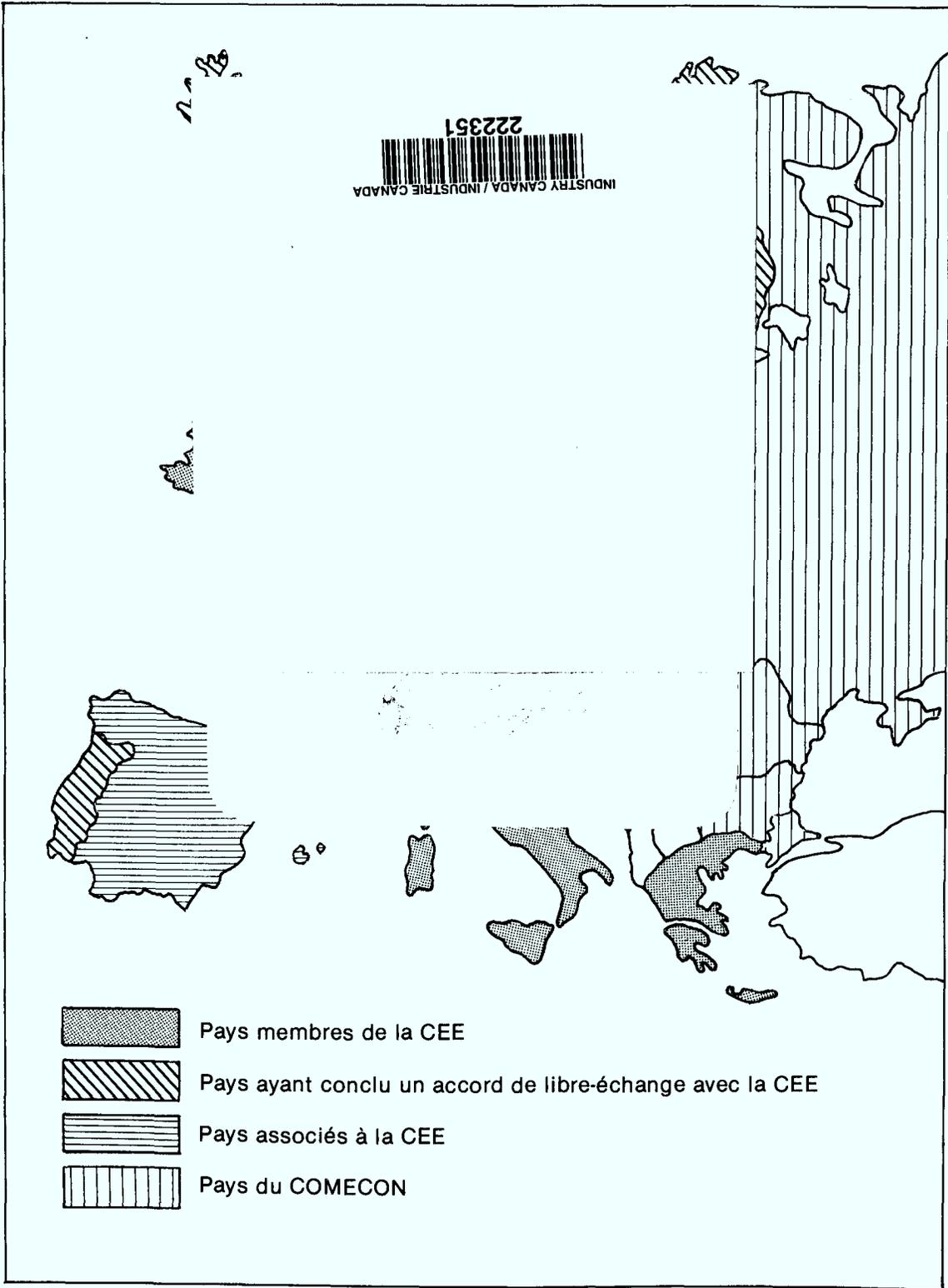


marchés
pour
l'exportation
canadienne

COMMUNAUTÉ
ÉCONOMIQUE
EUROPÉENNE



Bureau de l'Europe
Ministère de l'Industrie et du Commerce

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
INTRODUCTION	5
LA COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE	5
MARCHÉS POUR L'EXPORTATION CANADIENNE	
VALEUR EN DOUANE	7
COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE	
BARRIÈRES NON TARIFAIRES	10
DOCUMENTATION	12
DÉCLARATION D'ENTRÉE TEMPORAIRE (CARNET)	14
ÉTIQUETAGE, EMBALLAGE ET PUBLICITÉ DES ALIMENTS OFFERTS EN VENTE AUX CONSOMMATEURS	17
TAXES SUR LA VALEUR AJOUTÉE	18
POLITIQUE DE CONCURRENCE DE LA CEE	18
UNIFORMISATION DES NORMES INDUSTRIELLES	18
POLITIQUE AGRICOLE COMMUNE DE LA CEE	19
RÈGLEMENTS NATIONAUX	
• BELGIQUE-LUXEMBOURG (UEBL)	20
• GRANDE-BRETAGNE	21
• DANEMARK	22
• FRANCE	23
• ALLEMAGNE FÉDÉRALE	27
• IRLANDE	28
• ITALIE	29
• PAYS-BAS	31
LE COMMERCE AVEC	
LA BELGIQUE	31
LA GRANDE-BRETAGNE	32
LE DANEMARK	33
LE CANADA FÉDÉRAL	34
L'IRLANDE	35
L'ITALIE	36
LES PAYS-BAS	37

Canada



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Industrie
et Commerce

Industry, Trade
and Commerce

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
INTRODUCTION	5
LA COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE	5
TARIFS DOUANIERS	6
VALEUR EN DOUANE	7
DROITS ANTIDUMPING	8
BARRIÈRES NON TARIFAIRES	10
DOCUMENTATION	12
DÉCLARATION D'ENTRÉE TEMPORAIRE (CARNET)	14
ÉTIQUETAGE, EMBALLAGE ET PUBLICITÉ DES ALIMENTS OFFERTS EN VENTE AUX CONSOMMATEURS	17
TAXES SUR LA VALEUR AJOUTÉE	18
POLITIQUE DE CONCURRENCE DE LA CEE	18
UNIFORMISATION DES NORMES INDUSTRIELLES	19
POLITIQUE AGRICOLE COMMUNE DE LA CEE	19
RÈGLEMENTS NATIONAUX	
• BELGIQUE-LUXEMBOURG (UEBL)	20
• GRANDE-BRETAGNE	21
• DANEMARK	24
• FRANCE	25
• ALLEMAGNE FÉDÉRALE	27
• IRLANDE	28
• ITALIE	29
• PAYS-BAS	31
LE COMMERCE AVEC...	
LA BELGIQUE	31
LA GRANDE-BRETAGNE	34
LE DANEMARK	36
LA FRANCE	38
L'ALLEMAGNE FÉDÉRALE	41
L'IRLANDE	43
L'ITALIE	45
LES PAYS-BAS	47

GRÈCE	49
DÉLÉGATIONS COMMERCIALES DU CANADA DANS LES PAYS DE LA CEE	51
BUREAUX RÉGIONAUX DU MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE	53
REPRÉSENTANTS COMMERCIAUX DES PAYS DE LA CEE EN POSTE AU CANADA	54

INTRODUCTION

La CEE compte une population d'environ 260 millions d'habitants et fournit près du cinquième de la production mondiale de biens et de services. Il s'agit de l'entité commerciale la plus importante au monde, comptant pour près du quart du marché mondial, mis à part les échanges entre les pays membres de la CEE. Celle-ci représente, et de loin, la plus importante concentration de richesse économique, de puissance industrielle et de compétence technologique en dehors de l'Amérique du Nord. En 1976, le Canada et la CEE ont conclu un accord cadre de coopération commerciale et économique.

En publiant cet opuscule, le Ministère vise à laisser entrevoir plus pleinement encore aux exportateurs canadiens les intéressants débouchés offerts par les pays membres de la CEE. Cette publication ne prétend toutefois pas leur décrire de façon exhaustive tous les facteurs qui entrent en ligne de compte. La Division de l'Europe de l'Ouest 1 se fera un plaisir de les informer plus amplement sur les divers règlements qui sont sujets à changement.

LA COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE

La Communauté économique européenne rassemble dix pays: la Belgique, la Grande-Bretagne, le Danemark, la France, l'Allemagne de l'Ouest, l'Irlande, la Grèce, l'Italie, le Luxembourg et les Pays-Bas. La CEE a atteint le nombre actuel de membres lorsque la Grande-Bretagne, le Danemark et l'Irlande s'y sont joints en 1973, puis la Grèce, en janvier 1981.

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

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

En juillet 1968, les six membres originaux réalisaient leur union douanière en supprimant tout droit de douane et tout contingentement du commerce intérieur. Aujourd'hui, les marchandises circulent librement parmi les États membres et tous imposent des droits d'importation uniformes sur une marchandise donnée provenant de tiers pays. (Au 1^{er} juillet 1977, la Grande-Bretagne et l'Irlande alignaient leur tarif extérieur sur celui des autres membres de la Communauté. Ainsi, le Canada n'a plus le droit au tarif préférentiel d'aucun de ces pays.)

Par suite d'une série d'accords de libre-échange entre la Communauté européenne et ses sept voisins formant l'Association européenne de libre-échange (AELE), les produits industriels circulent en franchise entre les 16 États membres, y compris, outre la CEE des Dix, l'Autriche, la Finlande, l'Irlande, la Norvège, le Portugal, la Suède et la Suisse. Dans le cas de certains produits tels que l'aluminium, l'acier et le papier, ces accords ont repoussé jusqu'en 1984 le délai de suppression des tarifs douaniers. Seuls les produits provenant de la zone de libre-échange jouissent d'un tel régime tarifaire d'exemption de droits.

Des règlements d'origine détaillés ont été élaborés en vue d'empêcher les exportateurs de pays non-membres d'expédier un produit donné vers un pays membre, à faible tarif douanier pour réexporter ensuite le même produit vers un autre pays membre au tarif national plus élevé. De la même façon, les règlements stipulent le pourcentage, en valeur, de biens ou de services

(pièces, matériel ou main-d'oeuvre) en provenance de tiers pays qu'il est permis d'ajouter à la valeur totale de certains produits destinés au commerce entre la CEE et l'AELE. Tout envoi doit être accompagné d'un certificat d'origine comprenant une déclaration de valeur dûment signée décrivant le produit et sa teneur, en pourcentage, par ordre décroissant d'importance. Les fabricants et les exportateurs canadiens de composants et de pièces détachées doivent se familiariser avec ces règlements d'origine dans la mesure où ils visent leur produit.

L'Espagne et le Portugal ont conclu des ententes commerciales préférentielles avec la CEE, devant mener à leur adhésion future. La Turquie est membre associé de la CEE, devant amener aussi à son adhésion future à la CEE. Pour leur part, Chypre et Malte ont signé des ententes douanières avec la CEE.

L'Algérie, le Maroc, la Tunisie, l'Égypte, la Jordanie, le Liban et la Syrie ont conclu des ententes prévoyant l'accès de leurs biens industriels aux marchés de la CEE, ainsi qu'un traitement préférentiel pour leurs produits agricoles. Un accord avec Israël prévoit aussi le libre-échange et la coopération.

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

Conformément aux dispositions de la Convention de Lomé de 1975 (renégociée en 1980), la CEE concède l'entrée exempte de droits et de contingents de tous les produits manufacturés et de presque tous les produits agricoles en provenance de 60 pays de l'Afrique, des Antilles et du Pacifique, autrefois territoires dépendants de pays membres de la CEE.

De fait, les ressources financières aux termes de cette nouvelle entente ont été majorées de 30 % grâce à un mécanisme de stabilisation ("Stabex") conçu pour aider les pays les plus pauvres du Pacifique.

Ces pays du Tiers-Monde représentent 38 % des exportations de la Communauté, comparative-ment à 13 % pour les États-Unis et à 8 % pour les pays de l'Europe de l'Est.

TARIFS DOUANIERS

Le Tarif douanier commun (TDC) de la CEE (qui s'applique aux marchandises provenant des tiers pays, y compris le Canada, importées dans les pays membres de la Communauté) s'inspire du système de classification international des importations dit "Nomenclature du Conseil de coopération douanière" (mieux connu sous le nom de Nomenclature douanière de Bruxelles) utilisé par environ 75 pays partout dans le monde. Grâce à ce système, on peut déterminer assez rapidement la bonne classification tarifaire pour la plupart des produits importés dans la Communauté.

Le TDC contient environ 1000 classifications tarifaires groupées en 21 sections et 99 chapitres, de même que des règles interprétatives.

La classification est disposée sur quatre colonnes:

- la première indique le numéro des positions

- la deuxième décrit les produits
- les troisième et quatrième colonnes indiquent les taux "autonomes" et "conventionnels" des droits de douane.

Les droits "conventionnels", figurant dans la quatrième colonne, représentent les droits de douane applicables aux produits importés provenant de pays qui sont parties contractantes à l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), y compris le Canada, ou de pays avec lesquels la Communauté a conclu des ententes comportant la clause de la nation la plus favorisée.

On impose le tarif autonome lorsque nul tarif conventionnel n'est indiqué en regard d'une position ou d'une sous-position, ou lorsque le tarif conventionnel est plus élevé que le tarif autonome indiqué dans la troisième colonne.

Dans les pays de la Communauté, les droits de douane sont prélevés sous forme de droits "ad valorem" ou de droits "spécifiques". Le TDC utilise en grande partie les droits ad valorem qui sont imposés sur un pourcentage de la valeur déclarée, telle qu'elle est définie dans les règlements de la CEE (voir la section suivante). Dans les autres classifications où il y a lieu d'imposer des droits spécifiques, le tarif est calculé à tant l'unité de poids net ou de toute autre mesure de quantité, le cas échéant.

En vertu des dispositions des accords préférentiels sur le commerce entre la CEE et certains pays de la Méditerranée et les pays en voie de développement, nombre de produits importés dans les pays de la CEE se voient accorder un traitement préférentiel, c'est-à-dire sous forme de tarifs réduits ou d'exemptions.

Toutefois, les exportations canadiennes vers les pays de la CEE ne bénéficient *pas* de telles mesures. Ainsi, on a retiré aux produits canadiens exportés au Royaume-Uni les dispositions préférentielles dont ils bénéficiaient auparavant; les droits de douane sont maintenant les mêmes que pour les produits en provenance d'autres pays industrialisés non européens.

On peut obtenir des renseignements concernant la classification des produits canadiens dans le TDC et les frais de douane dans les pays de la CEE en communiquant avec la Division de l'Europe de l'Ouest I, ministère de l'Industrie et du Commerce.

VALEUR EN DOUANE

Résumé

Le nouvel Accord international sur la valeur en douane établira des normes uniformes devant être appliquées par les gouvernements dans l'établissement de la valeur des marchandises importées aux fins de perception de droits de douane *ad valorem*. L'accord exige des signataires l'utilisation, comme valeur imposable, du prix que commandent les marchandises sur les marchés internationaux (le "prix transactionnel") ou son équivalent.

Le nouvel accord exigera que le Canada procède à des changements plus radicaux dans ses lois et pratiques administratives en matière de valeur en douane que ne le feront d'autres pays qui possèdent déjà un système d'évaluation analogue à celui qui est prévu dans l'accord. Le Canada a donc négocié avec ses principaux partenaires commerciaux un délai de quatre ans pour la mise en oeuvre de l'entente; il pourra ainsi prendre les mesures tarifaires qui s'imposent dans le cas d'une diminution du niveau de protection offert auparavant.

Principaux points de l'accord

L'accord précise les mécanismes que doivent utiliser les signataires pour établir la valeur en douane des marchandises importées. Quand il n'existe aucun lien entre l'importateur et l'exportateur, les autorités douanières fixeraient normalement la valeur en douane d'après le prix effectivement payé, ou payable, au moment de la vente des marchandises à l'exportation (le "prix transactionnel"). Toutefois, le prix pourrait être ajusté dans certains cas stipulés dans l'accord. L'accord expose une série d'essais qu'il y a lieu d'utiliser pour déterminer si la valeur transactionnelle dans une vente entre parties liées peut être acceptée aux fins d'évaluation.

Si le prix transactionnel ne peut être utilisé comme valeur en douane, les autorités douanières établiront la valeur conformément à l'ordre des méthodes suivantes qui puissent s'appliquer:

1. le prix transactionnel pour des marchandises identiques vendues à l'exportation au même pays;
2. le prix transactionnel pour des marchandises analogues vendues à l'exportation au même pays;
3. le prix auquel les marchandises importées, ou des marchandises identiques ou analogues, sont revendues dans le pays d'importation à des personnes n'ayant aucun lien, ajusté afin de tenir compte des frais et des profits normaux après l'importation.
4. une valeur "calculée" basée sur le coût de production majoré des dépenses et des profits normaux.

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

Si la valeur en douane ne peut être déterminée à l'aide des méthodes susmentionnées, elle peut l'être en ayant recours à des "moyens raisonnables" conformes aux dispositions de cet accord et de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce.

Les emballages des produits importés sont assujettis aux mêmes droits que le produit lui-même.

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

DROITS ANTIDUMPING

D'après la constitution, le Conseil des ministres et la Commission (l'exécutif) de la CEE sont responsables de l'application des contrôles antidumping à l'intérieur de la Communauté. Toutefois, ils dépendent de chacun des pays membres en ce qui concerne le traitement des demandes de révision des règlements, la présentation de détails pertinents, les demandes d'intervention immédiate sur le marché (droits antidumping temporaires) et l'application des décisions du Conseil.

En vertu de la réglementation antidumping, les autorités nationales ont le pouvoir d'imposer des droits antidumping sur les importations provenant de n'importe quel pays si celles-ci sont

vendues à perte ou si elles sont *subventionnées*; il serait même dans l'intérêt de la Communauté de prendre de telles mesures, pourvu que les autorités nationales aient la conviction que les ventes à perte ou la subvention causent ou menacent de causer un tort sensible à l'une des industries des pays de la Communauté ou à une industrie établie dans un autre pays du GATT qui exporte de tels produits à la Communauté, ou qu'ils retardent matériellement l'établissement d'une industrie dans la Communauté.

