le coût de malentendus éventuels. Votre message doit être simple—c'est plus sûr et moins cher à long terme.

Comme pour les appels téléphoniques, il faut toujours envoyer par la poste une copie du télex, du télégramme et des messages de télécopieur. Elle servira, aux deux parties, de confirmation et de rappel.

La combinaison d'objectifs clairs, avec une équipe compétente et motivée nous a permis de faire ce que nous avons fait.

Claude Castonguay, président du conseil, président et chef de la direction, le groupe La Laurentienne

Appels téléphoniques outre-mer

Lorsque vous faites des appels téléphoniques outre-mer, il vous arrivera souvent de tomber sur des interlocuteurs qui ne parlent ni l'anglais ni le français. Parlez lentement et clairement (mais ne prenez pas de ton condescendant) et utilisez seulement le vocabulaire courant. Vous pouvez modifier votre niveau de langue selon celui que vous percevez chez votre interlocuteur.

Documents publicitaires et de promotion

Le succès d'un produit ou d'un service sur les marchés internationaux dépend essentiellement des documents publicitaires et de promotion. L'exportateur doit accorder une attention particulière aux publications et aux brochures qui accompagnent et décrivent son produit.

- Assurez-vous que la documentation actuelle qui accompagne le produit ou le service s'adapte aussi bien aux marchés étrangers

qu'aux marchés intérieurs. Au lieu d'avoir des documents publicitaires et des catalogues en anglais, français et espagnol, les trois langues les plus utilisées dans les échanges commerciaux, certaines entreprises font imprimer des documents trilingues, ce qui revient moins cher.

- Les photographies et les illustrations du produit ou du service et de leur application doivent être suffisamment nombreuses et en couleur. Cela vous épargnera de longues descriptions (et leur traduction).
- Ne lésinez pas sur la traduction. Engagez les meilleurs traducteurs. Une langue maladroite peut donner lieu à des malentendus et pourrait faire croire aux clients que vos produits et vos services sont peu soignés.
- Faites examiner toutes les traductions faites au Canada par un expert dans le pays de destination. Assurez-vous qu'elles reflètent les usages linguistiques les plus récents.
- Examinez attentivement la signification et l'accessibilité d'une marque de commerce ou d'un logo dans la langue du pays. Assurez-vous que ceux-ci ne contiennent ni de connotations négatives ni de connotations humoristiques par mégarde.

Il faut savoir rendre ses erreurs fructueuses.

Bernard Lamarre, président, Lavalin Inc.

- Assurez-vous que les couleurs utilisées dans les documents publicitaires sont conformes aux préférences et aux goûts locaux.
- Le système métrique est utilisé dans la plupart des pays. Toutes les

dimensions de vos produits devraient donc être exprimées en unités métri-

ques ou comporter les équivalents métriques.

Gestion du temps

Le succès de votre premier voyage à l'étranger dépendra, en grande partie, de l'efficacité avec laquelle vous organisez votre temps. Voici donc un aperçu de ce qu'il faut faire et ne pas faire.

CE QU'IL FAUT FAIRE

En arrivant, prenez un jour ou deux pour vous remettre des inconvénients du décalage horaire. Profitez-en pour rendre visite au délégué commercial et pour vous promener, observer, écouter et tâter le pouls du pays.

Prévoyez de séjourner au moins trois jours à chaque destination (ou une semaine s'il s'agit d'un grand marché). Vous pourrez apprendre, par osmose, autant de choses au sujet du pays, de ses ressortissants et du marché que si vous participez à une suite effrénée de réunions.

Essayez de rentabiliser votre voyage en vous assurant qu'il ne coïncide pas avec des congés traditionnels. Par exemple, toutes les activités professionnelles vont au ralenti à Rio de Janeiro pendant le carnaval.

