

Canada :

des liens resserrés avec les USA

Le Canada exporte 85% de ses produits propres (Québec et Ontario) vers les USA. Le partenariat commercial entre les deux pays est le plus élevé au monde. Toutefois, les actions du Canada ne lient pas les États-Unis. Les systèmes douaniers sont indépendants.



Le Canada, pays encore trop méconnu des chefs d'entreprises français, jouit d'une bonne santé économique au plan international. Il est arrivé en tête des pays du G7 pour la croissance économique de 2000 à 2003.

Il est le seul pays du G7 à dégager un surplus budgétaire depuis 1997. Le Canada se désendette, ses dépenses publiques ont atteint un niveau plancher, sa croissance est soutenue avec des perspectives jusqu'en 2007 entre 3% et 5%, autant de signes réconfortants qui devraient inciter les industriels français à poser le pied sur ce "pays d'hiver" dépeint si joliment par le chanteur québécois Gilles Vigneault. Et ce d'autant que le Canada comme le Québec sont des pays qui facilitent les installations : « Le Canada arrive au premier rang des pays du G7 et de l'OCDE pour le peu de formalités à remplir pour créer une entreprise et pour le peu de jours nécessaires à la création d'une société. Ainsi, on peut créer une Sarl en deux jours pour un coût entre 1500 et 2000\$ canadiens. Il n'y a pas de capital social à immobiliser. Les coûts d'implantation d'entreprises sont les plus bas au monde selon un récent rapport sur la compétitivité des 11 grands pays économiques » commente **Thérèse Vanasse consultante à Vanasse & associés Consultants inc.**, une firme canadienne de services conseils en commerce international (importation et exportation).

La spécialiste reconnue livre quelques conseils avant d'entamer des négociations commerciales. « Il s'agit de respecter certaines règles culturelles et pratiques. Le style de négociation est informel, peu protocolaire, très consensuel. Au Canada, on aime aller droit au but. Il faut utiliser systématiquement les conseillers, les experts, avocats, comptables pour encadrer un contrat de distribution ». Avant toute implantation: « Il est préférable de faire une étude de marché, de connaître les circuits de distribution les plus appropriés, de pratiquer, dès le début, des prix compétitifs, d'intégrer la concurrence locale et internationale et surtout de posséder un agent, un distributeur canadien sélectionné ». Le Canada est une terre d'accueil par excellence avec une grande diversité culturelle. Il existe d'importantes communautés asiatiques à Vancouver, Toronto, Montréal. Son territoire immense nécessite une approche par provinces et par grandes villes, car les coûts de transport sont élevés.



Un accès naturel au marché des USA

Fortement influencé par l'économie américaine, le Canada reste un accès naturel vers le marché des USA. Le Canada et les USA pratiquent le partenariat commercial le plus important au monde. Il s'est monté en 2003 à 645 milliards de \$ cad soit en moyenne plus de 1,2 millions \$ cad à la minute. Les échanges entre le Canada et les USA sont très élevés. Les USA font plus d'affaires avec le Canada qu'avec les pays de l'Union Européenne. Toutefois, le Canada et les États-Unis sont deux pays distincts. « Chaque pays a ses lois, ses règlements, sa fiscalité, ses dirigeants par États, ses contrôles à l'import et à l'export. Les actions du Canada ne lient pas les États-Unis. Les systèmes douaniers se ressemblent mais sont totalement indépendants l'un de l'autre. Une décision douanière canadienne n'a aucun pouvoir, aucun lien sur les décisions douanières américaines » explique Thérèse Vanasse.

Grâce à l'ALENA, le Canada bénéficie d'un accord de préférence tarifaire qui régit les échanges commerciaux entre pays, bénéficie d'un privilège de 0 % de droits de douane pour les produits qui s'y qualifient selon les règles d'origine bien définies: « Un produit fini "Made in France" ne se qualifie pas. Il demeurera "Made in France" jusqu'à sa livraison aux États-Unis et sera tributaire des droits douaniers prescrits. Une matière première "Made in France" qui entre au Canada et qui sera incluse et/ou transformée dans un produit devenant "Made in Canada" sera probablement avantagé par l'ALENA » assure Thérèse Vanasse.

Pierre Louis Berger