Les marchandises sont considérées comme vendues à perte lorsque le prix fixé par le pays d'origine ou d'exportation est inférieur à celui de la juste valeur marchande du pays importateur. Le prix auquel se vendent des produits identiques ou comparables, au cours normal du marché dans le pays d'origine ou d'exportation, constitue la juste valeur marchande. Cependant, ce prix peut être rajusté pour que la comparaison entre la juste valeur marchande et le prix d'exportation correspondent véritablement au rapport entre les prix de deux ventes semblables.

Cependant, si des produits identiques ou comparables ne sont pas vendus dans le pays d'origine ou d'exportation, ou que les circonstances de la vente ne permettent pas de déterminer la juste valeur marchande en utilisant comme point de référence le prix de vente local, celle-ci doit être fixée d'après un prix représentatif obtenu au moment de l'exportation des produits dans un autre pays, compte tenu des rectifications nécessaires, ou d'après les coûts de production plus les frais de vente, d'administration ou autres, et les bénéfices.

Enfin, lorsque par suite du contrôle et du monopole du gouvernement, le système commercial du pays d'origine ou d'exportation est tel qu'on ne peut déterminer convenablement la juste valeur marchande selon l'une ou l'autre des méthodes susmentionnées, on peut utiliser comme point de référence le prix appliqué à des produits identiques ou comparables exportés vers la Communauté par un pays non membre, et rectifié, pour s'assurer que la comparaison est effectuée entre les prix de deux ventes semblables.

L'aide financière comprend toute prime ou subvention accordée directement ou indirectement par un gouvernement ou une autre autorité aux fins de la production ou de l'exportation de produits.

Les autorités possèdent aussi le pouvoir d'imposer des frais provisoires si les faits portés à leur connaissance prouvent qu'il y a réellement vente à perte ou à subvention et que celles-ci causent ou menacent de causer un tort sensible à une industrie de la Communauté. En fait, aucun pays ne peut prélever de droits en vertu d'une ordonnance de frais provisoires, mais une garantie (habituellement un dépôt d'espèces) peut être exigée pour tout droit pouvant être imposé. Si un droit définitif est imposé, il peut l'être rétroactivement, mais seulement pour la période pendant laquelle les frais provisoires étaient en vigueur, et à un taux ne dépassant pas celui des frais provisoires. Les ordonnances de frais provisoires deviennent périmées après trois mois. Leur durée maximale est de six mois puisqu'elles ne peuvent être prolongées que pour une période additionnelle de trois mois. Dans le cas d'importations provenant de pays signataires du Code antidumping GATT (dont le Canada), la Commission ne prolonge la durée des ordonnances de frais provisoires que de six mois, à la demande des exportateurs et des importateurs en cause.

Lorsque la Commission juge bon d'imposer des mesures antidumping, elle doit en informer toutes les parties en cause en publiant dans le journal officiel de la Communauté européenne le nom du produit, le pays d'origine et(ou) d'exportation, l'État membre touché et le nom des exportateurs et des importateurs.

Les fabricants ou les exportateurs d'outre-mer, ainsi que l'importateur du produit en question, peuvent fournir aux autorités compétentes des preuves se rapportant à l'application de mesures antidumping et s'y opposer. De la même façon, les consommateurs et les utilisateurs

du produit importé sont invités à exprimer leur opinion puisque la Commission doit en dernier lieu déterminer si l'imposition d'un droit est conforme à l'intérêt de la Communauté. Celle-ci n'a pas de pouvoir statutaire qui lui permette d'obliger quelqu'un à lui fournir des renseignements, mais elle souligne que dans l'intérêt de toutes les parties, elle doit appuyer ses décisions uniquement sur la connaissance de tous les faits pertinents.

On peut présenter des observations à la Commission, oralement ou par écrit. Pour faciliter ces démarches, toutes les parties *réellement intéressées* par le sujet peuvent obtenir confidentiellement un résumé de la demande. Il n'y a pas d'audiences publiques et habituellement, aucune confrontation des diverses parties.

En vertu des dispositions du Code antidumping du GATT, le gouvernement canadien (de même que tout exportateur canadien intéressé) est averti de toute enquête envisagée concernant les droits de "dumping". À la réception d'un tel avis, les importateurs canadiens auront intérêt à consulter la Division de l'Europe de l'Ouest I pour obtenir des conseils afin de suivre, dès le départ, le cours des événements.

BARRIÈRES NON TARIFAIRES

Les barrières non tarifaires (BNT) peuvent être considérées comme des mesures et des pratiques qui peuvent entraver directement ou indirectement les échanges commerciaux. Bien qu'elles puissent être justifiées dans certains cas (règlements pour la santé et la sécurité), elles peuvent entraver la libre circulation des marchandises. Maintenant que les négociations commerciales permettent de réduire les barrières et favorisent le libre-échange, les barrières non tarifaires revêtent une importance grandissante.

Dans les pays de la CEE, on peut diviser ces barrières non tarifaires en deux grandes catégories, soit, celles qui touchent le secteur agricole et les industries sidérurgiques imposées par la CEE et celles qui touchent les produits industriels imposés par chacun des États membres.

Certaines barrières non tarifaires qui nuisent aux exportations du Canada vers les pays du Marché commun sont exposées ci-dessous. D'autres paraissent à la rubrique "Règlements nationaux" (voir page 20).

Communauté économique européenne

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

Règlements relatifs au prix minimum. Un prix minimum ou prix de référence établi d'après les prix des marchés de la CEE s'applique à l'importation des pommes, cerises, pêches, poires, prunes, maïs en grains, tomates et autres fruits et légumes frais. Des droits compensatoires sont perçus sur les produits importés qui sont vendus à un prix inférieur au prix de référence.

Belgique

Achats du gouvernement. Les offres d'entreprises étrangères peuvent être rejetées si, pour des raisons économiques, il est primordial que le contrat soit adjugé à une industrie nationale; dans

ce cas, l'écart de prix toléré ne dépasse pas 10 %.

Normes. Des conditions particulières d'ordre médical et sanitaire régissent les importations de porc et les produits contenant du porc, les coupes de boeuf, le veau et la viande chevaline.

Les taxes de circulation imposées aux voitures sont calculées d'après la puissance du moteur, ce qui défavorise les modèles nord-américains courants.

Danemark

Les calendriers d'importation limitent les produits agricoles en provenance de pays qui ne font pas partie de la CEE pendant les périodes de l'année où la production nationale est écoulée sur le marché. Les produits canadiens touchés par ce règlement comprennent les pommes, les poires, les cerises, les prunes, les baies et certains légumes.

Le Danemark applique un règlement sur le mélange des moutures; ce règlement vise le blé, le seigle, la mouture, la farine, les gruaux et les tourteaux. Si la production intérieure suffit à la consommation nationale, ce règlement imposant l'emploi exclusif de grains locaux dans le mélange des moutures est mis en vigueur, interdisant l'utilisation de grains importés.

Un permis d'importation est exigé pour presque tous les produits qui concurrencent les produits intérieurs, y compris la viande, les produits laitiers, les céréales, les corps gras d'origine animale, etc. L'octroi de ces permis est discrétionnaire et restreint le volume des importations.

France

Achats du gouvernement. Pour ses achats, le gouvernement accorde la préférence, d'abord aux produits français, puis aux fournisseurs de la CEE; si les deux premières sources ne peuvent fournir le produit ou le service, il s'adresse aux fournisseurs des pays qui ne font pas partie de la Communauté. En matière de matériel de télécommunications, la politique de la France impose l'achat presque exclusif de produits français.

Normes. Un grand nombre de produits sont assujettis à des règlements sévères d'ordre médical et sanitaire. Par exemple, il est interdit d'importer de la volaille vivante et traitée de pays dont la loi ne défend pas l'ajout d'oestrogènes, d'arsenic et d'antimoniaux à la nourriture des volailles. En France, les éleveurs de volaille reçoivent une subvention pour l'achat de vaccins produits dans la CEE.

Délivrance discrétionnaire de permis. La délivrance discrétionnaire des permis requis pour une vaste gamme de produits, y compris les produits pétroliers, les textiles, les composants électroniques et d'autres produits faisant l'objet de restrictions quantitatives, modifie le cours normal du commerce. En effet, la lenteur du processus de délivrance de permis à l'égard de biens saisonniers ou périssables incite les importateurs à se procurer ces biens à l'intérieur de la Communauté.

Allemagne fédérale

Tous les produits alimentaires et agricoles qui entrent en Allemagne sont assujettis à une législation alimentaire sévère, encore plus rigoureuse que la réglementation en vigueur dans l'ensemble de la CEE. Sont interdits les aliments auxquels des anti-oxydants, comme le BHA et le BHT, ont été ajoutés, comme d'ailleurs les pommes et les poires qui ont été traitées au diphénylamine. Sont également interdits la farine et les produits à base de farine qui contiennent

ment des agents de blanchiment ou des agents devant améliorer la qualité de la pâte, notamment les bromates, que la loi des aliments n'autorise pas de façon spécifique. L'inspection obligatoire des importations de porc et d'abats augmente les frais de l'importateur et limite, par conséquent, l'importation de ces produits.

Certains aliments et boissons sont assujettis à des normes d'emballage rigoureuses. Les denrées non assujetties aux normes d'emballage doivent porter une étiquette indiquant le prix à l'unité.

Italie

Taxes discriminatoires sur les automobiles. Les taxes de circulation imposées aux voitures nord-américaines de taille moyenne sont beaucoup plus élevées que celles qui frappent les petits modèles européens, car elles sont calculées d'après la cylindrée du moteur.

Achats du gouvernement. Les achats du gouvernement sont normalement réservés aux fournisseurs italiens, les ministères en principe n'ayant aucun rapport avec les entreprises ou les fournisseurs étrangers et n'achetant que de sociétés juridiquement établies en Italie.

Restrictions concernant le cinéma. Les films étrangers sont assujettis à une limite de temps établie en fonction du temps de projection des films nationaux. Un producteur étranger est également tenu d'engager de la main-d'oeuvre locale. Enfin, des taxes d'entrée discriminatoires sont imposées aux salles de cinéma ou de théâtre qui présentent des films étrangers.

Pays-Bas

Les règlements régissant la commercialisation interdisent l'utilisation du sirop de maïs comme additif dans certains produits alimentaires. En fait, ils interdisent la vente de produits alimentaires comme le chocolat et des préparations alimentaires connexes, des purées de fruits, des pâtes, la plupart des confitures, gelées, marmelades et autres fruits préparés ou en conserve et les jus de fruits qui contiennent du sirop de maïs. Un grand nombre d'autres produits ajoutés aux aliments et aux boissons sont également frappés d'interdiction, notamment certains colorants artificiels, agents de conservation, vitamines, etc., ce qui restreint en pratique les importations.

Outre ces barrières aux échanges commerciaux, chacun des États membres applique également les mesures énumérées à la rubrique "Communauté économique européenne".

Les articles énumérés dans le présent document ne constituent que des exemples. Un grand nombre d'autres pratiques qui peuvent être assimilées à des barrières non tarifaires sont d'importance secondaire mais elles nuisent néanmoins à la libre circulation commerciale. Ceux qui exportent vers la Communauté doivent s'attendre à dévier des normes courantes pour se conformer aux directives particulières qu'ils reçoivent des agents ou des importateurs, étant donné que certaines barrières dites non tarifaires peuvent être provisoires ou imposées durant certaines périodes de l'année seulement.

DOCUMENTATION

Aucune facture de douane particulière n'est requise pour dédouaner les marchandises canadiennes dans les divers États membres de la CEE. En général, il suffit d'utiliser les factures

commerciales courantes de l'exportateur et les documents d'envoi habituels qui sont propres aux marchandises exportées. Les précisions suivantes peuvent être utiles:

Facture commerciale — Deux copies de la facture commerciale faisant état de tous les détails nécessaires à l'établissement de la valeur c.a.f. sont exigées. Bien qu'aucune forme ou teneur particulière ne soit prescrite pour la facture commerciale, il est à conseiller d'y faire mention des détails suivants:

1. date et lieu de l'envoi
2. sorte et étiquetage des paquets et leur ordre numérique
3. description exacte des produits: nature, quantité, qualité, poids (brut et net, de préférence en unités métriques) et insistant de façon particulière sur des facteurs qui modifient la valeur
4. le prix convenu des produits, y compris le coût unitaire et le coût total FOB à l'usine plus expédition, assurance et autres frais
5. livraison et conditions de paiement
6. la signature d'un agent responsable de l'entreprise expéditrice.

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

Certificat d'origine — Un certificat d'origine n'est habituellement pas nécessaire pour les produits importés du Canada, mais lorsque l'importateur le demande pour des importations contingentes de certains produits tels que vins, textiles, etc., des exemplaires doivent être fournis sur les formules courantes vendues par les imprimeurs commerciaux. Les certificats d'origine, lorsqu'ils sont requis, doivent habituellement être authentifiés par une Chambre de commerce, un Board of Trade ou un organisme analogue.

Connaissance — Aucun règlement ne précise le type de formule à employer ni le nombre de connaissances requis pour un envoi en particulier. Un connaissance contient habituellement le nom de l'expéditeur, les nom et adresse du destinataire, le port de destination, la description des produits, la liste détaillée des frais de transport et des autres coûts, le nombre de connaissances constituant le jeu complet, ainsi que la date et la signature du transporteur officiel accusant réception des produits à expédier. Les renseignements donnés doivent correspondre à ceux qui figurent sur les factures et les paquets. Les connaissances sans transbordement ou sur demande sont acceptés. Pour les envois par cargo aérien, le connaissance aérien remplace le connaissance ordinaire.

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

Certificats sanitaires (produits végétaux et animaux) — Pour exporter à la Communauté des plantes, des produits végétaux, des animaux ou des produits d'origine animale, il faut souvent se procurer un certificat sanitaire délivré par Agriculture Canada. Si vous vous proposez d'entrer sur ces marchés, il serait souhaitable de communiquer avec la Direction de l'hygiène vétérinaire (pour les animaux et produits d'origine animale) ou la Division de la protection des végétaux (plantes et produits d'origine végétale) d'Agriculture Canada, à Ottawa ou au bureau du

Ministère de votre région pour déterminer les conditions à remplir au moment de l'envoi de ces produits à la Communauté européenne.

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

En outre, les désignations et les descriptions qui figurent sur les documents doivent, dans la mesure du possible, être rédigées selon les termes du Tarif douanier commun ou du tarif douanier en vigueur dans le pays de destination, et autant que possible, dans la langue de l'État membre auquel sont destinés les produits. Les documents en français ou en anglais sont toutefois admis partout dans la Communauté.

SUDCC

Le Système d'uniformisation des documents commerciaux canadiens appuyé par l'Organisation canadienne pour la simplification des procédures commerciales (COSTPRO) est accepté par les autorités douanières en Europe. Ce système comprend une formule présentant toute une série de documents nécessaires à l'exportation: factures, note de colisage, certificat d'origine, connaissement, etc. Ainsi, puisqu'il s'agit à peu près des mêmes renseignements sur chacun de ces documents, on a adopté une présentation type qui permet de ne dactylographier qu'une seule fois les données et d'obtenir pratiquement tous les documents nécessaires à l'exportation.

Pour de plus amples renseignements, s'adresser à:

COSTPRO

151, rue Sparks
Pièce 302
Ottawa (Ontario)
K1P 5E3
Téléphone: (613) 995-2814

1000, rue Sherbrooke ouest
Case postale 549
Montréal (Québec)
H3A 2R3
Téléphone: (514) 283-4091

DÉCLARATION D'ENTRÉE TEMPORAIRE — CARNET

Qu'est-ce qu'un carnet?

Le carnet (Admission temporaire) communément appelé carnet ATA est un document douanier spécial qui simplifie les formalités douanières pour les hommes d'affaires et les professionnels désirant importer temporairement des échantillons commerciaux, du matériel professionnel et des produits connexes dans la plupart des principaux pays.

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

Votre carnet sera préparé pour satisfaire vos besoins.

Pourquoi utiliser un carnet?

Le carnet constitue une aide notable servant à accélérer et à faciliter le transport de produits importés temporairement d'un pays à un autre. Son utilisation élimine les formalités douanières comme la préparation de la formule de déclaration nationale ou l'achat d'un cautionnement douanier à des fins de nantissement à chaque barrière douanière, lesquelles nécessitent efforts, temps et argent.

Le carnet permet donc au voyageur de commerce de:

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

Qui peut se servir d'un carnet?

Les entreprises canadiennes dont les représentants (vendeurs, techniciens, représentants d'organismes de réglementation professionnelle, équipes professionnelles) voyagent à l'étranger, trouveront ce système de carnets fort utile.

Quelle est l'origine des carnets?

En 1961, sous les auspices du Conseil de coopération douanière et en vertu de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, plusieurs pays ont adopté des règlements généraux visant l'importation temporaire en franchise d'échantillons commerciaux et de matériel professionnel et annexe. Cette mesure a pour but de faciliter l'échange international d'aptitudes et de techniques. Plusieurs conventions douanières ont été adoptées, dont celles des carnets ATA concernant l'admission temporaire de produits (1961).

Le Canada a signé la convention ATA sur les carnets le 10 juillet 1972 et la Chambre de commerce du Canada a été désignée par le gouvernement canadien comme organisme émetteur et de garantie des carnets ATA au Canada.

Quels sont les produits exclus du système de carnets?

Les produits destinés à la consommation ou à la distribution comme les brochures ou dépliants, etc., les produits de nettoyage, peinture, huiles, etc., les denrées alimentaires que l'on peut distribuer ou consommer, ou dont on peut se défaire à l'étranger sont exclus du système de carnets.

Les produits suivants ne sont pas considérés comme des échantillons: les pierres gemmes non serties, les pierres précieuses ou les bijoux sertis, uniques en leur genre, les articles faits à la main, uniques eux aussi comme les tapis, certains meubles, les tableaux, les sculptures, etc.

Pour savoir si un article donné peut figurer dans un carnet, il faut s'adresser à la Chambre de commerce du Canada. Celle-ci se réserve le droit de refuser d'émettre un carnet à un requérant.

Quelle est la durée de validité d'un carnet?

Un carnet est valable pendant un an à partir de la date d'émission. Cette période ne peut être prolongée et tous les articles visés par un carnet doivent être retournés au Canada à l'échéance de celui-ci.