Écrivez au délégué commercial que vous avez rencontré pendant votre visite pour le mettre au courant de vos réunions, de vos projets et lui donner le nom de votre représentant (si vous en avez un). Si vous avez besoin d'aide et de renseignements supplémentaires, c'est le moment d'en faire la demande. En tenant le délégué commercial au courant de vos activités, vous lui montrez que vous êtes vraiment intéressé, et il cherchera des pistes menant à d'autres ventes ainsi que des possibilités commerciales susceptibles de vous intéresser.

CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE

N'entreprenez pas un voyage à l'étranger sans l'avoir préparé et organisé minutieusement.

N'essayez pas de trop en faire ou de vous rendre dans trop de pays au cours de votre premier voyage. Vous ne pourrez probablement pas visiter plus de deux pays en deux semaines, surtout s'il s'agit de votre premier voyage.

Ne croyez pas tout ce qu'on vous a dit sur le fait que les gens accordent moins d'importance à la ponctualité. Demandez au délégué commercial de vous informer sur les coutumes locales.

À votre retour, ne vous rendez pas au bureau à 9 heures dès le lendemain matin. Allez-y doucement, prenez le temps de récupérer pour atténuer les effets du décalage horaire et travaillez chez vous à trier les cartes d'affaires et dresser la liste des personnes à qui vous devez envoyer des lettres de suivi. Il suffit de noter au verso de chaque carte ce qui doit être fait. Rédigez à l'intention de votre secrétaire, les grandes lignes d'une lettre de suivi et mettez à jour le travail qui s'est accumulé en votre absence.

Arrivez tôt aux aéroports.

Prévoyez jusqu'à deux heures pour le contrôle de sécurité.

Fiche d'établissement des prix à l'exportation

Comment établir les prix à l'exportation¹

Un des premiers pas dans la conquête des marchés d'exportation est l'établissement ou la fixation de prix d'exportation qui tiennent compte de la réalité. Trop souvent, on établit le prix des marchandises destinées à l'exportation sur la seule base du prix intérieur, auquel on ajoute les coûts du transport et de l'assurance. Parfois, le prix d'exportation est déraisonnablement élevé; parfois, il est trop bas. Celui qui désire exporter devrait se rappeler que les acheteurs étrangers ont sous la main, à des fins de comparaison, les prix offerts par un grand nombre de pays, et qu'ils cherchent à obtenir le meilleur marché possible. Il faut donc maintenir les prix à l'exportation le plus bas possible, tout en conservant une marge raisonnable de profits, certainement pas plus élevée que dans le cas des ventes intérieures. Les fabricants qui veulent vendre à l'étranger sur une grande échelle doivent se rappeler qu'il faut d'abord songer à offrir des marchandises de qualité à un prix juste, et ils devront réduire leurs bénéfices au minimum.

La taxe fédérale de vente n'est pas applicable aux ventes à l'exportation; tous frais de publicité ajoutés au prix de vente sur le marché canadien devraient être soustraits du prix de base avant de calculer le prix à l'exportation.

La fiche suivante peut vous servir de modèle pour fixer, en fonction de la réalité, les prix à l'exportation de vos produits.

On peut se procurer de plus amples renseignements sur le financement des exportations dans la publication du ministère des Affaires extérieu-

res *Guide de l'exportateur—conseils pratiques* (voir l'annexe E pour le bureau à contacter).

FICHE D'ÉTABLISSEMENT DES PRIX À L'EXPORTATION (C.A.F.)

Date : mars 1983

Réf. : 6243

Nom du client : M. Acheteur, Importations Inc.