Combien de temps faut-il pour obtenir un carnet?

Il faut compter quatre jours à partir de la réception de la demande par la Chambre de commerce du Canada. Ce laps de temps peut être plus court ou plus long selon le nombre de demandes reçues à une certaine période.

Dans quels pays les carnets sont-ils valables?

Les carnets peuvent être émis pour tous les pays de la CEE.

On peut obtenir des renseignements supplémentaires et des formules de demande de carnet en s'adressant à:

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

ou

Carnet Canada
The Canadian Chamber of Commerce
First Canadian Place
33^e étage
Toronto (Ontario)
M5X 1B1
Téléphone: (416) 868-6415

ÉTIQUETAGE, EMBALLAGE ET PUBLICITÉ DES ALIMENTS OFFERTS EN VENTE AUX CONSOMMATEURS

À la fin de 1979, la CEE a approuvé une "nouvelle" directive sur l'étiquetage, l'emballage et la publicité des aliments préemballés destinés au commerce de détail. Chaque État membre devra modifier sa législation nationale de façon à s'y conformer dans un délai d'une année. Les produits doivent satisfaire à la nouvelle norme sur l'étiquetage dans une période de deux ans; à cet égard, on interdira la vente des produits non conformes à compter du 8 février 1983.

Ceux qui exportent à la Communauté des produits alimentaires préemballés doivent prendre note des points suivants:

L'étiquette devra faire mention:

- (a) du nom commercial du produit;
- (b) de la liste des ingrédients;
- (c) de la quantité nette contenue dans l'emballage, exprimée en unités métriques;
- (d) de la durée minimale (de conservation);
- (e) des conditions d'entreposage ou des méthodes de préparation *particulières*;
- (f) des nom et adresse du fabricant, de l'emballer, ou du vendeur établi dans la Communauté;
- (g) du pays d'origine;
- (h) du mode d'emploi dans le cas où, sans ces instructions, l'acheteur serait incapable de préparer le contenu aux fins de la consommation.

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

Si cette directive est adoptée telle qu'elle a été présentée au Conseil, l'étiquetage qui sera jugé trompeur du point de vue de l'origine, de la composition, de la quantité, de l'identification, des caractéristiques, du mode de fabrication ou de production, sera proscrit et le commerce des produits en cause sera interdit.

La langue employée dans l'étiquetage ou la publicité peut être celle de l'État membre auquel les marchandises sont vendues et(ou) toute autre langue reconnue de la Communauté. La Commission propose que les caractères aient au moins 1,5 mm de hauteur et au moins 1/10 de la grosseur des plus gros caractères employés sur l'étiquette et au plus 5 millimètres de hauteur.

Pour obtenir tous les renseignements sur l'étiquetage des produits alimentaires destinés à la consommation dans la CEE, s'adresser au Bureau de l'Europe, Division de l'Europe de l'Ouest 1, ministère de l'Industrie et du Commerce, Ottawa.

TAXES SUR LA VALEUR AJOUTÉE

La plupart des produits vendus dans la CEE, qu'ils soient importés d'outre-mer ou fabriqués dans les pays membres, sont frappés d'une taxe à la valeur ajoutée. Cette taxe est bien connue des francophones sous le nom de TVA (taxe à la valeur ajoutée) ou VAT (value added tax), appellation utilisée en Grande-Bretagne. Bien que tous les pays de la Communauté possèdent une méthode commune d'application de la TVA, les taux appliqués sont différents et varient considérablement d'un pays à l'autre.

Dans la plupart des cas, il existe deux ou trois catégories de taux: le taux courant, le taux moins élevé ou exemption visant les denrées alimentaires ou autres produits essentiels et le taux plus élevé ou principal, touchant les produits de luxe et les articles non essentiels. Par exemple, en Angleterre où le taux courant est de 15 %, certains articles essentiels se voient accorder une exemption ou le taux zéro, et un taux de 12,5 % frappe une vaste gamme de produits considérés comme non essentiels, y compris bon nombre d'appareils électroménagers et de caméras.

Depuis juillet 1980, le taux courant des autres pays est le suivant:

Belgique	— 16 %	Danemark	— 22 %
France	— 20 %	Allemagne	— 13 %
Italie	— 15 %	Irlande	— 25 %
Luxembourg	— 10 %	Pays-Bas	— 18 %

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

La taxe sur la valeur ajoutée est calculée à partir de la valeur à l'acquitté des produits importés. On peut obtenir des renseignements concernant les taux de droits et de taxes à la valeur ajoutée imposée par les États membres de la Communauté en s'adressant à la Division de l'Europe de l'Ouest 1. Les demandes doivent comprendre une description détaillée du produit, y compris le numéro de position dans la Nomenclature tarifaire de Bruxelles ou le numéro d'exportation, s'il est connu, et le pays de destination.

POLITIQUE DE CONCURRENCE DE LA CEE

La politique de concurrence de la Communauté est sévère. Les accords restrictifs comme le partage du marché sont interdits et les situations de quasi-monopole ne doivent pas être exploitées de façon abusive.

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

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

UNIFORMISATION DES NORMES INDUSTRIELLES

La Communauté considère que la diversité des normes en vigueur dans les États membres constituent des obstacles techniques au commerce et a mis sur pied un programme permanent visant à l'uniformisation des normes.

Jusqu'ici, 66 directives ont été émises dans le secteur industriel et la Commission en a présenté 50 autres à l'approbation du Conseil. Dans la plupart des cas, une directive est une déclaration statutaire du Conseil, qui devient obligatoire pour les États membres 18 mois après sa publication. Il incombe à chaque État membre de faire respecter les normes de la CEE.

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

Ceux qui exportent des produits ou du matériel vers la CEE peuvent continuer à obtenir de leurs clients l'aide nécessaire concernant les normes à observer pour les envois en Europe. Si les parties intéressées sont avisées de modifier les produits à exporter vers la Communauté, elles peuvent communiquer avec la Division de l'Europe de l'Ouest 1 ou la direction du secteur industriel pertinent pour vérifier le règlement de la CEE ou pour faire préciser une directive particulière.

POLITIQUE AGRICOLE COMMUNE DE LA CEE (PAC)

Depuis son entrée en vigueur en 1962, la PAC de la CEE a influé considérablement sur la production et le commerce des produits agricoles dans les États membres de la Communauté européenne et à l'échelle internationale. Les éléments de base de cette politique comprennent (1) la suppression des obstacles au commerce intracommunautaire, (2) l'établissement de prix de soutien intérieur et (3) la définition d'une réglementation commune concernant les importations et les exportations. Par l'intermédiaire des organismes interventionnistes, qui achètent les produits agricoles à des niveaux de prix fixés à l'avance, la CEE a maintenu les prix de la plupart des produits agricoles sur le marché intérieur à des niveaux généralement bien supérieurs à ceux du marché mondial. Elle y est parvenue en protégeant le marché intérieur de la concurrence étrangère grâce à des droits d'importation variables, empêchant par là les produits étrangers d'être vendus dans la CEE à des prix inférieurs aux prix locaux et garantissant que seuls sont importés les produits répondant à un besoin que ne peut satisfaire la production de la Communauté.

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

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

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

Bien que la CEE constitue le plus vaste marché d'exportation pour les produits agricoles du Canada, ce marché est souvent difficile en raison de la PAC.

RÈGLEMENTS NATIONAUX

Belgique-Luxembourg (UEBL)

Étiquetage. L'étiquette des conserves vendues en Belgique doit porter les renseignements suivants: pays d'origine, marque de commerce, nom de l'emballleur, nom du produit, poids net, si le produit est sucré ou non, contenance en volume pour les liquides, en poids pour les solides, nom du colorant artificiel, le cas échéant, et nom du fabricant si on le connaît.

L'étiquette des produits vendus en vrac doit, par décret, porter le prix unitaire, sauf si le produit est vendu en quantités prescrites.

L'étiquette des produits de beauté doit porter, en français ou en flamand, le nom et l'adresse du fabricant, du distributeur ou de l'importateur, le nom des principaux ingrédients et l'indication de toute précaution visant leur mode d'emploi.

L'estampille des fruits et des légumes frais doit préciser le pays d'origine, l'espèce, la qualité ou catégorie et la classe de la CEE. Tout aliment contenant des huiles ou paraffines minérales est interdit à la consommation humaine et doit, s'il est destiné à l'importation, porter la mention "NON ALIMENTAIRE".

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

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

Les textiles doivent être estampillés selon les modalités de la directive 71/307/CEE.

Certificats sanitaires. Des certificats sanitaires portant la signature d'un vétérinaire du pays où l'animal a été abattu sont exigés pour les viandes, les préparations à base de viande, les abats et les graisses fondues.

Il est nécessaire d'obtenir un certificat de santé pour les animaux, y compris les chiens et autres animaux de maison, les animaux à fourrure, les abeilles, les oiseaux, la volaille et les peaux de lapin qu'on désire expédier.

On doit joindre aux expéditions de pommes, de pêches, de poires et d'agrumes un certificat phytopathologique indiquant, en français ou en flamand, que ces articles sont exempts de maladie ou d'insectes, y compris le pou de San José.

Les pommes de terre doivent être certifiées exemptes de galle noire (cécidie) et de brunissures (*Corynebacterium sepedonicum* et *Pseudomonas solanacearum*).

Le Luxembourg exige que les certificats visant les importations de pommes de terre et de tomates indiquent que ces expéditions proviennent de zones exemptes de doryphores (*Leptinotarsa decemlineata*) et de la galle noire.

Pour les importations de poissons comestibles et de produits de la pêche, il faut présenter des certificats sanitaires signés par des agents de la Direction de l'inspection et de la technologie de Pêches et Océans Canada.

Échantillons. Les échantillons n'ayant aucune valeur marchande sont exemptés de droits de douane et de taxes. Les lacérations, perforations ou simples marques peuvent enlever aux échantillons toute valeur marchande.

Les échantillons commerciaux ou de marchandises importées pour une certaine durée à une fin précise, peuvent être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée au pays; cependant, on pourra obtenir un remboursement sur présentation de la preuve d'exportation subséquente. Les importateurs intéressés à ce système doivent faire les arrangements au préalable avec les autorités douanières du pays en cause.

La Belgique et le Luxembourg font partie des États signataires de la Convention douanière relative aux carnets ATA. Les exportateurs canadiens peuvent bénéficier des services de carnet Canada (voir page 14).

Grande-Bretagne

Étiquetage. La *Trade Descriptions Act* de 1968 ne comporte aucune disposition générale exigeant d'indiquer la provenance des produits importés. Cette loi interdit toutefois l'importation de tout produit ou pièce de produit portant une marque de commerce contrefaite ou une fausse désignation de fabrique, notamment des indications trompeuses concernant le lieu de fabrication, de production, de transformation ou de remise en état.

En vertu des dispositions de la *Trade Descriptions Act* de 1972, à l'exception des produits usagés, des contenants ou des étiquettes utilisés pour d'autres marchandises, l'indication du pays d'origine doit être mise en évidence sur certains produits importés portant un nom ou une marque britannique ou toute marque susceptible d'être prise pour un nom ou une marque britannique sauf si le nom ou la marque ne figure pas visiblement ou n'est pas susceptible de l'être au moment d'une inspection raisonnable. Certaines marchandises ne sont pas assujetties aux exigences de la *Trade Descriptions Act* de 1972 à la suite de décrets émis par le ministère du Commerce.

La conversion au système métrique complique l'inscription des poids et des quantités permises pour la vente de produits alimentaires.

La conversion au système métrique se poursuit au Royaume-Uni; aucune date d'achèvement n'a été arrêtée. Dans le secteur de l'emballage des produits alimentaires, la conversion avance à des degrés divers; ainsi, on a des produits en unités métriques seulement, en unités jumelées ou en unités impériales seulement. Dans certains cas, les secteurs industriels ont convenu de contenants métriques déterminés, d'autres utilisent des contenants provisoires. En ce qui concerne les marchandises en vrac pesées devant le consommateur, on n'est parvenu à aucune entente; les discussions sont au point mort. Le Metrication Board dispose d'une liste exhaustive sur l'avancement de la conversion de tous les produits; cette liste comprend également des

renseignements sur les marchandises qui ne peuvent être vendues qu'en certaines quantités.

Le *Consumer Protection Act* de 1961 stipule, entre autres, que les robes de nuit inflammables doivent porter l'inscription "Warning — Keep away from fire" (Attention — Tenir loin de la flamme). Les dispositions légales (S.I.) S.I. No 839 de 1967 et le décret d'interdiction SI. No. 728 de 1978 sur les produits chimiques ignifuges s'appliquent.

Le 1^{er} janvier 1976, tous les pays membres de la CEE ont adopté de nouveaux règlements visant la manière d'indiquer sur l'étiquette des textiles leur teneur en fibres. Le nom général de la fibre (par exemple, acrylique) doit être indiqué, accompagné ou non de la marque de commerce (par exemple, Acrilon, Orlon) ainsi que le pourcentage de cette fibre dans la composition du produit, suivi du nom des autres fibres qui le composent par ordre décroissant de poids. Les expressions "100 %", pur(e), "tout(e)" et autres termes semblables ne sont permis que lorsque le produit comprend un seul genre de fibre ou ne contient qu'une très faible quantité de corps étrangers.

Il existe en Grande-Bretagne une réglementation complexe et exhaustive visant l'importation et la vente des aliments, y compris leur composition, les additifs permis, les colorants, les antioxydants, les agents de conservation, les solvants, les aromatisants, les normes, les étiquettes et le contenu, la dimension des inscriptions sur les étiquettes portant sur le contenu, les listes d'ingrédients, etc. (On recommande aux exportateurs d'obtenir de leurs agents ou des importateurs du produit alimentaire en cause tout détail ou précision qui s'y applique en particulier.) Règle générale, les règlements prévoient des contrôles stricts et étendus touchant l'étiquetage des produits alimentaires, la réclame dont ils sont l'objet et les vertus qu'on prête à certains d'entre eux. Voici les points saillants de la loi appelée *Labelling of Food Regulations* de 1970, dont les dispositions modifiées sont entrées en vigueur le 1^{er} janvier 1973.

- (1) Tous les aliments préemballés destinés à la vente au détail doivent porter sur l'étiquette leur nom commun ou usuel (s'ils en ont un) ou une "appellation convenable" qui renseigne l'acheteur sur la nature réelle des aliments.
- (2) Les aliments non préemballés ou qui contiennent deux ou plusieurs ingrédients (à l'exception du pain, des pâtisseries, des confiseries, du chocolat et des boissons entièrement liquides) doivent porter une étiquette volante ou gommée précisant leur contenu à l'acheteur.
- (3) On a adopté des désignations précises à utiliser pour l'étiquetage du poisson préemballé ou non emballé.
- (4) L'étiquette des aliments préemballés doit comprendre le nom d'une personne responsable, à savoir l'emballeur ou l'étiqueteur, ou encore le nom de la personne pour laquelle l'aliment est emballé ou étiqueté.
- (5) La plupart des aliments préemballés doivent porter une étiquette qui dresse une liste complète des ingrédients, y compris les additifs, par ordre décroissant de poids.
- (6) Des règlements particuliers précisent la façon de disposer les renseignements requis pour les rendre facilement visibles à l'acheteur.
- (7) Pour ce qui est des vertus amincissantes ou autres prêtées par la publicité à divers aliments, il faut d'abord satisfaire aux critères précisés dans les règlements pertinents avant de les inscrire sur l'étiquette, qui doit renfermer tous les renseignements appropriés.
- (8) Pour ce qui est des mélanges en poudre, on doit indiquer clairement sur les étiquettes les ingrédients qui devront être ajoutés par l'acheteur.

Certificats sanitaires (Produits végétaux et d'origine animale). Actuellement, les importations de bétail sont interdites pour des raisons de maladie. Les importations de carcasses sont permises sur présentation d'une licence générale, le Canada ayant un système reconnu d'inspection des viandes avant et après abattage. Le Canada n'est pas un fournisseur approuvé de volailles. Par ailleurs, il existe des mesures sévères pour l'importation de chevaux vivants principalement en raison des maladies en Grande-Bretagne. Les animaux domestiques importés sont soumis à six mois de quarantaine comme mesure de prévention de la rage.

Pour l'exportation de plantes et de produits végétaux, d'animaux et de produits d'origine animale vers la Grande-Bretagne, il est souvent nécessaire de joindre à l'envoi un certificat sanitaire délivré par Agriculture Canada. Pour qui désire s'implanter sur ces marchés, il est à conseiller d'entrer en contact avec la Direction de l'hygiène vétérinaire (pour les animaux et les produits d'origine animale) ou avec la Division de la protection des végétaux (pour les plantes et les produits végétaux) d'Agriculture Canada ou avec un bureau régional de ce ministère afin de connaître les conditions à remplir pour expédier de tels produits en Grande-Bretagne.

Par ailleurs, il faut joindre aux expéditions de pommes et d'oignons des certificats phytosanitaires et aux livraisons de produits de carcasses des certificats de soins vétérinaires et autres documents. Dans le cas de produits de carcasses, il faut communiquer avec la Direction générale de l'hygiène des viandes, d'Agriculture Canada.

Règlements relatifs aux marques de contrôle. Aux termes du *Hallmarking Act* de 1973, est coupable d'infraction toute personne qui, à l'occasion d'un échange ou d'une transaction commerciale, prétend qu'un article non contrôlé est entièrement ou partiellement en or, en argent ou en platine ou vend tout article ainsi décrit. Cette loi vise aussi bien les articles importés que les produits nationaux. Cependant, les marchandises canadiennes destinées à la réexportation ne sont pas visées par ces dispositions ainsi que les articles ne contenant qu'un de ces métaux précieux, d'une pureté minimale et d'un poids inférieur à celui qui est spécifié dans le tableau suivant:

Or — 1 gramme
Argent — 7,78 grammes
Platine — 0,50 gramme

Tout article fait d'un seul ou de plusieurs de ces métaux précieux d'une pureté minimale et qui est trop petit ou trop mince pour porter une marque de contrôle.

Échantillons en franchise temporaire. En vertu des *Commercial Samples (Temporary Importation) Regulations* de 1955, il est permis d'importer temporairement au Royaume-Uni pour faciliter l'obtention de commandes des échantillons commerciaux sans payer de droits de douane ou de taxe sur la valeur ajoutée, et ce, sous réserve de certaines conditions.

Cette exemption peut être demandée par:

- a) les voyageurs de commerce ou les représentants de firmes outre-mer;
- b) des personnes ou des entreprises établies au Royaume-Uni. Dans les deux cas, il faut respecter les conditions suivantes:
 1. Le propriétaire des marchandises doit être un étranger.
 2. L'importateur doit fournir une garantie suffisante, soit un dépôt ou une caution. Le mandat et le garant de la caution doivent être des personnes résidant en Grande-Bretagne ou des sociétés à responsabilité limitée qui y sont enregistrées.

3. Chaque échantillon doit être représentatif d'une catégorie particulière d'articles fabriqués ou à fabriquer à l'étranger.
4. Les échantillons doivent servir à seules fins de présentation ou de démonstration en vue d'obtenir des commandes de marchandises en provenance de l'étranger.
5. Aucun paiement ne sera versé pour ces échantillons. Cependant, l'importateur ou le client éventuel a droit à l'exemption s'il doit payer les frais ordinaires de transport et d'assurance pour ces produits.
6. Habituellement, un seul échantillon de chacun des articles d'une même description, catégorie, genre ou couleur sera admis en franchise temporaire, mais une certaine latitude sera accordée, par exemple, les articles de peu de valeur ou qui sont susceptibles de se défraîchir ou d'être endommagés par suite de la manutention.

C'est l'importateur ou son agent qui se charge de l'entrée des échantillons à l'aide de la formule C.10 accompagnée d'une liste des échantillons, en double exemplaire. Cette liste doit donner une description suffisamment complète de chaque échantillon pour permettre de l'identifier et doit également préciser pour chacun des articles la valeur c.a.f. au Royaume-Uni. Chaque feuillet doit porter la date et la signature de l'importateur.

L'importateur ou son agent doit également fournir tout renseignement additionnel ou autres documents dont pourrait avoir besoin le douanier pour lui permettre d'identifier les échantillons, soit en y apposant une marque ou un sceau.

Au moment de la réexportation, l'importateur ou son agent doivent présenter au douanier les marchandises avant le départ du navire, de l'avion, etc. Le connaissement original et le double, le quatrième exemplaire de la déclaration d'importation et la liste certifiée des échantillons doivent être envoyés au douanier au port de sortie suffisamment tôt pour permettre l'inspection avant le départ du navire ou de l'avion.

Après réexportation des marchandises, le douanier s'assure que l'on a respecté toutes les conditions pertinentes et prend alors les dispositions nécessaires pour le remboursement du dépôt ou l'annulation de la garantie.

Échantillons commerciaux en franchise temporaire en vertu d'un carnet ATA. Comme solution de rechange aux dispositions susmentionnées, il est possible d'importer en franchise des échantillons en Grande-Bretagne pour une période de six mois, selon les modalités d'un carnet international ATA. (voir page 14).

Danemark

Étiquetage. Certains produits doivent porter une étiquette indiquant leur pays d'origine. Ces produits comprennent les matériaux pour toiture, les transformateurs, les moteurs, les accessoires domestiques, les articles en aluminium, les gonds, les clous, les vis, les couteaux, les brosses et pinces, les crayons, les savons en poudre, les balais mécaniques (pour tapis), les piles sèches, la corde, la ficelle, les pianos, les orgues, la viande et ses dérivés, la volaille et les oeufs, les accessoires agricoles et les outils. Dans la majorité des cas, l'étiquetage de ces produits peut se faire après leur arrivée.

Les matières grasses, le suif et le miel doivent porter la mention "UDENLANSK" (étranger). Les pierres tombales, les meubles et les châssis de meubles doivent être étiquetés "TILVIRKET I UDLANDER" (fabriqué à l'étranger).

Les étiquettes sur les textiles doivent être rédigées en danois ou dans une langue scandinave, et préciser le contenu en fibres. Les aliments emballés doivent être étiquetés conformément aux directives de l'Institut national des aliments.

Certificats. Pour les pommes de terre, les plantes, les animaux et les produits d'origine animale, il faut se procurer un certificat sanitaire émis par Agriculture Canada. Les aliments à destination du Danemark doivent répondre aux normes de pureté du Danemark en plus de satisfaire aux exigences du certificat sanitaire. Les exportateurs estimeront sans doute utile de consulter des importateurs afin de connaître les normes qui s'appliquent à des produits particuliers.

Les importations d'arachides (qu'elles soient sucrées, salées, grillées ou en écales), de beurre d'arachide ou d'huile d'arachide brute doivent être accompagnées d'un certificat de l'Institut national des aliments du Danemark pour le dédouanement. L'accès de ces produits au Danemark est interdit si, au cours de l'inspection, on y détecte la présence d'aflatoxine.

Échantillons. On peut importer au Danemark, en franchise, des échantillons sans valeur marchande ou impropres à l'utilisation commerciale. Les échantillons ordinaires des voyageurs peuvent être admis sans imposition de droits pour une période de 12 mois, sur dépôt d'une garantie remboursable à l'exportation des échantillons.

Par contre, les échantillons commerciaux ou les biens importés pour une période provisoire à une fin précise pourront être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée du pays; cependant, on pourra obtenir un remboursement sur présentation de la preuve d'exportation. Les importateurs intéressés à ce système doivent prendre les arrangements préalables avec les autorités douanières du pays en cause.

Les exportateurs canadiens peuvent se munir d'un carnet ATA pour viser les échantillons commerciaux utilisés en démonstration ou pour prendre des commandes.

France

Étiquetage. Des exigences particulières en matière d'étiquetage s'appliquent aux produits importés; mentionnons les fruits et les légumes frais, les fruits et les légumes en conserve ou partiellement transformés, les aliments surgelés, les additifs alimentaires, le café, les textiles et les moteurs électriques.

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

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

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

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

Certificats sanitaires. On exige des certificats sanitaires pour les produits alimentaires d'origine animale ou marine et pour les fruits frais. Les importations de chevaux vivants doivent entrer en France avec un certificat vétérinaire signé par un fonctionnaire d'Agriculture Canada.

Les expéditions de plantes et d'arbustes doivent être accompagnées d'un certificat phytopathologique signé par un fonctionnaire d'Agriculture Canada. Les graines de plantes fourragères requièrent un certificat de pureté. Il est souvent nécessaire, lorsqu'on exporte des plantes, des produits végétaux, des animaux ou des produits d'origine animale sur les marchés étrangers, d'y joindre un certificat sanitaire émis par Agriculture Canada. Si vous prévoyez vous lancer sur ces marchés, nous vous conseillons de consulter la Direction de l'hygiène vétérinaire (pour les animaux et les produits d'origine animale), ou la Division de la protection des végétaux (pour les plantes et les produits végétaux) d'Agriculture Canada, à Ottawa ou à votre bureau régional afin de connaître les conditions précises s'appliquant à toutes situations.

Pour importer du poisson et des produits de poisson comestibles, il faut obtenir des certificats d'inspection sanitaire signés par les agents de la Direction de l'inspection et de la technologie de Pêches et Océans.

Certificats d'origine. Des certificats d'origine sont requis pour les expéditions de produits transformés dans des pays autres que ceux d'origine, les produits en provenance de Hong Kong, les eaux minérales *naturelles*, certains tapis et moquettes et le café. Les certificats d'origine peuvent être approuvés par la Chambre de commerce de France, par une Chambre de commerce canadienne ou un Board of Trade, ou par le consul de France dans les grandes villes canadiennes.

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

Échantillons. Le voyageur de commerce doit prouver, au moyen de sa "carte professionnelle", que les échantillons de valeur marchande qu'il importe autrement que dans ses bagages personnels, en vertu d'une procédure d'admission provisoire en franchise, lui sont destinés. La carte professionnelle d'accréditation que doit posséder tout voyageur de commerce en France, quelle que soit sa nationalité, permet cette admission en franchise avec garantie pour une période d'un an. Dans le cas d'échantillons destinés à des représentants commerciaux, à des directeurs de succursales, à des commerçants ou à des négociants à commission, les destinataires doivent prouver leur droit aux articles en présentant leur carte professionnelle.

Par contre, les échantillons commerciaux ou les biens importés pour une période provisoire à une fin précise pourront être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée au pays; cependant, on pourra obtenir un remboursement sur présentation de la preuve d'exportation. Les importateurs intéressés à ce système doivent prendre les arrangements *préalables* avec les autorités douanières du pays en cause.

La France est membre de la Convention douanière relative au carnet ATA (pour l'admission provisoire des produits) et de la Convention douanière relative aux carnets ECS (pour l'importation d'échantillons commerciaux), qui stipulent que les échantillons de produits accompagnés d'un carnet ECS (pour l'importation d'échantillons commerciaux) peuvent passer d'un pays à un autre sans dépôt d'une garantie à chaque frontière. Au Canada, ces carnets sont émis par Carnet Canada (voir page 14).

Allemagne fédérale

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

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

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

Certificats phytosanitaires. Toutes les livraisons de fruits frais, de viandes fraîches et conditionnées, et de plantes vivantes à destination de l'Allemagne, doivent être accompagnées d'un certificat sanitaire émis dans le pays d'origine, qui atteste le fait que les marchandises sont exemptes de maladie ou de parasites. L'examen sanitaire doit avoir été effectué dans les 20 jours qui précèdent la date d'exportation.

Certificats d'origine. Normalement les règlements allemands n'exigent pas de certificat d'origine. Les importateurs peuvent être tenus de présenter des certificats d'origine pour certains textiles, pour des marchandises contingentées, pour certains produits agricoles non exempts de droits et pour d'autres importations auxquelles on applique le tarif préférentiel. On exige deux exemplaires authentifiés par une chambre de commerce reconnue. Aucune formule spéciale n'est prescrite pour le certificat d'origine, mais ce dernier doit comporter la description des produits, le nom et l'adresse du fabricant et(ou) de l'expéditeur, les marques et les numéros des paquets et leur contenu, leur valeur et le mode de transport. Dans les cas où la loi n'oblige pas les intéressés à fournir les certificats d'origine, les autorités douanières allemandes peuvent exiger une preuve d'origine sous forme de documents d'expédition, de factures, de lettres ou d'autres documents attestant l'origine.

Certificats sanitaires. Des certificats sanitaires sont nécessaires pour l'importation de volaille vivante ou apprêtée et d'oeufs pour la couvaison, d'oiseaux de chasse et de plumes provenant d'oiseaux domestiques ou sauvages, assurant l'absence de maladies infectieuses, dont la maladie de Newcastle.

Le certificat vétérinaire est obligatoire pour les importations de vaches laitières; il doit prouver que les animaux exportés et le troupeau dont ils proviennent ne sont pas atteints de brucellose.

Échantillons. Les échantillons sans valeur marchande ou qui ont été rendus inutilisables à des fins commerciales sont admis en franchise sous la surveillance des autorités douanières. Les échantillons d'essai ne pouvant être utilisés à d'autres fins sont également admis en franchise.

Les échantillons considérés comme ayant une valeur marchande sont soumis aux mêmes droits de douane que les livraisons commerciales du même produit.

Les échantillons peuvent être admis moyennant une garantie et sur paiement des droits pour une période d'un an. Les droits sont remboursés intégralement à la réexportation des échantillons, qui ne se fera pas nécessairement par le port d'entrée initial. (Voir également le chapitre "Entrée provisoire (Carnet)" page 14).

Par contre, les échantillons commerciaux ou marchandises importés pour une période provisoire à une fin précise pourront être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée au pays; on pourra cependant obtenir un remboursement sur présentation de la preuve d'exportation. Les importateurs intéressés à ce système doivent prendre les arrangements préalables avec les autorités douanières du pays en cause.

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

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

Irlande

Étiquetage. Règle générale, on n'exige pas que les importations portent l'indication de leur pays d'origine. Habituellement, les produits importés qui ne portent pas une marque ou un nom, que ce soit directement sur le produit ou sur l'emballage, ne sont pas tenus de porter une indication de leur origine. On considère qu'il y a infraction à la loi si le produit porte une description, un énoncé ou une autre indication de nature fautive ou mensongère concernant le poids, le nombre, la quantité, la composition, le mode et le lieu de fabrication, la marque de commerce, etc.

Certains meubles et articles d'ameublement neufs, faits entièrement ou en majeure partie de bois, doivent porter en permanence l'indication de leurs pays d'origine, tant en irlandais qu'en anglais. La vaisselle de céramique et certains autres articles de céramique doivent également porter l'indication du pays d'origine, mais cette fois seulement en anglais.

La fabrication, la préparation, l'importation, l'entreposage, la distribution, l'exposition pour vente et l'annonce de cyclamate et d'aliments à base de cyclamate sont généralement interdits, à moins que le contenant du cyclamate ou le contenant de l'aliment ne portent une étiquette de mise en garde, selon les exigences du ministre de la Santé.

Tous les articles importés en or ou en argent, à l'exception des objets ayant un dessin oriental et des antiquités fabriquées avant 1800, doivent être testés, estampillés et marqués par le Assay Office de Dublin. Tous les bijoux portant un signe laissant penser qu'il s'agit d'un souvenir d'Irlande doivent porter l'indication du pays d'origine.

Les importations suivantes doivent maintenant porter l'indication du pays d'origine: les biscuits, les articles en émail vitreux, les articles de plomberie en laiton et les raccords de compression, les bouilloires électriques, les articles creux en aluminium, les bas, les chaussettes, les chaussons, le bas de nylon, les bas-culottes, les collants, les vêtements de dessus pour hommes et garçons, les vêtements tricotés et crochetés et les tapis.

Étiquetage des contenants. Il n'y a pas de règlements particuliers, mais des expéditions bien faites supposent que les paquets portent l'indication du destinataire, sans oublier le port, et qu'ils sont numérotés, à moins que la livraison soit telle que le contenu du paquet puisse être facilement identifié sans numéro. Bien que la loi irlandaise n'exige pas l'indication du pays d'origine, on recommande aux expéditeurs d'indiquer sur les contenants que la marchandise provient du Canada.

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

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

Échantillons commerciaux. Les échantillons de valeur négligeable sont exempts de droits. D'autres genres d'échantillons commerciaux peuvent être importés provisoirement par des personnes qui déposent une garantie ou un montant d'argent (qui seront annulés ou remboursés au moment de la réexportation) pour couvrir le montant des droits de douane normaux et des taxes imposables.

L'Irlande est signataire du Carnet ATA; les exportateurs canadiens peuvent donc obtenir ce carnet qui leur facilite l'importation provisoire en franchise d'échantillons canadiens en Irlande (voir page 14).

Italie

Étiquetage. Les lois italiennes sur l'étiquetage visent surtout la composition du produit plutôt que son origine. Les produits sur lesquels doit figurer le contenu sont les aliments emballés, les boissons distillées, le vin, le ciment, la chaux, les médicaments et certains instruments de musique.

L'étiquetage des aliments doit également indiquer l'état du produit au moment de l'emballage, c'est-à-dire si le produit est réfrigéré, congelé, en conserve, etc., le poids en unités métriques, des renseignements relatifs à la conservation, à la décongélation et à la préparation, la durée de conservation, les additifs, etc. Les aliments en conserve doivent porter le nom et l'adresse de l'emballer, la marque de commerce ou la marque nominative, la nature du contenu et la quantité en unités métriques. Les produits à base de farine de soya doivent porter une étiquette précisant la présence d'épices, de colorants et de glutamate monosodique.

Tous les produits textiles doivent porter une étiquette rédigée en italien indiquant leur teneur en fibres, la marque de commerce ou la griffe de l'importateur, du fabricant ou du vendeur. En outre, on exige également un certificat d'origine pour chaque expédition de textiles.

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

Les métaux précieux doivent être poinçonnés.

Certificats. Un certificat d'hygiène émis dans les pays d'origine doit accompagner les animaux vivants. Le bétail doit subir dans les 30 jours qui précèdent l'exportation, une analyse sérologique du sang afin de déceler la présence de brucellose, les résultats de l'épreuve doivent être négatifs. Le certificat doit faire état du résultat négatif et indiquer que l'animal provient d'une région où il n'y a pas de cas de brucellose.

Les chevaux importés en Italie sont soumis à une quarantaine de 21 jours. La viande et ses dérivés, ainsi que le lait et les produits laitiers, qui proviennent d'animaux dont la nourriture contient des oestrogènes servant à les engraisser ou les stériliser sont strictement interdits. Les importations doivent être accompagnées d'un document certifiant que l'alimentation a été exempte d'oestrogènes.

Des certificats d'inspection sanitaire signés par des fonctionnaires de la Direction de l'inspection et de la technologie de Pêches et Océans Canada sont nécessaires pour les importations de poissons et de produits dérivés comestibles.

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

Les produits qui suivent sont soumis aux règlements d'importation relativement à leur acceptabilité à des fins de consommation publique; en outre, ceux qui exportent ces produits vers l'Italie doivent fournir des documents prouvant qu'ils sont propres à la consommation: les produits pour les soins des yeux, les teintures pour cheveux, les produits chimiques comme les additifs alimentaires, la cire d'abeille et le miel, les additifs féculents, les outils électriques, le matériel industriel, les détergents synthétiques et les insecticides en aérosol.

Échantillons. Les échantillons n'ayant pas de valeur marchande sont admis en franchise et sans taxe. Les échantillons expédiés comme bagage non gardé ou marchandise sont considérés comme des livraisons commerciales ordinaires. Pour que ceux-ci soient acceptés comme échantillons, l'importateur doit être reconnu comme voyageur de commerce par la Chambre de commerce italienne ou posséder une déclaration notariée en ce sens émise par le consulat d'Italie. On exige un certificat d'origine vérifié par la Chambre de commerce du pays d'origine et le dépôt d'une somme égale aux droits de douane et aux taxes à payer sur les produits, qui sera remboursée à l'exportation, sous la surveillance des douanes.

Par contre, les échantillons commerciaux ou marchandises importés temporairement à une fin précise pourront être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée au pays; on pourra, cependant, obtenir un remboursement sur présentation de la preuve d'exportation. Les importateurs intéressés à ce système doivent prendre les arrangements *préalables* avec les autorités douanières du pays en cause.

Les commerçants canadiens peuvent avoir recours à une procédure simplifiée en utilisant un carnet puisque l'Italie est signataire de la Convention touchant le Carnet ATA (Voir page 14).