Adresse : 162, boul. Outre-mer, Étranger

Produit : ARTICLE D'EXPORTATION

Modalités ou conditions spéciales :

Nombre d'unités : 1 000

Poids brut : 64 kg

Volume : 140 m³

Article	Prix (\$ CAN)
Coûts et fret	
1 Coût unitaire avant bénéfices	10 000
2 Bénéfice de 10 % (p. ex.)	1 000
3 Commission de l'agent à l'étranger de 7,5 % (p. ex.)	825
4 Emballage maritime	75
5 Étiquetage	10
6 Marquage au stencil	0
7 Cerclage	5
8 Camionnage	2
9 Transport jusqu'à la mer; 6 \$ par 1 000; type de transport : chemins de fer	6
10 Frais de déchargement	2
11 Frais de terminus	1
12 Chargement long ou lourd	0
13 Documents consulaires	N/A
14 Autres frais (télégramme, téléphone)	4
15 Fret maritime	30
16 Commission du transitaire	10
17 Assurance-crédit à l'exportation de 1 % (p. ex.)	100
18 Frais de financement pour les ventes à crédit	400
Total des coûts et du fret	12 470
Assurance	
19 Assurance maritime (ajouter 10 % au total des coûts et du fret)	13 717
Prime approximative	+ 137
Montant à assurer	<u>13 854</u>
20 Type d'assurances : tous risques : taux : 1 %; Prime : 138,54	139
Grand total (c.a.f.)	12 609
Conversion des devises canadiennes en devises du marché d'exportation	104 203 zks

¹ par J.R. Arnold, consultant à l'exportation, Lasqueti (Colombie-Britannique) V0R 2J0

Liste de contrôle pour un voyage d'affaires à l'étranger

Il est essentiel de se préparer d'avance pour réussir un voyage d'affaires à l'étranger. Voici donc une liste de contrôle des points importants dont vous devez tenir compte pour tirer le plus de profit de votre premier voyage de prospection à l'étranger.

- Si vous comptez vous prévaloir de l'aide offerte dans le cadre du PDME, faites votre demande deux ou trois mois avant la date prévue de votre départ (pour obtenir des détails à ce sujet, voir la section Renseignements et aide en matière de financement).
- Deux ou trois mois avant votre départ, écrivez au délégué commercial à l'ambassade du Canada dans les pays que vous allez visiter et donnez-lui des renseignements sur votre produit ou service et sur la manière dont vous comptez le commercialiser. Précisez vos objectifs et vos attentes pour ce premier voyage de prospection. Prévenez le délégué commercial aussitôt que vous aurez arrêté vos plans de voyage.
- Adressez-vous à une agence de voyage fiable, qui vous aidera à établir un itinéraire et à choisir celui qui est le plus rapide et le moins cher. Dès que vous aurez approuvé le plan de voyage, demandez à votre agent de confirmer les réservations d'avion et d'hôtel. Faites-les confirmer de nouveau juste avant votre départ.

Nous avons constaté que nous sommes plus compétitifs et que nous réalisons plus de profits à l'étranger qu'au Canada.

H.E.G. Jenkins, président, Abegweit Seafoods Inc., Charlottetown, Ile-du-Prince-Édouard, lauréat en 1987 d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne

- Emportez une bonne réserve de cartes d'affaires imprimées en anglais ou en français au recto et, si possible, dans la langue du pays hôte au verso. Remettez-en une à chacune des personnes que vous rencontrerez, en échange de la leur.
- Munissez-vous de papier à entête, de brochures de ventes, de documents publicitaires et de photographies destinés à l'étranger. Il serait commode d'avoir un petit dictaphone ou un magnétophone pour enregistrer sur place les détails des réunions, les résultats, les ententes et les engagements pris au cours des réunions.

De petits cadeaux—en relation avec votre produit — ou un souvenir du Canada sont toujours bien accueillis.

- Emportez une liste de prix c.a.f. de tous vos produits, pour chaque pays que vous comptez visiter, ainsi qu'une liste des départs de navires des principaux ports canadiens à destination de ces pays.

- Des échantillons de vos produits, si possible, ou de petits cadeaux—en relation avec votre produit—ou un souvenir du Canada sont toujours bien accueillis par les personnes auxquelles vous avez affaire sur place. Renseignez-vous sur les coutumes locales auprès de votre délégué commercial.
- Assurez-vous que vous avez un passeport canadien valide et que vous détenez tous les visas requis pour votre voyage. Munissez-vous de photos de passeport supplémentaires au cas où vous auriez besoin d'autres visas au cours de votre voyage. Assurez-vous aussi que vous avez un livret de santé à jour, c'est-à-dire qu'il contient les tampons de tous les vaccins requis. Gardez-le avec votre passeport.
- Obtenez un permis de conduire international si vous prévoyez conduire au cours de votre voyage. Prenez vos dispositions bien à l'avance si vous comptez louer une voiture. Confirmez vos réservations quelques jours avant le départ.
- Si vous appartenez à un club international, vous devriez tirer parti des services offerts par ce club à l'étranger. Obtenez les adresses et les numéros de téléphone des succursales du club dans les villes étrangères que vous comptez visiter et, si possible, le nom de personnes-ressources. Les clubs sont un excellent moyen d'établir des contacts d'affaires.
- Obtenez de votre directeur de banque une lettre d'introduction à une banque, dans chacune des villes que vous comptez visiter.

Cette lettre peut être utile lorsque vous voudrez vérifier les références de clients ou de représentants éventuels ou si vous rencontrez des difficultés financières inattendues.

De petits détails, tels que les règles vestimentaires locales, les heures des repas, la manière de s'adresser aux gens, entre autres, contribueront à éliminer les petits problèmes et à susciter la bienveillance de ceux que vous visiterez.

- Assurez-vous que les fonds que vous transportez avec vous couvrent largement vos besoins et qu'ils peuvent être changés facilement.
- Votre voyage sera facilité si vous vous renseignez sur les pays que vous allez visiter, par des lectures sur leur histoire, leur économie et leur contexte social. De petits détails, tels que les règles vestimentaires locales, les heures des repas, la manière de s'adresser aux gens, entre autres, contribueront à éliminer les petits problèmes et à susciter la bienveillance de ceux que vous visiterez.

Liste de contrôle pour une exposition à l'étranger

Après un premier voyage de prospection à l'étranger et la visite d'une foire commerciale internationale, vous vous déciderez peut-être à participer à une foire pour y présenter vos produits et vos services.

Si vous décidez de présenter vos produits à une foire commerciale, commencez, 12 mois à l'avance, à mettre en oeuvre votre projet d'exposant.

Info Export peut vous fournir des renseignements généraux sur toutes les futures foires commerciales internationales. Toutefois, le meilleur moyen d'obtenir des renseignements détaillés est de vous adresser au délégué commercial sur place. Il sera à même d'évaluer de manière professionnelle la portée, la qualité et les antécédents de toutes les foires qui ont lieu sur son territoire. La participation à une foire commerciale demande une préparation et une planification minutieuses. Si vous décidez de présenter vos produits à une foire commerciale, commencez, 12 mois à l'avance, à mettre en oeuvre votre projet d'exposant.

La liste de contrôle suivante donne, dans l'ordre, un sommaire des principales activités auxquelles l'exposant devra se livrer pendant les 12 mois qui précèdent la foire.

Douze mois à l'avance

Obtenez la documentation et les renseignements de l'année courante sur la foire ainsi que les catalogues et les statistiques sur les foires des années précédentes. Ceux-ci fourniront des réponses aux questions suivantes:

- Quelle est la superficie de la foire commerciale?
- Quel est l'éventail des produits qui sont exposés?
- Combien de visiteurs l'ont-ils visitée l'an dernier? De combien de pays venaient-ils? Le nombre de visiteurs a-t-il tendance à augmenter ou à diminuer?
- Combien d'entreprises ont-elles exposé l'an dernier? De quels pays venaient-elles? Leur nombre augmente-t-il ou diminue-t-il?
- Quel est le coût de location d'un stand et quels sont les services qui sont compris?
- Quel sera le coût des services non compris?
- Quelle est la date limite fixée pour réserver un espace?
- Quels sont les règlements douaniers et ceux relatifs à l'importation, qui s'appliquent aux produits que vous exposez? Faut-il obtenir des permis spéciaux? Les marchandises peuvent-elles être ramenées facilement au Canada?
- Y a-t-il d'autres expositions ou possibilités commerciales offertes en même temps que la foire?
- Quel est le coût du dédouanement des échantillons?
- Quel est le coût d'un interprète si celui-ci est nécessaire?