Pays-Bas

Étiquetage. En général, les exigences concernant le pays d'origine ne visent que les corrections à l'origine et les fausses indications d'origine. Actuellement il n'y a pas de règlement en vigueur aux Pays-Bas sur la façon dont il faut indiquer la marque de commerce sur les produits importés. Les fruits et les légumes frais doivent être étiquetés conformément aux directives de la CEE, pour ce qui est du genre de produit, du pays d'origine, et de la classification de la CEE. La classification peut être faite après l'importation, sous la surveillance des autorités néerlandaises appropriées.

Certificats. Les certificats d'origine ne sont habituellement pas nécessaires. Dans le cas contraire, on en demande deux exemplaires, certifiés par une Chambre de commerce reconnue.

Des certificats d'hygiène authentifiés par un fonctionnaire du service vétérinaire, dans le pays d'origine, sont exigés pour les livraisons de bovins, de porcs, de volaille et de chevaux vivants et destinés à la consommation humaine. On doit également présenter des certificats pour la viande fraîche, réfrigérée ou congelée, les préparations à base de viande, les engrais chimiques et la nourriture pour animaux contenant de la viande animale, des os ou du sang.

Des certificats sanitaires sont nécessaires pour les livraisons de fruits, c'est-à-dire les pommes, les poires, les pêches, les prunes, les cerises et les agrumes, dont le poids dépasse 10 kg.

Nous vous conseillons de communiquer avec la Direction de l'hygiène vétérinaire ou la Division de la protection des végétaux d'Agriculture Canada, à Ottawa ou à votre bureau régional, afin de préciser les conditions à respecter dans toute situation particulière.

Les médicaments préparés et vendus au détail doivent être enregistrés à l'importation, auprès des autorités de l'hygiène publique des Pays-Bas. Ces produits doivent être étiquetés selon les exigences du Conseil de l'hygiène publique. On peut obtenir des détails en s'adressant à la Division de l'Europe de l'Ouest 1.

Échantillons. Les échantillons sans valeur marchande sont admis en franchise. L'importation provisoire en franchise et sans taxe est permise pour les échantillons qui sont importés dans le seul but d'obtenir des commandes. Ces importations peuvent être faites sur garantie ou sur versement des droits de douane; ces sommes feront l'objet d'un remboursement au moment de l'exportation. Les Pays-Bas sont signataires de la Convention douanière touchant le Carnet ATA, aux fins d'importation provisoire de produits; les exportateurs canadiens peuvent donc bénéficier des services de Carnet Canada. (Voir page 14).

LE COMMERCE AVEC LA BELGIQUE

par la Division commerciale
Ambassade du Canada, Bruxelles

La Belgique possède une économie industrielle très avancée caractérisée par une dépendance fondamentale à l'égard des matières premières en provenance de l'étranger. À l'exception du charbon, la Belgique importe pratiquement toutes ses matières premières et ses ressources énergétiques qu'elle finance par l'exportation d'une vaste gamme de produits ouvrés et semi-ouvrés.

La majeure partie de l'industrie lourde de la Belgique (par ex. acier) se situe dans le sud (Wallonie), où l'on exploitait à l'origine les mines de charbon. La région flamande était à l'ori-

gine un centre de l'industrie textile; elle regroupe aujourd'hui d'importantes industries comme celles de la transformation des métaux, des produits pétrochimiques, du transport, des services, de la construction et des aliments. À cet égard, l'investissement a été particulièrement important pour l'implantation de ces nouvelles industries.

La Belgique est depuis toujours pour le Canada le troisième ou quatrième important débouché de la CEE. Les exportations canadiennes se composent en grande partie de minerais, de produits forestiers et alimentaires et d'une vaste gamme de produits manufacturés.

Les principales exportations de la Belgique sont les métaux et les produits métalliques, les automobiles, les textiles, les produits chimiques, les aliments, les boissons, les produits du tabac et les diamants.

Le marché belge est compact et ouvert; de nombreuses firmes étrangères y établissent souvent une tête de pont pour acquérir de l'expérience sur les marchés de l'Europe de l'Ouest et s'y implanter.

La plupart des hommes d'affaires canadiens estiment qu'il est relativement facile et peu dépay-sant de faire des transactions commerciales en Belgique. Chose intéressante à noter, nous parlons la même langue (le français) tandis que l'anglais est compris par beaucoup de personnes, particulièrement dans la région flamande du pays. Les coutumes sociales et le rythme de vie ressemblent beaucoup à ceux du Canada, à quelques minimes exceptions près. Soyez prêt à serrer la main au moment d'une rencontre, oubliez votre prénom et rappelez-vous que les Belges ont inventé le déjeuner qui dure trois heures et la cuisine qui lui donne tant d'importance! Muni de ces renseignements, vous devenez instantanément accepté sur le plan social.

Les renseignements sur le marché belge sont facilement accessibles. Le gouvernement tient à jour des statistiques sur l'économie et l'industrie est caractérisée par un grand nombre d'associations commerciales puissantes. Ces associations, qui groupent les membres d'un secteur particulier de l'industrie, offrent une foule de renseignements sur les diverses entreprises de fabrication et leurs produits, de même que sur les secteurs des services.

La Belgique, malgré son ouverture au commerce avec l'étranger, demeure cependant un marché complexe offrant des exemptions de droits aux autres pays membres de la CEE. Les entreprises canadiennes qui espèrent faire concurrence aux sociétés belges doivent porter une attention particulière à la qualité, au prix et au délai de livraison, trois facteurs auxquels les hommes d'affaires belges, tout comme leurs homologues canadiens, attachent une très grande importance.

Comment alors, aborder ce marché? Il nous est impossible d'apporter une réponse qui satisfasse les besoins de chacun, étant donné que les différents produits se vendent de diverses façons et que chaque fabricant utilise la méthode d'exploitation qu'il préfère. Dans certains cas, les ventes directes constituent la meilleure solution, particulièrement si vous faites affaire avec une entreprise à succursales multiples ou si vous disposez d'un ou plusieurs comptes industriels importants.

Cependant, la plupart des entreprises canadiennes trouvent avantage à recourir aux services d'un représentant du fabricant ou d'un importateur-distributeur. Il existe bon nombre d'organismes de ce genre en Belgique mais l'exportateur doit prendre le soin de choisir l'entreprise la plus solide pour ce travail. En raison de la concurrence très vive qui s'exerce sur le marché, il est quelquefois difficile de trouver les représentants qui conviennent et qui ne sont pas déjà entièrement engagés.

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

Cependant, nous vous recommandons de bien examiner la nomination d'un agent ou d'un représentant avant de vous engager car ces ententes lient les parties en cause et ne peuvent prendre fin qu'en conformité des lois locales. Ainsi, il serait préférable de conclure des ententes bien arrêtées avec période d'essai plutôt que des ententes modifiables. Quoi qu'il en soit, il est conseillé d'avoir recours aux services de conseillers juridiques compétents.

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

Vous pouvez également obtenir un entretien personnel en participant à des foires commerciales ou en les visitant. Bien que bon nombre de foires locales et quelques foires internationales importantes aient lieu en Belgique chaque année, bon nombre d'entreprises canadiennes considèrent qu'elles obtiennent d'aussi bons résultats en participant aux grandes foires internationales qui se tiennent régulièrement en Allemagne et en France. Les meilleurs et les plus dynamiques agents belges assistent habituellement à ces foires.

Les ventes au gouvernement de Belgique constituent un autre aspect de la commercialisation qui vaut la peine d'être mentionné. Tout comme la plupart des pays, la Belgique désire élever le niveau de sa technologie et créer le plus grand nombre d'emplois à l'intérieur de ses frontières. En fait, la Belgique pratique depuis nombre d'années une politique de "compensations économiques" ou de "dédommagements" pour assurer à l'économie belge un certain profit lorsque le gouvernement est contraint d'acheter à l'étranger. Il résulte de cette politique que les fournisseurs étrangers qui vendent des quantités considérables de matériel complexe au gouvernement belge doivent être disposés à garantir des emplois en Belgique à un niveau technique comparable. Il existe certaines directives fondamentales et fermes sur la portée de cette garantie et chaque cas fait l'objet d'une décision individuelle. L'objectif consiste simplement à assurer à la Belgique la meilleure transaction possible. Si vous souhaitez réaliser une vente importante au gouvernement belge, nous vous suggérons fortement d'analyser avec soin cette politique fermement établie.

Certaines personnes seront peut-être tentées de considérer le marché de la Belgique, comme une simple extension des marchés français, néerlandais ou allemand, en raison de ses dimensions restreintes et de sa situation géographique avantageuse (au centre de la CEE). C'est là un point de vue qu'il convient de corriger. Pour la plupart des produits, la Belgique offre un marché unique et particulier, qui doit être abordé d'une façon unique et particulière. Il n'est certes pas possible de vendre de tout en Belgique, mais il y a moyen d'y vendre bien des choses. Nous avons l'impression que vous trouverez le marché qui vous intéresse. Nous attendons avec plaisir vos lettres et, plus particulièrement, votre visite.

LE COMMERCE AVEC LA GRANDE-BRETAGNE

par la Division commerciale
Haut-commissariat du Canada
Londres

Les Britanniques connaissent très bien le Canada et le respectent; la porte y est plus largement ouverte aux hommes d'affaires canadiens que dans beaucoup d'autres pays.

Cela ne veut pas dire que le marché de Grande-Bretagne soit facile; il s'y exerce une forte concurrence et la valeur des produits y est fort bien connue. L'ouverture à la concurrence des autres pays de la CEE y est de plus en plus manifeste, de même qu'aux produits industriels des pays en voie de développement. Néanmoins, les Canadiens auront toujours facilement accès à ce marché, car les Britanniques considèrent toujours le Canada comme un fournisseur traditionnel et accueillent les initiatives prises par les entreprises canadiennes.

Cependant, il serait sage d'accepter au départ le fait qu'en Grande-Bretagne les choses ne se font pas de la même manière qu'au Canada et que l'homme d'affaires britannique est habituellement un peu plus prudent que son homologue canadien. Il faut peut-être user de plus de persuasion pour le convaincre, ne serait-ce qu'en raison de la distance qui sépare les deux pays. Il a tendance à adopter un point de vue global à cause des traditions impérialistes de la Grande-Bretagne et il demeure généralement un peu plus sceptique que d'autres sur la qualité de la trappe à souris que vous lui présentez comme la meilleure qui ait jamais été inventée. Cela dit, il écouterait calmement vos suggestions, mais il insistera pour obtenir des renseignements détaillés sur vos produits et sur les antécédents de votre société. Aussi, la discrétion des Britanniques n'est pas un mythe; en Grande-Bretagne, la réussite dans les affaires est basée sur la réflexion. L'exportateur avisé tient compte de cette caractéristique nationale.

L'expérience nous a appris que l'homme d'affaires avisé visite régulièrement la Grande-Bretagne et il ne fait aucun doute qu'une recherche personnelle sur place est particulièrement utile pour évaluer les possibilités du marché et établir des contacts fermes et fructueux. Cependant, le choix de la période de l'année constitue le facteur le plus important. Règle générale, il serait préférable d'éviter la saison des vacances, c'est-à-dire du début de juillet au début de septembre. Tout comme au Canada, les écoles sont fermées et bon nombre d'hommes d'affaires prennent leurs vacances pendant cette période. Ceux d'entre vous qui ont déjà tenté de conclure des affaires en juillet et en août à Vancouver, Toronto ou Montréal, savent ce que la saison des vacances représente pour plusieurs directeurs. En outre, nous recommandons aux visiteurs d'éviter de venir pendant la période des grandes vacances car tout comme au Canada, on a tendance à prendre un jour de plus pour allonger la fin de semaine à la campagne ou amener son épouse en mini-vacances sur le continent européen.

Il y aurait certainement avantage à prévoir une visite pendant une foire ou une exposition industrielle qui présente un intérêt particulier. C'est surtout à Londres que se tiennent les expositions nationales et internationales mais le nouveau centre national des expositions à Birmingham, inauguré en février 1976, attire un certain nombre d'expositions importantes hors de la capitale.

Les chambres d'hôtel doivent être réservées longtemps avant l'arrivée, particulièrement à Londres qui, de nos jours, connaît une vogue touristique qui dure toute l'année. Jusqu'à tout récemment, on pouvait présumer que les prix des hôtels comprenaient le petit déjeuner "anglais", mais tel n'est plus le cas. Dans certains hôtels, le petit déjeuner "continental" est compris dans le prix, mais dans les principaux hôtels, le coût du déjeuner doit être assumé par le touriste.

Les frais de location de voiture varient selon la société de location et la dimension de la voiture. À moins d'avoir un cœur particulièrement solide, il vaudrait peut-être mieux utiliser le réseau très au point de transport public (trains, taxis) plutôt que de prendre le risque d'affronter la circulation britannique particulièrement dense et les conducteurs qui insistent pour conduire du "mauvais" côté de la route. Nous vous recommandons en particulier d'utiliser les taxis dans les grandes villes britanniques. Les courses sont peu coûteuses, les conducteurs connaissent bien le réseau routier et sont courtois. L'accueil par un amical "Où allons-nous?" marque habituellement le début d'une course rapide, droit au but et peu coûteuse, au dire des Canadiens.

En ce qui concerne les restaurants, nous sommes heureux de déclarer que le mythe d'une cuisine britannique infecte est tout simplement faux. Londres est l'une des capitales mondiales où le gourmet peut déguster la cuisine d'un grand nombre de pays. La cuisine chinoise y est exceptionnelle, l'italienne est excellente et les bons restaurants italiens abondent. Les Britanniques n'ont pas non plus oublié leurs plats traditionnels, et le rosbif "Oude England" et la sole de Douvres s'y trouvent en abondance. Cependant, soyez prévenu, la nourriture coûte cher, pas autant que sur le continent, mais quand même, cher.

Cela nous amène au pourboire. Les Britanniques ne font pas d'histoires à ce sujet, mais ils comptent habituellement sur un pourboire de 10 à 15 %. Il y a une exception à cette règle: dans les "pubs", on ne donne habituellement pas de pourboire. Le visiteur qui offre un petit pourboire constate cependant que son prochain bock de bière arrive deux fois plus vite.

Les visiteurs jugent parfois utile de rendre visite à l'agent général de leur province de résidence; à cet égard, l'Alberta, la Colombie-Britannique, la Nouvelle-Écosse, l'Ontario, le Québec et la Saskatchewan ont toutes une délégation permanente dans le centre de Londres. Les délégations provinciales offrent aussi des services aux hommes d'affaires et nous (Division commerciale du Haut-commissariat) travaillons en étroite collaboration avec elles.

Les banques canadiennes sont bien représentées à Londres. Elles offrent une vaste gamme de services bancaires. Les banques dont les noms suivent ont des succursales au Royaume-Uni; si vous éprouvez quelque difficulté d'ordre bancaire, nous serons heureux de prendre rendez-vous avec un représentant de la banque de votre choix.

Banque de Montréal
Banque de Nouvelle-Écosse
Banque nationale du Canada
Banque de commerce canadienne impériale
Banque royale du Canada
Banque Toronto-Dominion

Enfin, étant donné que Londres est un centre international de commerce et de finance, on y trouve plusieurs autres organismes canadiens qui y ont installé des bureaux et que le voyageur canadien trouvera fort utiles à l'occasion. Mentionnons entre autres, la Chambre de commerce Canada-Royaume-Uni, des entreprises d'investissement et des sociétés d'assurances, des bureaux d'avocats, des maisons d'édition, des agences de publicité et des sociétés de transport maritime, aérien et ferroviaire.

Pour terminer, nous nous permettons de vous rappeler quelques-uns des points les plus importants à retenir dans l'étude du marché britannique, même les exportateurs les mieux avisés en tiennent compte avant de lancer une campagne de promotion des ventes.

1. *Demande du produit* — Déterminez à quel point il faut l'adapter pour répondre aux goûts et aux règlements du pays. Vous devez être souple si vous voulez vraiment vous assurer une part du marché britannique.

2. *Tarifs douaniers et autres règlements d'accès* — L'exportateur avisé demande par écrit au ministère de l'Industrie et du Commerce à Ottawa les renseignements dont il a besoin avant d'élaborer des plans concrets; sans cela, il est tout simplement impossible d'établir les coûts c.a.f. Les autres règlements peuvent également jouer un rôle important dans la stratégie de commercialisation de l'intéressé.
3. *Concurrence intérieure et étrangère* — Il serait préférable de dénicher tous les renseignements disponibles sur les possibilités de forte concurrence. Si vous n'avez pas déjà une idée précise de la situation, écrivez-nous, nous pourrions peut-être vous épargner et du temps et des efforts.
4. *Circuits de distribution* — Un grand nombre d'exportateurs vers la Grande-Bretagne ont jugé nécessaire de s'adapter aux méthodes britanniques de distribution, qui ne sont pas toujours les mêmes qu'au Canada. Un peu de recherche (à cet égard, nous vous aiderons) vous indiquera de façon satisfaisante si vous devez recourir aux services d'un agent ou d'un courtier en distribution ou participer à un programme de ventes directes à des entreprises à succursales multiples, ou s'il serait préférable d'exploiter un modeste service de ventes qui serait efficace et rentable.

En résumé, la Grande-Bretagne présente un marché actif et difficile, mais souvent fort rentable pour celui qui est doué de ténacité pour faire face à la concurrence. Pourquoi ne pas essayer?

LE COMMERCE AVEC LE DANEMARK

par la Division commerciale
Ambassade du Canada
Copenhague

Le Danemark n'est pas seulement le pays de La petite sirène, des Jardins de Tivoli, de Hans Christian Andersen et du Ballet royal danois, c'est aussi un pays dont le marché est complexe et le niveau de vie, élevé. Le Danemark est surtout un pays du secteur secondaire et son niveau de technologie est semblable à celui du Canada.

Le Danemark jouit d'une économie de libre entreprise et la majorité des entreprises sont privées. Le secteur manufacturier, qui est le plus dynamique, se compose principalement de petites unités hautement spécialisées où la conception constitue un facteur clé (par exemple, les meubles). Les industries traditionnelles, notamment la transformation des aliments et la fabrication de boissons, continuent de prospérer et les industries métallurgiques, en particulier la fabrication de machines, acquièrent une importance marquée. Les industries nouvelles, dont celles des matières plastiques, des produits pharmaceutiques et chimiques, et de l'électronique, se tirent fort bien d'affaire. Le Danemark présente pour les produits canadiens un bon marché encore partiellement inexploité.