Neuf mois à l'avance

- Envoyez les contrats pour la foire commerciale et des acomptes sur les réservations.
- Faites savoir au délégué commercial canadien que vous allez participer à une exposition et tenez-le au courant en le renseignant régulièrement et en lui envoyant la correspondance pertinente.
- Choisissez l'équipe qui vous accompagnera à l'étranger et faites toutes les réservations d'avion et d'hôtel.
- Préparez votre exposition et déterminez l'espace dont vous aurez besoin. Assurez-vous que votre stand sera doté d'un bureau pour recevoir les clients. (Le Centre des expositions et de l'audio-visuel du gouvernement canadien, du ministère des Approvisionnement et Services, ou le délégué commercial sur place pourront vous offrir une aide précieuse pour tout ce qui touche aux expositions. Communiquez avec le Centre au 440, rue Coventry, Ottawa (Ontario) K1A 0T1, tél. : (613) 993-9730.)

Choisissez l'équipe qui vous accompagnera à l'étranger et faites toutes les réservations d'avion et d'hôtel.

- Décidez si vous allez établir les plans, construire et monter votre propre exposition ou retenir les services de consultants. Mettez la dernière main aux arrangements à prendre. (Vérifiez les dimensions des portes, des ascenseurs, etc. sur les lieux pour vous assurer que ceux-ci permettront de recevoir, sans problème, votre matériel d'exposition.)

- Prenez une décision concernant la publicité préalable à la foire, les relations publiques, les brochures publicitaires, les documents de promotion et décidez à qui vous les donnerez à préparer et à traduire, et mettez la dernière main aux arrangements. N'oubliez pas de donner vos brochures aux organisateurs de la foire afin qu'ils les utilisent dans leur campagne publicitaire.
- Choisissez un transitaire et prenez les arrangements voulus pour l'expédition de vos produits.
- Déterminez s'il est possible de faire un envoi groupé.

Six mois à l'avance

- Vérifiez le plan du stand et les délais de construction.
- Établissez vos plans d'expédition pour répondre aux conditions de participation à la foire.
- Choisissez et commandez des échantillons et d'autres cadeaux.
- Établissez votre stratégie. (La plupart des acheteurs et des représentants aiment assister à des démonstrations de produits, recueillir de la documentation et s'entretenir avec le fabricant.)
- Planifiez votre stratégie en matière de relations publiques. (Vous voudrez sans doute inviter des clients à visiter votre exposition? Organiser une réception? Publier des communiqués de presse et des photos? Faire de la publicité?)
- Veillez à ce qu'il y ait, au stand, le personnel approprié. (En général, deux personnes par neuf mètres carrés d'espace.)

- Faites les arrangements nécessaires pour recruter le personnel sur place (réceptionnistes, interprètes, etc.).
- Commandez les fournitures requises pour votre stand.

En tant que plus importante société de biotechnologie au Canada, nous sommes tributaires des exportations pour financer nos recherches et améliorer notre productivité.

W.A. Cochran, M.D., président-directeur général, Connaught Laboratories Limited, Willowdale, Ontario, lauréat en 1987 d'un Prix d'excellence à l'exportation canadienne

Quatre mois à l'avance

- Terminez les modalités d'expédition (transport, douanes, transitaire, etc.).
- Vérifiez une dernière fois les documents de vente et de promotion.
- Assignez des tâches à votre personnel.
- Établissez un calendrier des présences dans votre stand et commencez la formation de votre personnel. Celui-ci devra avoir une connaissance approfondie de vos produits, des prix, des possibilités de livraison et des exigences douanières.

Trois mois à l'avance

- Vérifiez une dernière fois la liste des fournitures et de l'équipement.
- Faites les arrangements pour l'expédition et faites assurer votre matériel d'exposition.
- Donnez le feu vert à la publicité et à la promotion locales.
- Commandez des insignes pour ceux qui assureront la permanence à votre stand.

Deux mois à l'avance

- Envoyez, à la direction de la foire, la liste des personnes qui assureront la permanence à votre stand.
- Envoyez des invitations à des clients et représentants éventuels pour qu'ils visitent votre stand, assistent à une réception, etc.
- Vérifiez une dernière fois les arrangements pris pour le voyage.

Un mois à l'avance

- Vérifiez la date de livraison du matériel d'exposition, de l'équipement et des fournitures.
- Prenez les arrangements nécessaires pour le réemballage et le retour de vos produits.
- Vérifiez les dispositions qui ont été prises pour la construction de votre stand.

La semaine précédant la foire

- Vérifiez les dispositions qui ont été prises pour accueillir les visiteurs.
- Organisez des réunions et des répétitions sur place.
- Vérifiez l'arrivée et le dédouanement de votre matériel d'exposition et des fournitures destinées au stand.
- Préparez une trousse pour les réparations à effectuer d'urgence au stand et au matériel d'exposition.
- Rencontrez le photographe et prenez les dispositions voulues pour les séances de photographie.
- Prenez note de tous les numéros de téléphone importants (directeur de la foire, service de sécurité, décorateur, entretien, manutentionnaire du fret, etc.).
- Communiquez le numéro de téléphone de votre stand et de votre hôtel à votre siège social du Canada.

La veille de l'ouverture de la foire

- Vérifiez une dernière fois votre stand, le mobilier et le matériel.
- Mettez la dernière main au calendrier des présences dans votre stand.
- Parcourez toute la foire. Voyez comment vos concurrents s'en tirent et prenez note de toutes les idées qui pourraient vous être utiles lors de votre prochaine exposition.

Pendant la foire

- Chaque matin, prenez le petit déjeuner avec votre personnel pour l'informer sur les activités de la journée.
- Tous les jours, vérifiez ce que font vos concurrents.
- Mettez-vous en rapport avec des fabricants étrangers de gammes de produits complémentaires pour discuter avec eux s'il peuvent écouler vos produits sur leurs marchés intérieurs.

Après la foire

- Occupez-vous du démontage et du retour de votre matériel d'exposition et de votre équipement.
- Vérifiez les factures et les frais de service.
- Essayez de rester un jour ou deux après la clôture de la foire pour former les représentants que vous avez recrutés, relancer les contacts que vous vous êtes faits sur place et visiter le marché pour prendre note des produits, des prix, des modes de présentation et des habitudes de publicité de vos concurrents sur place.
- Envoyez des lettres de suivi à tous les contacts prometteurs que vous vous serez faits pendant la foire.

- Organisez des séances de compte rendu avec le personnel permanent et le personnel recruté sur place en vue de discuter de leurs observations, recommandations et suggestions pour améliorer les futures expositions.
- Faites savoir au délégué commercial votre évaluation des résultats de votre participation et quels sont vos projets d'avenir sur ce marché.
- Lorsque vous serez de retour au Canada, communiquez avec les agents commerciaux au bureau régional du MEIR pour leur faire un compte rendu de votre participation à la foire.

Le jargon de l'exportation

c.a.f. (coût, assurance, fret) L'exportateur paie le coût des marchandises, l'assurance de la cargaison et tous les frais de transport jusqu'au point de destination convenu.

Certificat d'assurance

Document préparé par l'exportateur et son transitaire pour attester que les marchandises sont assurées en cas de pertes ou de dommages.

Certificat d'origine

Document attestant le pays d'origine d'un produit.

Commerce de compensation

Terme générique qui désigne les transactions internationales dans lesquelles l'achat d'un produit ou d'un service par une entreprise ou un pays étranger est lié à un achat réciproque (sous forme d'achat de contrepartie, de troc, de compensation ou de substitution) de la part de l'exportateur.