En raison de la superficie restreinte du pays et des limites du marché, les entreprises étrangères désignent habituellement un représentant exclusif pour tout le Danemark. Bien que la plupart des entreprises ou des agents qui représentent des sociétés étrangères soient établis dans la région de Copenhague, les exportateurs peuvent préférer désigner un représentant dans un des autres centres commerciaux du Danemark. Parfois, une entreprise locale demande de représenter tous les pays scandinaves, parce que ses directeurs estiment que le marché danois est trop petit pour justifier la restriction des activités à ce pays seulement. Dans ce cas, les exportateurs canadiens feront bien de consulter le délégué commercial avant d'autoriser la représentation. Les représentants peuvent être rémunérés sous forme de commission, de salaire, ou les deux.

La *correspondance* appuyée par des renseignements appropriés sur les produits et les prix peut suffire à éveiller un premier intérêt. Les lettres commerciales doivent être adressées à des entreprises plutôt qu'à des personnes en particulier. Règle générale, les Danois comprennent l'anglais; très peu parlent ou écrivent le français.

Les *prix* doivent être indiqués en dollars canadiens ou américains, de préférence le c.a.f. à Copenhague, ce qui permet la comparaison avec les prix des marchandises concurrentielles. Les produits ou le matériel offerts FOB de l'usine ou du port au Canada, éveillent rarement un intérêt réel à moins qu'ils ne soient d'une nature hautement spécialisée ou d'une conception unique; dans ce cas, la négociation du prix ne constitue pas nécessairement un facteur important.

Il n'existe aucune uniformité dans le mode de paiement. Toutes les méthodes de paiement normales sont utilisées. Les paiements à vue ou à 30 ou 60 jours sont courants. Les paiements de biens de production s'effectuent en 90 ou 120 jours et, parfois, en 180 jours. Les listes de prix doivent être accompagnées de documents descriptifs et d'échantillons à distribuer aux agents ou aux acheteurs éventuels.

Au moment de planifier votre visite au Danemark, informez le délégué commercial de l'Ambassade du Canada à Copenhague de votre venue longtemps avant votre départ du Canada. Nous vous saurions gré d'énoncer l'objet de votre visite, de préciser le genre d'entreprise que vous souhaitez visiter, d'envoyer plusieurs jeux de documents accompagnés d'une liste de prix c.a.f. à Copenhague, et de mentionner vos modalités de paiement et de livraison, la commission de l'agent et tout autre renseignement pertinent. Avec ce matériel, le délégué commercial se fera un plaisir d'élaborer un programme de rendez-vous en votre nom.

Les visiteurs qui se rendent au Danemark feront bien de demander à leur agent de voyage de faire toutes les réservations de voyage et d'hôtel longtemps à l'avance, étant donné qu'il peut être difficile de trouver des chambres d'hôtel. Les visiteurs qui projettent de venir entre mai et septembre auraient avantage à faire réserver leurs chambres d'hôtel plusieurs mois à l'avance; cependant, l'été est en général une mauvaise période pour le commerce au Danemark parce que bon nombre d'entreprises ferment leurs portes pendant de longues périodes en juillet et en août.

Vous constaterez que les échantillons portent un message de vente plus éloquent que la documentation la mieux présentée; ainsi, chaque fois que vous pouvez le faire, apportez-en. Les cartes d'affaires sont obligatoires.

Copenhague "la merveilleuse" est l'une des capitales d'Europe où les prix sont les plus élevés. Selon les normes canadiennes, les chambres et les repas dans les hôtels de première classe coûtent cher.

Le moyen le plus pratique de se déplacer dans Copenhague demeure le taxi; normalement, vous pouvez vous rendre d'un rendez-vous à un autre en 15 à 20 minutes au plus. La plupart des chauffeurs de taxi danois sont exceptionnellement courtois et ils ne se font pas prier pour sortir de leur voiture pour vous ouvrir la porte (ce qui est rare de nos jours). Ne donnez pas de pourboire; il est compris dans le prix indiqué au compteur.

Pour les visites en dehors de la ville, il y a des vols réguliers et des correspondances avec le train, selon votre destination; parfois, il est plus pratique de louer une voiture.

Quand est-il préférable de venir à Copenhague et pour combien de temps? Habituellement, une visite de deux ou trois jours suffit. Septembre à mai semble la période la plus propice au commerce.

À l'arrivée, nous vous suggérons de rendre visite à la Division commerciale de l'Ambassade du Canada. On vous fournira les renseignements d'usage avant votre tournée de visites. Pour ce qui est des rendez-vous, vous devez faire preuve de ponctualité. S'il ne vous est pas possible de vous présenter à un rendez-vous, vous devez l'annuler par téléphone ou en informer la Division commerciale. Accueillez vos collègues danois par la poignée de main habituelle; les tapes amicales dans le dos provoqueront un état de choc défavorable. Quand vous vous adressez aux Danois, ils ne s'attendent pas à ce que vous utilisiez les titres d'entreprise (par exemple, Monsieur le directeur Hansen (Smith)). Contentez-vous de dire: "Monsieur", "Madame", ou "Mademoiselle", suivi du nom de famille. Un certain nombre de personnes accepteront un cadeau comme un geste amical; par contre un tel geste gênera les directeurs de grandes entreprises.

Que les négociations soient faciles ou achoppent, vous constaterez qu'offrir le lunch à un homologue danois favorise une relation d'ordre plus personnel et un échange officieux d'opinions. Il faut toutefois être prudent si on vous offre de l'Aquavit au cours du repas! Tous les pourboires ont été abolis dans les restaurants. Les prix indiqués sur les menus comprennent 15 % pour le service et 15 % pour la taxe sur la valeur ajoutée.

Si vous êtes invité dans une maison privée pour le lunch ou le dîner, vous aimerez sans doute suivre la coutume locale d'envoyer ou d'apporter des fleurs à l'hôtesse. Si vous vous êtes procuré des alcools dédouanés à la boutique hors taxe à l'aéroport précédent, ceux-ci feront certainement de votre hôte un homme heureux.

LE COMMERCE AVEC LA FRANCE

par la Division commerciale
Ambassade du Canada
Paris

Bon nombre de Canadiens risquent d'être fort surpris en apprenant que la France, dont le PNB double celui du Canada, est le cinquième grand pays industrialisé au monde. Elle est le deuxième importateur de pétrole, de machines et de matériel de transport, le troisième consommateur de viande et acheteur d'automobiles, le deuxième fabricant de produits d'aéronautique. Et la liste continue.

Cela dit, vous désirez sans doute vous tailler une place sur ce marché, l'analyser, évaluer la concurrence, trouver un représentant local et règle générale, commercialiser vos produits. À cet égard, il est préférable de travailler seul. Voici donc quelques conseils qui pourront vous aider à vous préparer.

Les quatre commandements

- (1) Soyez précis en exposant le but de votre visite aux délégués commerciaux, aux clients éventuels et aux autres personnes.
- (2) Faites preuve de ponctualité à vos rendez-vous. Les Français sont aussi réguliers que des horloges et leur premier jugement se fonde sur la ponctualité.
- (3) Soyez prêt à parler de prix, de quantités, de livraison en termes canadiens ou locaux.
- (4) Portez une attention particulière à la correspondance. L'agent-client éventuel et les délégués commerciaux ont besoin de réponses rapides et complètes pour vous assurer leur collaboration.

L'organisation du voyage

Choisissez le bon moment. Vous devez tenir compte des facteurs suivants:

- (1) les habitudes d'achat du client
- (2) les saisons (le cas échéant)
- (3) les critères économiques, politiques et sociaux
- (4) les congés — Le mois d'août doit être éliminé, car c'est la période où tous les Français prennent leurs vacances. Il n'est pas prudent de faire un voyage d'affaires entre la mi-juillet et la mi-septembre, à moins d'avoir pris rendez-vous.

Par ailleurs, vous pouvez faire coïncider votre voyage avec une exposition commerciale qui englobe la catégorie de produits que vous avez l'intention de lancer. La France organise au moins 60 expositions internationales de ce genre par année; en moyenne, 60 000 visiteurs professionnels se rendent à chacune de ces expositions. Il vaut mieux vérifier auprès du délégué commercial de l'Ambassade du Canada, à Paris, la liste et le calendrier des expositions qui vous intéressent. Si vous décidez de vous rendre en France au moment de l'exposition, réservez votre chambre d'hôtel longtemps à l'avance pour ne pas être pris au dépourvu.

La personne qui sera envoyée

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

La personne choisie devra être informée des méthodes commerciales, de la géographie et de l'histoire de la France. Elle devra manifester au client éventuel un vif intérêt pour ses relations commerciales avec la France. Le Français respecte un dynamisme sain et évalue son marché de façon positive, tout comme il sait apprécier une adaptation aux convenances de son pays, qu'il s'agisse de serrer respectueusement la main à l'arrivée ou au départ, d'employer les titres plutôt que les noms ("Monsieur le Directeur" de préférence à "Monsieur Dupont") ou d'assister à un déjeuner de deux heures et demie. Les Français utilisent rarement les prénoms.

Le Canadien doit connaître à fond son affaire, son produit et ses concurrents. Il doit posséder une expérience pratique de la vente et avoir une certaine connaissance des questions financières et juridiques (les délégués commerciaux canadiens à Paris peuvent recommander des avocats canadiens qui exercent leur profession en France et qui sont versés en droit français). Enfin, il doit bien connaître la procédure en matière de commerce français et international.

Votre produit

Partout, la qualité, le prix et la présentation sont des détails de vente essentiels; dans le cas de la France, vous devez vous informer au sujet des règlements visant l'importation, des droits de douane et des taxes, des normes (l'approbation de l'ACNOR n'est pas automatiquement acceptée et les demandes dont s'occupe habituellement votre représentant sont laissées aux soins de l'AFNOR, l'équivalent de l'ACNOR en France), des exigences en matière d'emballage, de la

production nationale, des statistiques sur l'importation et l'exportation, des méthodes de distribution, des habitudes et des goûts des consommateurs. L'un des objectifs de votre visite consistera à déterminer si votre produit doit être adapté ou modifié.

Documentation

La documentation de vente et les brochures sont très recherchées. Elles doivent être rédigées en français et les unités de mesure qu'elles contiennent devront être métriques.

Si vous désirez obtenir l'aide des délégués commerciaux pour entrer en contact avec les clients, les agents et les distributeurs éventuels, vous devez leur envoyer une douzaine de chacune de vos brochures qui renferment les prix des produits pour leur permettre de faire des démarches commerciales efficaces. Les appels téléphoniques sont parfois utiles, mais l'éventuel client français préfère avoir la documentation sous les yeux avant de consentir à une entrevue. Ces documents doivent être adressés au délégué commercial le plus tôt possible (au moins deux mois avant le voyage). Lors de votre visite, apportez des catalogues et des listes de prix (en francs français et en dollars, f.o.b. et c.a.f.), les caractéristiques techniques, la documentation, des échantillons (s'il y a lieu), des cartes d'affaires, ainsi que le papier à correspondance officielle de votre société.

Les représentants

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

Des lois compliquées régissent les rapports juridiques entre les directeurs et les représentants, les vendeurs et les agents. La résiliation d'un contrat est complexe et coûteuse. Avant de nommer un représentant ou un agent commercial, adressez-vous à un avocat français ou au délégué commercial; ils pourront l'un et l'autre vous donner quelques conseils. La meilleure chose à faire est de choisir votre représentant avec minutie et de le mettre à l'essai pendant la première année.

Suivi

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

Généralités

La Banque royale du Canada, la Banque de commerce canadienne impériale et la Banque nationale (Europe) offrent une gamme complète de services bancaires à Paris. La Banque de Montréal et la Banque de Nouvelle-Écosse y ont un représentant résident.

Les autres services canadiens qui ont des bureaux à Paris comprennent deux bureaux d'avocats, quatre agents de change, une société d'assurances, une agence de publicité, Air Canada, CN-France et CP (Navigation, Rail, Air et Hôtels).

LE COMMERCE AVEC L'ALLEMAGNE FÉDÉRALE

par la Division commerciale
Ambassade du Canada
Bonn

Qu'il s'agisse de l'étoile stylisée sur le capot d'une Mercedes 250, du mot LEICA gravé sur une caméra 35 mm ou simplement des mots "Fabriqué en Allemagne" estampillés sur la lame d'un couteau de sculpture Alpina, les produits allemands sont reconnus internationalement pour leur haute qualité et leur fiabilité. Le consommateur n'associe ces qualités qu'au produit lui-même. Toutefois, pour l'exportateur sérieusement intéressé à se tailler une place sur le marché allemand, ces qualités sont importantes parce qu'elles s'appliquent à tout un système économique et qu'elles font partie intégrante des préférences de l'acheteur. L'Allemagne est la deuxième grande nation commerciale du monde, et grâce à un surplus de devises qui dépasse les réserves des États-Unis et du Japon réunies, celle qui réussit le mieux. Si elle jouit d'une telle situation, ce n'est pas seulement à cause de la qualité, du prix et du genre de ses produits, mais aussi en raison de sa réputation de respecter les calendriers de livraison, de satisfaire aux normes de qualité établies et de fournir un service rapide et efficace après la vente.

Il n'est pas surprenant que les acheteurs allemands s'attendent à ce que les produits étrangers possèdent les mêmes qualités. Si l'on compare la base industrielle allemande à la vaste gamme de biens importés en franchise, l'Allemagne représente vraiment un marché d'acheteurs. Bien qu'un tel niveau de concurrence puisse dissuader de nombreux fournisseurs, un marché de biens importés dépassant \$70 milliards et la stabilité traditionnelle à long terme des relations avec les acheteurs allemands justifient l'effort à fournir.

Préparation

Sans une préparation suffisante, la pénétration du marché allemand risque d'être lente et coûteuse. En premier lieu, les exportateurs doivent s'adresser à l'une des trois délégations d'Industrie et Commerce établies en Allemagne pour qu'elles prennent connaissance de la documentation et prodiguent des conseils. À cette fin, la meilleure solution consiste à envoyer des documents détaillés contenant des renseignements sur les prix et à accorder suffisamment de temps au délégué commercial pour qu'il sonde le marché. Dans la mesure du possible, la documentation sera rédigée en allemand et les unités de mesure seront métriques.

Étant donné que l'I et C a élaboré des programmes visant à aider les exportateurs intéressés, il pourrait également être utile de s'adresser à un bureau régional de ce Ministère, au Canada, afin d'obtenir des renseignements pertinents.

Observations relatives au marché

Concentration des acheteurs. Le marché allemand est trop vaste et trop diversifié pour être abordé en bloc. Bien que pour certains produits comme les bijoux, presque tout le marché de gros soit entièrement concentré dans une région, les marchés particuliers sont, de façon générale, plus nombreux et distincts et satisfont divers goûts. La région (ou les régions) de concen-

tration doit être choisie minutieusement pour répondre aux caractéristiques du produit en question, aux objectifs de vente particuliers et aux ressources qui peuvent être consacrées à la promotion d'un produit en particulier.

Instruments de pénétration sur le marché. La foire commerciale spécialisée est de loin le meilleur instrument de vente sur le marché allemand. La foire commerciale a vu le jour en Allemagne; elle y a probablement été perfectionnée au plus haut point. À cause de la réputation internationale des foires commerciales allemandes, les répercussions de l'exposition d'un produit s'étendent bien au-delà des frontières de ce pays, jusqu'en Europe de l'Ouest, et, dans de nombreux cas, jusqu'à des marchés aussi éloignés que la côte du Pacifique. On peut obtenir rapidement des renseignements détaillés sur les principales foires en s'adressant à l'une des trois délégations commerciales canadiennes. Selon la nature du produit, il serait peut-être plus efficace d'organiser un voyage d'affaires en Allemagne ou d'inviter des acheteurs allemands à visiter vos installations au Canada. Les programmes d'aide à l'exportation offerts par le ministère de l'I et C traitent de ces deux façons d'aborder le marché allemand.

Distribution. Les produits alimentaires et les matières premières entrent habituellement dans le réseau au début de la chaîne de production, tandis que les biens de production et les matériaux semi-ouvrés sont bien répartis entre les importateurs et les consommateurs. Les produits de consommation entrent dans le réseau à toutes les étapes de la chaîne de distribution, à partir des importateurs, des agents, des grossistes jusqu'aux grands magasins, aux maisons de vente par correspondance et aux coopératives d'achat. Naturellement, chaque intermédiaire de la chaîne augmente le prix total. Toutefois, l'exposition plus étendue de nombreux produits et les services spécialisés offerts par les intermédiaires rentabilisent le recours à ces personnes.

La planification de votre voyage d'affaires

Calendrier. Les vacances sont importantes pour les hommes d'affaires allemands; or, pendant la saison estivale, les bureaux ne sont souvent occupés que par un personnel réduit au minimum. Par conséquent, les visites en juillet et en août ne sont pas recommandées. En outre, les habitudes d'achat bien établies et la période de l'année constituent des facteurs importants dont il faut tenir compte au moment de l'établissement du calendrier de voyage, en particulier dans le cas des biens de consommation. À cet égard, il faudra consulter la délégation en cause. Dans la mesure du possible, choisissez une période qui coïncide avec la foire commerciale pertinente.

Le commerce avec les clients allemands. Étant donné que les impressions de l'acheteur et de son fournisseur sur le produit sont souvent d'égale importance, l'exportateur canadien en visite doit être en mesure de faire preuve des qualités suivantes:

(a) Connaissance des habitudes locales

La ponctualité, la politesse et une certaine étiquette sont beaucoup plus importantes pour l'homme d'affaires allemand que pour son homologue nord-américain. Le non-respect des normes établies peut compromettre dès le départ l'issue d'une réunion.

(b) Compétence

Il ne suffit pas d'apporter des échantillons et une liste des prix des produits à l'usine; il est également essentiel de connaître à fond votre produit ainsi que les délais de livraison, les coûts d'expédition, la nécessité d'un service après la vente, les services techniques offerts au distributeur et les caractéristiques de rendement. Bien que les acheteurs allemands convertissent normalement les prix en DM et y ajoutent les droits de douane et les taxes correspondants, il est préférable de posséder une certaine connaissance de ces facteurs.