Connaissance maritime/lettre de transport aérien

Document préparé par le transporteur ou le transitaire. Il sert de contrat entre le propriétaire des marchandises et le transporteur et permet à l'acheteur de prendre possession des marchandises.

Déclaration d'exportation

Document préparé par l'exportateur ou le transitaire pour les expéditions dont la valeur est supérieure à un certain montant.

Documents de dédouanement

Documents spéciaux exigés par certains pays pour prouver l'origine ou la valeur des expéditions.

Droits portuaires au Canada et à l'étranger

Frets demandés pour le déchargement ou l'entreposage des marchandises, de même que pour la mise en bassin avant le chargement.

Entreprise de gestion des exportations (EGE)

Maison indépendante offrant un service exclusif de vente aux fabricants non compétitifs. Il existe d'habitude une entente formelle régissant la gestion des exportations d'un fabricant. Certaines maisons représentent le fabricant et reçoivent alors une commission sur les ventes à l'exportation. D'autres s'approvisionnent auprès de leurs fabricants à prix fixe et revendent à des acheteurs étrangers.

Facture commerciale

Document émanant de l'exportateur ou transitaire et requis par l'acheteur pour prouver son droit de propriété et régler les sommes qu'il doit à l'exportateur.

Facture consulaire

Document pouvant être demandé par les gouvernements étrangers qui exercent un contrôle plus serré sur les importations. La facture consulaire doit porter le visa du consul du pays importateur en poste au Canada. Des frais sont souvent perçus pour cette facture.

Facture douanière

Formulaire préparé par l'exportateur ou le transitaire. Copie de la facture commerciale du vendeur qui décrit les marchandises achetées. Les factures douanières servent au dédouanement et diffèrent parfois des factures commerciales.

Frais d'assurance

Assurance de la cargaison contre les risques de l'expédition.

Frais de financement

Honoraires et frais d'intérêts de la banque pour régulariser les paiements ou financer les expéditions.

Frais du transitaire

Frais pour le recours au service de transitaires dans le pays acheteur.

Franco de bord (f.o.b.)

Prix des marchandises à bord du navire désigné, au port d'expédition convenu. Le vendeur qui a soumis des prix f.o.b. est responsable des marchandises jusqu'à ce qu'elles aient été livrées à bord, ce qui peut poser des problèmes en cas de grève des débardeurs.

Franco le long du navire (f.a.s.)

Prix des marchandises jusqu'à la livraison au dock pendant le chargement. L'acheteur est responsable des marchandises dès qu'elles ont été acheminées au dock, le long du navire.

Lettre de crédit (L/C)

Modalité par laquelle un importateur convient avec sa banque de virer le montant d'une opération à une banque canadienne en vue de payer l'exportateur canadien.

L'exportateur peut tirer ce montant pour autant que les exigences de la lettre de crédit soient satisfaites.

L'exportateur reçoit immédiatement son paiement contre production de ses factures et documents d'expédition.

Licence d'exportation

Document autorisant certaines expéditions de marchandises, telles les marchandises stratégiques.

Liste de colisage

Document préparé par l'exportateur et faisant ressortir la quantité et les types de colis constituant une expédition.

Maison de commerce

Société spécialisée dans l'exportation, l'importation et le commerce en tiers pays de biens et de services fournis par d'autres parties, et qui assure des services reliés à ces activités.

Prix à l'usine

Ce prix comprend d'habitude une assurance-crédit à l'exportation, des frais de financement et une marge bénéficiaire. Il ne comprend pas les frais se rapportant directement aux ventes réalisées au Canada.

Récépissé de dock et d'entrepôt

Connaissance intérieur requis pour les contrats avec les entreprises de camionnage ou les chemins de fer en vue de l'expédition des marchandises depuis le dock de chargement de l'exportateur jusqu'au port.