(c) *Souplesse*

L'Allemagne est un marché d'acheteurs; les pratiques qui s'y rattachent sont souvent complètement différentes des méthodes canadiennes. Les propositions relatives à la modification des emballages, aux conditions de crédit, à la correspondance en allemand ou à d'autres changements dans vos méthodes commerciales habituelles doivent être évaluées en fonction des bénéfices prévus, au lieu d'être immédiatement rejetées parce qu'elles sont trop exigeantes.

(d) *Réalisme*

Le marché allemand est trop concurrentiel pour être rentable à court terme. Le bénéfice ne se manifeste qu'à long terme; par conséquent, tous les aspects de votre programme d'exportation (entre autres, la promotion, les objectifs en matière de bénéfices, les modifications du produit, etc.) doivent être formulés en tenant compte du facteur temps. À l'établissement des niveaux de rendement, rappelez-vous que la plupart des hommes d'affaires allemands ne mettront pas leur réputation en jeu en devenant trop dépendant d'un fournisseur qui n'a pas fait ses preuves. Les ventes risquent de démarrer lentement, mais elles augmenteront considérablement lorsque vous aurez établi votre réputation.

LE COMMERCE AVEC L'IRLANDE

par la Division commerciale
Ambassade du Canada
Dublin

À cause de sa situation géographique et de ses normes commerciales, le marché irlandais ne diffère pas tellement de celui des autres pays européens. La population restreinte (3,4 millions d'habitants) et la prédominance de l'agriculture ont toutefois tendance à fragmenter le marché de ce pays. Bien plus, en raison de sa proximité et de ses liens commerciaux traditionnellement étroits avec la Grande-Bretagne, le marché a tendance à être concurrentiel. La participation du pays à la CEE accentue la concurrence sur ce marché, étant donné que les autres États membres augmentent également leurs exportations.

Le réseau de distribution est fortement concentré et il devient de plus en plus difficile de trouver des agents bien établis qui n'ont pas déjà des séries semblables de produits. Nous savons par expérience qu'à cause des dimensions réduites du pays, il est plus facile, dans bien des cas, de pénétrer le marché des biens de consommation si l'on transige directement avec les gros détaillants; les transactions conclues avec les grossistes font augmenter les prix des marchandises canadiennes, qui sont déjà chères. Lorsque les grands magasins estiment que les volumes sont insuffisants, les agents deviennent un atout inestimable puisqu'ils peuvent concentrer leurs efforts sur un grand nombre de petits points de vente répartis dans tout le pays.

Outre les exportations traditionnelles de matières premières d'origine canadienne comme le blé, le papier journal, le bois d'oeuvre, l'aluminium, etc., le marché irlandais offre de bons débouchés au matériel canadien servant à l'industrie des mines et des carrières, ainsi qu'au matériel électronique et scientifique. Dans ce pays, comme dans d'autres pays d'Europe, la réussite des exportations est impensable sans une haute qualité et des prix avantageux. Étant donné que l'Irlande doit améliorer et moderniser son infrastructure, ce marché peut devenir intéressant pour les entreprises canadiennes, spécialement en ce qui concerne le matériel hautement spécialisé destiné aux services publics.

Conscient de l'écart qui existe entre l'économie irlandaise et celle d'autres États membres de la Communauté qui sont plus industrialisés, le gouvernement de l'Irlande a mis au point un plan très complet d'aide à l'industrie.

En plus du climat favorable des affaires, le voyageur qui séjourne en Irlande pourra admirer les magnifiques paysages de l'île et jouir de l'accueil amical de ses hôtes commerciaux. Avis aux fervents de la Grande-Bretagne: songez à ajouter l'Irlande à votre itinéraire, car de bonnes occasions d'affaires vous y attendent.

Voici les facteurs généraux influant sur les affaires en Irlande:

- 1) croissance substantielle ferme du PNB et du revenu personnel disponible depuis l'adhésion à la CEE (en raison d'un accroissement des recettes agricoles dû aux paiements de péréquation dans le cadre de la politique agricole commune de la CEE et des gros investissements de l'État pour restructurer l'économie);
- 2) normes, attentes, goûts, habitudes et mode de vie urbaine de plus en plus répandu;
- 3) intensification soutenue des liens avec des fournisseurs de la CEE autres que le Royaume-Uni, traditionnellement principal fournisseur de produits manufacturés ou traités à l'Irlande et principal marché pour les exportations des produits irlandais;
- 4) expansion rapide au niveau de la fabrication de toute une gamme de produits destinés à l'exportation en raison du généreux programme de stimulants du gouvernement offert aux nouvelles industries et aux membres de la CEE (le secteur manufacturier exporte actuellement plus que le secteur agricole);
- 5) modernisation soutenue des installations manufacturières et industrielles existantes;
- 6) participation poussée au commerce international; en 1978, les importations ont atteint 3,9 milliards de livres, soit 62 % du PNB; les exportations ont totalisé 3 milliards;
- 7) le volume et la valeur des exportations canadiennes en Irlande augmentent légèrement d'année en année; cependant, la part du Canada diminue de façon soutenue en raison du développement accéléré des rapports de l'Irlande avec les fournisseurs et les commerçants de la CEE;
- 8) en 1979, les importations en provenance du Canada ont atteint \$(Can) 52 millions, dont environ 40 % provenaient des richesses naturelles ou de leur transformation (blé, bois d'oeuvre, pâte, papier, tabac); les autres 60 % représentaient une vaste gamme de produits vendus en quantités relativement faibles principalement en raison de certaines caractéristiques ou de rapports commerciaux de longue date; les prix étaient un facteur important mais non primordial.

Au cours des 15 dernières années, l'économie irlandaise a connu une grande restructuration; en effet, elle était, à l'origine, principalement agricole et tandis que maintenant elle s'appuie également sur l'agriculture, les secteurs manufacturier et tertiaire. L'industrie et le commerce de l'Irlande sont devenus de plus en plus compétitifs et éveillés aux possibilités; cependant, on se plaint encore que les représentants et les agents des fabricants (dans le cas des petites sociétés de fabrication sous licence ou en participation) ne poussent pas suffisamment les ventes; c'est-à-dire dépendent trop des fournisseurs ou de partenaires pour la commercialisation.

En raison de la forte dépendance de l'Irlande à l'égard des importations, elle possède des fournisseurs bien établis dans pratiquement chacun des secteurs, notamment pour ce qui est des fabricants de la CEE. Traditionnellement, les distributeurs du Royaume-Uni ont joué un important rôle sur le marché irlandais; cependant, compte tenu de la rapide expansion du commerce et des relations de l'Irlande avec la CEE, au cours des dernières années, l'avantage, dont bénéficiait la Grande-Bretagne, s'atténue sensiblement notamment depuis l'abandon de la parité en-

tre la livre du Royaume-Uni et celle de l'Irlande en 1979 après l'adhésion de cette dernière au Système monétaire européen.

L'Irlande est particulièrement intéressante au niveau de certains types d'affaires en raison du déclin du dollar canadien, de l'augmentation des revenus des consommateurs, des généreux stimulants offerts par l'*Irish Industrial Development Authority* aux nouvelles entreprises manufacturières ou en participation, de la possibilité d'utiliser la langue anglaise, d'une population active jeune et bien instruite et de l'accès au vaste marché de la CEE. Par ailleurs, avec l'établissement de 700 nouvelles usines (environ 400 au cours des sept dernières années) notamment dans le secteur des industries légères et des produits faisant appel à de nouvelles technologies, le marché des machines, des matériaux et des pièces continue à prendre de l'ampleur.

LE COMMERCE AVEC L'ITALIE

par la Division commerciale
Ambassade du Canada
Rome

L'Italie offre d'excellentes possibilités de ventes aux exportateurs patients et persévérants.

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

Pour étudier le marché italien, il faut se montrer à la fois attentif et précis. Il est difficile de trouver les clients éventuels dans un pays de plus de 55 millions d'habitants, qui compte plus de 1 million d'établissements de vente au détail et près de 100 000 grossistes. En outre, le pays est assez fortement polarisé entre le Nord et le Sud, et des variables différentes doivent être prises en compte dans chaque région.

Avant d'entreprendre un voyage en Italie, vous devez bien planifier vos objectifs. Si, au départ, vous vous proposez simplement de recueillir des données sur le marché, il n'est peut-être pas nécessaire de vous déplacer. S'ils disposent de données pertinentes sur vos produits, les délégués commerciaux du Canada à Milan et à Rome peuvent faire une bonne partie du travail. La région qui va de Florence jusqu'au sud de l'Italie relève du bureau de Rome, tandis que la région au nord de cette ligne de démarcation dépend du bureau de Milan. Des demandes générales de renseignements doivent être adressées à ces deux délégations.

Si vous devez vous rendre personnellement sur les lieux, il faut bien préciser le type de gens avec lesquels vous désirez entrer en contact (et en avertir le délégué commercial), soit un grossiste/agent/distributeur spécialisé dans les mêmes produits ou dans des produits complémentaires. Si votre programme de commercialisation prévoit une licence de production ou une entreprise de co-production, vous devez le préciser dès le départ, pour que les agents locaux éventuels connaissent vos plans à fond.

Lorsque vous préparez vos ventes en Italie, n'oubliez pas les éléments suivants:

- (1) Les Italiens aiment la politesse et les bonnes manières. Si la personne avec qui vous avez affaire porte un titre (Dottore, Ingegnere, Professore, etc.), utilisez-le toujours. Les poignées de main, la remise de cartes d'affaires et autres formalités du genre, qui sont monnaie courante en Europe, seront doublement appréciées des Italiens, si ceux-ci savent que vous faites des efforts pour vous adapter à des pratiques qui ne sont pas courantes en milieu nord-américain.
- (2) L'italien est évidemment la langue des affaires en Italie. Bon nombre d'hommes d'affaires, spécialement dans le Nord de l'Italie, parlent aussi le français et l'anglais; mais n'oubliez pas que si vous vous exprimez dans la langue de Molière ou de Shakespeare, l'Italien, lui, devra s'exprimer dans une langue seconde et les expressions idiomatiques ou le débit rapide de la conversation ne pourront qu'engendrer la confusion. Au moment de votre première visite, vous pourrez vous faire accompagner d'un membre du SDC qui vous aidera à communiquer. Dans le cas des visites courantes à des agents reconnus, vous pourrez retenir, au besoin, les services d'un interprète.
- (3) Arrivez en Italie muni de tous les renseignements utiles sur votre produit, y compris les prix c.a.f. Si vos brochures ne sont imprimées qu'en français ou en anglais, traduisez en italien au moins les sections principales (y compris les descriptions techniques) et annexe ce feuillet à la brochure. Cette dépense minime s'avérera très rentable. En outre, étudiez les moyens de transport (coût, mode, fréquence, délai de livraison) pour aider l'acheteur éventuel à évaluer les coûts et les rendements de votre produit.
- (4) Les vacances sont importantes pour les Italiens; ne songez donc pas à conclure des marchés entre la mi-juillet et la mi-septembre.

Dès votre arrivée en Italie, vous devriez entrer en rapport avec le délégué commercial pour vérifier les changements de dernière heure apportés aux calendriers et aux rendez-vous.

Il est préférable de prendre rendez-vous avec l'homme d'affaires italien. Bien qu'ils soient très pointilleux sur les questions de protocole, les Italiens ne respectent toutefois pas l'horaire des rendez-vous à la lettre. Arrivez au lieu dit à temps, mais préparez-vous à attendre quelques minutes; la personne que vous devez voir finira bien par arriver.

Au cours de vos réunions, montrez-vous bien informé sur la concurrence en Italie. Faites ressortir les avantages de vos produits en vous reportant à des normes et à des termes locaux (par ex., la monnaie, les unités métriques, etc.). Si votre client éventuel n'est pas en mesure de faire une comparaison directe, vous perdrez un temps et des efforts précieux.

Une fois que vous aurez visité tous vos agents/acheteurs etc., éventuels et que vous aurez fait des exposés et des offres de la façon la plus professionnelle et la plus complète possible, la longue période d'attente commencera. Les Italiens ne prennent pas de décisions rapides. La patience et la persévérance sont vos meilleurs alliés. Vous devez revenir à la charge par des rapports personnels et directs, et par l'entremise des délégués commerciaux. Tout affaiblissement de votre intérêt sera certainement assorti d'une réaction similaire chez l'homme d'affaires italien.

LE COMMERCE AVEC LES PAYS-BAS

par la Division commerciale
Ambassade du Canada
La Haye

Pour la plupart des gens, la Hollande, c'est le pays des sabots, des moulins à vent et des tulipes. En fait, les Pays-Bas représentent bien d'autres choses; sur le plan du commerce, ils constituent un excellent marché pour les exportateurs (et les investisseurs) canadiens. Voici pourquoi.

Bien que les Pays-Bas aient une superficie restreinte (moins de 14 000 milles carrés ou l'équivalent de l'Île de Vancouver), c'est l'un des pays à plus forte densité de population au monde, qui compte 14 millions d'habitants. Étant donné que le pays ne mesure que 230 milles de longueur sur environ 120 milles de largeur, aucun endroit ne se trouve à plus de 2½ heures de voiture d'Amsterdam. Plus de la moitié de la population néerlandaise habite la côte occidentale du pays, qui comprend trois grandes villes: Amsterdam, Rotterdam et La Haye, cette dernière est le centre administratif du pays. Ces trois villes sont à moins d'une heure de route les unes des autres. Des trains et des autobus rapides et efficaces relient tous les centres commerciaux néerlandais. Un homme d'affaires peut être présent à un rendez-vous à Rotterdam au cours de la matinée et être de retour pour un rendez-vous à Amsterdam, l'après-midi. Les hommes d'affaires hollandais respectent scrupuleusement les rendez-vous et ils s'attendent au même comportement de la part des hommes d'affaires de passage.

Les Pays-Bas constituent un marché idéal, à la fois compact et concentré, qui contribue à réduire sensiblement les frais de transport et de distribution pour les exportateurs.

À l'exception des produits agricoles et du gaz naturel, les Pays-Bas doivent importer la plupart de leurs produits de base et un fort pourcentage de produits manufacturés. Si un exportateur canadien possède un produit concurrentiel, les Pays-Bas peuvent constituer un bon marché.

Les ventes aux Pays-Bas comportent un autre avantage: Rotterdam est le plus grand port du monde et il constitue un excellent point d'entrée dans les riches pays de la CEE, spécialement l'Allemagne. (Amsterdam est aussi l'un des ports d'Europe les plus achalandés). En fait, on compte plus de 160 millions d'habitants dans un rayon de 300 milles des principales villes néerlandaises. À cause de sa situation stratégique, le pays s'est accaparé une proportion importante du transport à destination des pays du Marché commun.

Il est particulièrement facile pour les Canadiens de faire du commerce dans les Pays-Bas, car la plupart des hommes d'affaires néerlandais parlent couramment l'anglais, et un nombre important d'entre eux parlent aussi le français. Les entreprises et les hommes d'affaires hollandais étant durs en affaires, il est bon que les exportateurs éventuels soient prévenus: les acheteurs néerlandais veulent des produits de qualité, mais à un prix minime; en outre, ils s'attendent à ce que leurs partenaires commerciaux soient ponctuels. Les exportateurs canadiens doivent être disposés à discuter en détail des questions de ventes et de prix dès leur première visite auprès d'une entreprise ou d'un agent hollandais.

On recommande fortement aux hommes d'affaires qui envisagent de visiter les Pays-Bas, d'informer de leurs intentions les délégués commerciaux de l'Ambassade du Canada et de leur fournir des brochures sur les produits pour qu'ils puissent étudier les possibilités du marché et mettre au point un programme approprié de visite. Il n'y a rien comme de prévenir longtemps à l'avance pour assurer le succès d'un voyage d'affaires.

Les entreprises néerlandaises qui achètent en grandes quantités préfèrent incontestablement transiger directement avec le fabricant. Les exportateurs canadiens qui ne prévoient pas vendre de forts volumes de produits auront affaire à un importateur, à un distributeur ou à un agent. Si le produit d'un exportateur est assez spécialisé ou assez coûteux, le mieux est de confier la promotion du produit à un agent. Une fois l'agent sélectionné, il est important de travailler en étroite collaboration avec lui et de le tenir bien renseigné. À long terme, une telle façon sera certes rentable. Les clauses des contrats avec les agents dépendent du type d'entente qui a été conclue entre les deux parties. Il n'y a pas de règles absolues. On peut obtenir des renseignements sur les entreprises hollandaises et les agents éventuels en s'adressant au délégué commercial de l'Ambassade du Canada, à La Haye. Les acheteurs néerlandais résistent à toute tentative visant à leur faire accepter de forts contingents initiaux d'achat. Les agents n'aiment pas non plus le contingentement des ventes. Les paiements peuvent se faire au comptant, sur réception des marchandises, mais des modalités de 60, 90 ou 180 jours sont aussi monnaie courante dans le cas des commandes importantes.

Nous recommandons aux exportateurs éventuels de fournir des brochures sur les produits et les prix c.a.f. Rotterdam ou Amsterdam, de préférence en florins néerlandais. Toutes les descriptions et les fiches techniques des produits doivent être en unités métriques. Il n'est pas nécessaire de les traduire en néerlandais, mais c'est toujours une bonne idée de le faire. Une fois les contacts commerciaux établis, il est important de les relancer rapidement; l'entreprise hollandaise ou l'agent commercial attend des réponses rapides à ses lettres et à ses commandes.

Il serait sage de ne pas faire de visites initiales ou exploratoires durant les mois de juillet et d'août, puisqu'un grand nombre de Néerlandais prennent leurs vacances estivales au cours de cette période. (Les usines et les entreprises sont souvent fermées au cours des vacances estivales.)

Expositions

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

Comme il est mentionné ci-dessus, les Pays-Bas sont un grand importateur d'une gamme complète des biens, depuis les produits de base jusqu'aux articles manufacturés à caractère complexe. En plus d'acheter en grandes quantités des produits en provenance du Canada tels que des produits minéraux et forestiers, des céréales et d'autres matières de base, les Pays-Bas importent des quantités de plus en plus considérables d'articles manufacturés et de matériel comme des produits électriques et électroniques, du matériel de défense et des produits textiles et de consommation. Les exportations de vêtements canadiens aux Pays-Bas ont été particulièrement encourageantes ces derniers temps.