Sortie usine

Prix des marchandises au dock de chargement de l'exportateur.

L'acheteur possède alors les marchandises et assume tous les risques et frais de livraison subséquents.

Tarifs d'importation

Taxes prélevées sur les exportations par les gouvernements étrangers.

Autres publications utiles :

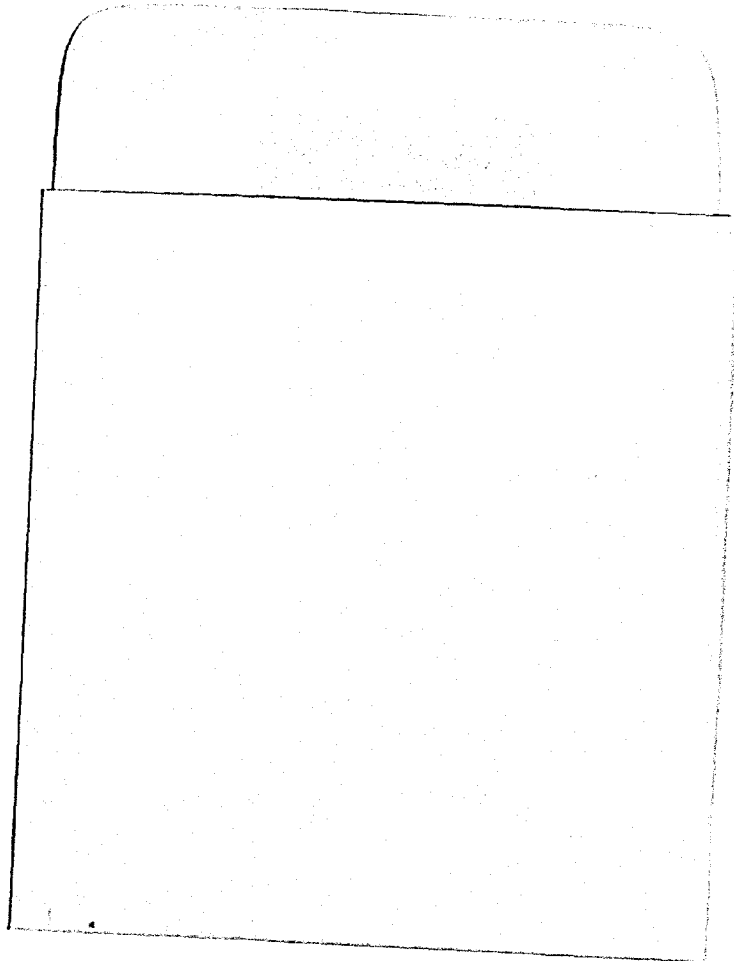
- *Délégués commerciaux du Canada à l'étranger*—publication du ministère des Affaires extérieures qui contient une liste des missions canadiennes à l'étranger, chargées de l'expansion du commerce extérieur, de l'investissement et du tourisme. (On peut se procurer cette publication auprès d'Info Export, voir page 14)
- *Guide de l'exportateur—conseils pratiques*—Publication du ministère des Affaires extérieures, qui contient des renseignements importants destinés aux entreprises qui sont prêtes à exporter. (On peut se procurer cette publication auprès de la Direction de la liaison et des projets spéciaux (TPL), tél. : (613) 996-7167)
- *CanadExport*—Bulletin bimensuel du ministère des Affaires extérieures qui fournit des conseils et des renseignements aux exportateurs canadiens. (On peut se procurer ce bulletin en s'y abonnant auprès d'Info Export, voir page 14)
- *Guides de l'exportateur canadien*—Série de livrets contenant des renseignements détaillés sur des pays précis, notamment un aperçu économique, des conseils sur la façon de faire des affaires, ainsi que des règlements douaniers et de change. (On peut se procurer ces guides auprès d'Info Export, voir page 14)



LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20023975 7



Canada



Affaires extérieures
Canada

External Affairs
Canada