Bien que la liste qui précède ne fasse qu'effleurer certains secteurs du marché qui sont importants ou qui peuvent intéresser les exportateurs canadiens, elle fait ressortir les possibilités du marché pour une vaste gamme de produits canadiens aux Pays-Bas. L'homme d'affaires canadien désireux de connaître les possibilités commerciales de ces produits particuliers n'a qu'à écrire ou à envoyer un télex au délégué commercial de l'Ambassade du Canada. Ce dernier se chargera volontiers de sonder le marché néerlandais et de proposer la meilleure façon de procéder.

GRÈCE

Le 1^{er} janvier 1981, la Grèce est devenue le 10^e membre de la Communauté économique européenne.

Il y aura une période de transition assez complexe dans le secteur commercial afin d'aligner les tarifs, les règles et règlements de la Grèce sur ceux des autres pays de la Communauté. Ainsi, pour les produits importés, la période de transition de base sera de cinq ans mais pourra, dans certains cas, s'étendre sur sept ans. À toute fin pratique, les produits industriels canadiens devraient bénéficier d'un meilleur accès sur ce marché; cependant, l'adoption de la politique agricole commune réduira la vente de produits agricoles canadiens.

Généralités

La Grèce est un marché relativement petit (9,2 millions d'habitants); son économie se caractérise par un important secteur des services (navigation et tourisme) et par un petit secteur industriel; elle doit donc importer une vaste gamme de produits pour répondre à ses besoins et utiliser ses recettes au titre des services pour compenser le déficit traditionnel de sa balance commerciale.

Grâce à la mise en oeuvre des règles d'importation de la CEE, l'importation en Grèce devrait être grandement simplifiée; cependant, il y aura une certaine période de transition assez complexe au cours de laquelle les fonctionnaires et les agents devront se familiariser avec le nouveau système. On demande donc aux exportateurs canadiens de s'informer auprès de la section commerciale de l'Ambassade du Canada à Athènes qui leur recommandera une ligne d'action et des noms d'agents éventuels.

Banques

La Banque de Nouvelle-Écosse possède trois succursales en Grèce. Roymideast a établi à Athènes un bureau de coordination pour ses activités au Moyen-Orient.

Transport

CP Air et Air Canada ont des guichets de vente à Athènes.

Réglementation nationale

Importation: "Approbation des importations". Toutes les importations commerciales en Grèce en provenance du Canada, d'une valeur supérieure à \$ (US) 660 ou \$ (US) 600 (f.o.b.), doivent être assorties d'un formulaire officiel d'approbation que l'on peut se procurer auprès de l'importateur grec. L'approbation garantit automatiquement les devises nécessaires pour le règlement de la transaction. Il est interdit de faire des expéditions d'une valeur supérieure aux montants susmentionnés avant d'avoir obtenu une telle approbation car on pourrait se voir imposer une amende par les autorités grecques chargées des importations. C'est un facteur extrêmement important. Avant d'autoriser le chargement, l'exportateur doit avoir reçu l'assurance par lettre ou par télégramme du destinataire qu'il a bien obtenu une approbation.

Certificats d'origine. Afin de bénéficier de droits de douane "minimaux" ou conventionnels, il faut joindre aux marchandises en provenance du Canada un Certificat d'origine distinct délivré par la Chambre de commerce ou le consulat grec. Il faut toujours joindre le certificat d'origine aux documents d'expédition. Dans le cas de marchandises transbordées, c'est le consulat de la Grèce qui doit délivrer le certificat d'origine.

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

Le Certificat d'origine est un document distinct; une déclaration d'origine précisée sur la facture ou autre document n'est pas acceptable.

Produits animaux et bétail. Toutes les expéditions d'animaux et de bétail, y compris les peaux, doivent être assorties d'un certificat d'inspection sanitaire délivré par le consulat grec du pays d'origine.

Dans les cas des certificats pour viandes et volaille congelés il faut préciser la date de l'abatage, la sorte de viande, le nom des conditionneurs et indiquer si les installations de conditionnement satisfont aux règlements sanitaires.

La réglementation grecque à cet égard est sévère; il faut donc obtenir la série complète de règlements sur un produit et les examiner attentivement avant l'expédition afin de s'y conformer.

Plantes et produits forestiers. Il faut des certificats phytosanitaires pour l'importation de plantes (légumes frais, semences, pommes de terre, etc.) et de produits forestiers (bois d'oeuvre exempt de l'endoconaliphora Fagaceary Bretz). Ces certificats doivent être délivrés par la Division de la protection des plantes du ministère canadien de l'Agriculture et ne nécessitent pas de visa du consulat grec.

Étiquetage, emballage et marquage. Des règlements spéciaux s'appliquent aux marchandises importées en Grèce pour être réemballées ou reconditionnées pour la vente au détail. Ainsi, les marchandises importées directement pour la vente au détail ne sont pas touchées par ces règlements, sauf si ces produits sont destinés à la consommation ou à l'usage personnel (nourriture, boissons non alcooliques, savons, etc.). Après les tests et l'approbation par les Laboratoires d'État de la Grèce, il faut préciser sur l'étiquette le nom du fabricant, la marque et le contenu, et ce, en grec seulement ou en grec et en deux langues étrangères. Le nom et l'adresse de l'agent grec doivent également y figurer.

Les boissons alcooliques doivent être approuvées par les Laboratoires d'État de la Grèce qui émettront une étiquette qu'il faudra apposer sur ces contenants afin d'en indiquer l'origine. En outre, cette étiquette doit indiquer le degré d'alcool (selon la réglementation de la Grèce); il n'est cependant pas nécessaire que l'étiquette ou autre inscription du fournisseur soit rédigée en grec.

Dans le cas des produits pharmaceutiques et des médicaments brevetés, il faut obtenir du Laboratoire de contrôle des produits pharmaceutiques de l'État une licence de mise en circulation. Ces produits peuvent être vendus sous les mêmes marques et étiquettes que dans les pays d'origine; il faut préciser sur l'étiquette les ingrédients selon leurs pourcentages, le nom du fabricant, la marque et l'adresse de l'agent en Grèce. Il faut également inscrire sur une étiquette perforée, séparée le prix de détail afin que les usagers puissent la joindre aux demandes de remboursement adressées à l'assurance sociale.

Échantillons. Les échantillons sans valeur marchande sont admis en franchise. Les échantillons considérés comme ayant une valeur marchande, s'ils sont destinés à des agents locaux d'exportateurs étrangers, membres d'associations d'agents commerciaux, sont admis également en franchise jusqu'à concurrence de 2000 drachmes par année pour chaque firme. D'autres types d'échantillons peuvent être assujettis à des droits de douane, sauf s'ils sont rendus inutilisables à des fins commerciales mais peuvent être utilisés comme échantillons.

Les échantillons de valeur, importés pour une période provisoire, pourront être dédouanés contre dépôt d'un montant d'argent ou d'une garantie acceptable permettant de couvrir le montant des droits de douane et des taxes en question. Dans les six mois après la date d'entrée, le dépôt ou la garantie sont remboursés à la réexportation des échantillons. On pourra obtenir un prolongement de la période si l'on en fait la demande avant la date d'expiration prévue.

La Grèce est membre de la Convention douanière qui facilite l'importation d'échantillons commerciaux et de matériel publicitaire; les exportateurs canadiens peuvent profiter du Carnet ATA (voir page 14).

DÉLÉGATIONS COMMERCIALES DU CANADA DANS LES PAYS MEMBRES DE LA CEE

ALLEMAGNE (RFA)

Division commerciale
Ambassade du Canada
Friedrich-Wilhelmstrasse 18
53 Bonn, République fédérale
d'Allemagne

Câble: CANADIAN
Téléphone: 231061
Télex: (Code de destination
41) 886421 (DOMCAD)
Territoire: États du Bade-
Wurtemberg, de la
Bavière, de la
Hesse, de la
Rhénanie-Palatinat
et de la Sarre

Consulat général du Canada
Immermannstrasse 3
4 Düsseldorf, République
fédérale d'Allemagne

Câble: CANADIAN
Téléphone: (0211) 353471
Télex: (Code de destination
85) 87144 (DMCND)
Territoire: État de la
Rhénanie-
Westphalie

Consulat général du Canada
Esplanade 41-47
2000 Hambourg 36, République
fédérale d'Allemagne

Câble: CANADIAN
Téléphone: 351805
Télex: (Code de destination
41) 215555 (DMCNHD)
Territoire: Brême, Basse-
Saxe, Schleswig-
Holstein, Berlin-
Ouest

BELGIQUE

Division commerciale
Ambassade du Canada
rue de Loosum 6
B-1000 Bruxelles, Belgique

Câble: CANADIAN
Téléphone: (2) 513.79.40
Télex: (code de destination
46) 21613 (DOMCAN B)
Territoire: Luxembourg

GRANDE-BRETAGNE	Division commerciale Haut-commissariat du Canada One Grosvenor Square Londres, W1X 0AB, Angleterre	Câble: DOMINION LONDON Téléphone: (01) 629-9492 Télex: 261592 (CDALDN G) Territoire: Angleterre, Pays de Galles, Gibraltar
	Consulat du Canada Ashley House 195 West George Street Glasgow G22HS, Écosse	Câble: CANTRACOM Téléphone: (041) 248-3026 Télex: (Code de destination 77) 778650 (CDAGLWG) Territoire: Irlande du Nord, Écosse
DANEMARK	Division commerciale Ambassade du Canada Kr. Bernikowsgade 1 1105 Copenhagen K. Danemark	Câble: CANADIAN Téléphone: (01) 12 22 99 Télex: (Code de destination 55) 27036 (DMCNC DK) Territoire: Groënland
FRANCE	Division commerciale Ambassade du Canada 35, avenue Montaigne 75008 Paris, France	Câble: CANADIAN PARIS Téléphone: (01) 723-5015 Télex: (Code de destination 42) 280806 (DOMCAN A PARIS) Territoire: Andorre, Monaco
GRÈCE	Division commerciale Ambassade du Canada 4, rue Ioannou Ghennadiou Athènes 140, Grèce	Câble: CANADIAN ATHENS Téléphone: 739-511 Télex: (Code de destination 601) 215584 (215584 DOM GR)
IRLANDE	Division commerciale Ambassade du Canada 65/68 St. Stephen's Green Dublin 2, Irlande	Câble: DOMCAN Téléphone: (01) 781-988 Télex: (Code de destination 500) 5488 (DMCN E1)
ITALIE	Division commerciale Ambassade du Canada Via G.B. de Rossi 27 00161 Rome, Italie	Câble: CANADIAN Téléphone: (6) 864-327 / 855-341 Télex: (Code de destination 43) 610056 (DOMCAN 1) Territoire: (Provinces) Toscane, Marches, Ombrie, Latium, Abruzzes Molise, Pouilles, Campanie, Basilicate, Calabre, Sicile et Sardaigne Autre pays: Malte

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

Câble: CANTRACOM
Téléphone: 652-600, 657-0451
Télex: (Code de destination
43) 310368 (310368
CANCON I)
Territoire: (Provinces) Émilie-
Romagne, Lombar-
die Piémont,
Trentin-Haut-
Adige, Vénétie,
Ligurie, Trieste,
Val d'Aoste, Frioul-
Vénétie Julienne

PAYS-BAS

Division commerciale
Ambassade du Canada
Sophialaan 7
La Haye, Pays-Bas

Câble: CANADIAN
Téléphone: (070) 61-41-11
Télex: (Code de destination
44) 31270 (31270
DMCN NL)

BUREAUX RÉGIONAUX DU MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE

TERRE-NEUVE

127, rue Water, 2^e étage
Case postale 6148
Saint-Jean (Terre-Neuve)
A1C 5X8

Téléphone: (709) 737-5511
Télex: 016-4749

NOUVELLE-ÉCOSSE

Suite 1124, Duke Tower
5251, rue Duke, Scotia Square
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 1P3

Téléphone: (902) 426-7540
Télex: 019-21829

ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

Dominion Building
97, rue Queen
Case postale 2289
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
C1A 8C1

Téléphone: (902) 892-1211
Télex: 014-44129

NOUVEAU-BRUNSWICK

440, rue King, pièce 642
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
E3B 5H8

Téléphone: (506) 452-3190
Télex: 014-46140

QUÉBEC

2, Place Québec, pièce 620
Québec (Québec)
G1R 2B5

Téléphone: (418) 694-4726
Télex: 051-3312

685, rue Cathcart, pièce 600
Case postale 1270,
succursale "B"
Montréal (Québec)
H3B 3K9

Téléphone: (514) 283-6254
Télex: 055-60768

ONTARIO	1 First Canadian Place, pièce 4840 Case postale 98 Toronto (Ontario) M5X 1B1	Téléphone: (416) 369-4951 Télex: 065-24378
MANITOBA	507 Manulife House 386, avenue Broadway Winnipeg (Manitoba) R3C 3R6	Téléphone: (204) 949-2381 Télex: 075-7624
SASKATCHEWAN	2002, avenue Victoria, pièce 980 Regina (Saskatchewan) S4P 0R7	Téléphone: (306) 569-5020 Télex: 071-2745
ALBERTA	500 Macdonald Place 9939, avenue Jasper Edmonton (Alberta) T5J 2W8	Téléphone: (403) 420-2944 Télex: 037-2762
COLOMBIE-BRITANNIQUE	Bentall Centre, Tower "III" Pièce 2743 595, rue Burrard Case postale 49178 V7X 1K9	Téléphone: (604) 666-1434 Télex: 04-51191

REPRÉSENTANTS COMMERCIAUX DES PAYS DE LA CEE EN POSTE AU CANADA

ALLEMAGNE (RFA)	Ambassade de la République fédérale d'Allemagne 1, rue Waverley Ottawa (Ontario) K2P 0T8	Téléphone: (613) 232-1101- 2-3-4-5
	Consulat général d'Allemagne 11456, avenue Jasper, pièce 402 Edmonton (Alberta) T5K 0M1	Téléphone: (403) 488-0144
	Consulat général d'Allemagne 3455, rue de la Montagne Montréal (Québec) H3G 2A3	Téléphone: (514) 286-1820
	Consulat général d'Allemagne 77, chemin Admiral Toronto (Ontario) M5R 2L5	Téléphone: (416) 925-2813-4-5

	Consulat général d'Allemagne 501-325, rue Howe Vancouver (Colombie-Britannique) V6C 2A2	Téléphone: (604) 684-8377
BELGIQUE	Ambassade de Belgique 85, rue Range, pièces 601-604 Ottawa (Ontario) K1N 8J6	Téléphone: (613) 236-7269-8-9
	Consulat général de Belgique Pièce 2222, Place Ville-Marie Montréal (Québec) H3B 3M4	Téléphone: (514) 866-8678-9
	Consulat général de Belgique 8, rue King est, pièce 1901 Toronto (Ontario) M5C 1B5	Téléphone: (416) 364-5283
	Consulat général de Belgique 701, rue Georgia ouest, pièce 1560 IBM Tower Case postale 10119 Pacific Centre Vancouver (Colombie-Britannique) V7Y 1C6	Téléphone: (604) 682-1878
GRANDE-BRETAGNE	Haut-commissariat de Grande-Bretagne 80, rue Elgin Ottawa (Ontario) K1P 5K7	Téléphone: (613) 237-1530
	Consulat général de Grande-Bretagne Pièce 1004, Three McCauley Plaza 10025, rue Jasper Edmonton (Alberta) T5J 1S6	Téléphone: (403) 428-0375
	Consulat général de Grande-Bretagne 635, boulevard Dorchester ouest Montréal (Québec) H3B 1R6	Téléphone: (514) 866-5863
	Consulat général de Grande-Bretagne 200, avenue University Toronto (Ontario) M5H 3E3	Téléphone: (416) 864-1290

Consulat général de
Grande-Bretagne
407-602, rue Hastings ouest
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 1P6

Téléphone: (604) 683-4421

Délégué commercial adjoint de
la Grande-Bretagne
Centre York, pièce 245
145, rue Hargrove
Winnipeg (Manitoba)
R3C 3R8

Téléphone: (204) 942-3151

DANEMARK

Ambassade du Danemark
85, rue Range, pièce 702
Ottawa (Ontario)
K1N 8J6

Téléphone: (613) 234-0704,
-0116, -4619

Consulat général du Danemark
1245, rue Sherbrooke ouest,
pièce 1525
Montréal (Québec)
H3G 1G2

Téléphone: (514) 849-5391

Consulat du Danemark
151, rue Bloor ouest, pièce 310
Toronto (Ontario)
M5S 1S4

Téléphone: (416) 962-5661

FRANCE

Ambassade de France
42, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1M 2C9

Téléphone: (613) 232-1795

Consulat général de France
2 Elysée (Étage E), Place Bonaventure
Montréal (Québec)

Téléphone: (514) 878-4381

Délégué commercial de France
1110, avenue des Laurentides
Québec (Québec)

Téléphone: (418) 688-0403

Délégué commercial de France
40, avenue University, pièce 302
Toronto (Ontario)
M9J 1T1

Téléphone: (416) 362-1257

Consulat général de France
Pièce 1201, The Vancouver Block
736, rue Granville
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6Z 1H9

Téléphone: (604) 681-2301

GRÈCE	Ambassade de Grèce 76-80, rue MacLaren Ottawa (Ontario) K2P 0K6	Téléphone: (613) 238-6271-2-3
	Consulat général de Grèce 1010, rue Sherbrooke ouest, pièce 204 Montréal (Québec) H3A 2R7	Téléphone: (514) 845-2105
	Consulat général de Grèce 100, avenue University, pièce 511 Toronto (Ontario) M5J 1V6	Téléphone: (416) 368-3322
	Consulat général de Grèce 1 Bentall Centre 505, rue Burrard, pièce 890 Vancouver (Colombie-Britannique) V7X 1M4	Téléphone: (604) 681-1381
IRLANDE	Ambassade d'Irlande 170, rue Metcalfe Ottawa (Ontario) K2P 1P3	Téléphone: (613) 233-6281
ITALIE	Ambassade d'Italie 170, avenue Laurier ouest Ottawa (Ontario) K1P 5V5	Téléphone: (613) 232-2402-3

