

Les sociétés affiliées canadiennes à l'étranger : incidences et possibilités

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	3
1 Rôle croissant des sociétés affiliées canadiennes	3
1.1 Raisons de recourir aux sociétés affiliées	4
1.1.1 Augmenter les ventes à de nouveaux clients ou sur de nouveaux marchés	4
1.1.2 Se rapprocher des clients	4
1.1.3 Réduire les coûts	4
1.1.4 Faciliter l'accès aux chaînes d'approvisionnement et aux réseaux commerciaux régionaux	4
1.1.5 Accroître la productivité	5
2 Portrait des sociétés affiliées canadiennes	5
2.1 Quantité et longévité	5
2.2 Secteur d'activité, lieu et taille des sociétés mères	5
2.3 Structure privilégiée	6
2.4 Lieux d'affaires à l'étranger	6
2.5 Défis liés à l'exploitation	7
3 Incidences sur les entreprises	7
3.1 Principaux avantages	7
3.2 Ventes par pays et marchés	8
4 Possibilités de croissance	8
4.1 Potentiel de croissance des sociétés affiliées existantes	8
4.2 Potentiel de croissance des nouvelles sociétés affiliées	8
4.3 Régions ciblées pour l'établissement de sociétés affiliées et de partenariats commerciaux	9
5 Incidences des sociétés affiliées à l'étranger sur le marché intérieur	10
5.1 Avantages pour les sociétés mères	10
5.2 Incidences sur le Canada	10
6 Apport d'EDC	11
7 Résumé et conclusions	11

INTRODUCTION

Ce document s'appuie sur un sondage d'EDC au sujet des activités d'entreprises canadiennes axées sur l'exportation et de leurs sociétés affiliées hors du Canada. L'étude a notamment examiné les raisons qui poussent les entreprises à établir de telles sociétés, les effets de cette pratique sur les sociétés mères au Canada et les difficultés qui y sont associées.

Dans le cadre de l'étude réalisée en juillet 2015, 546 répondants ont été interrogés. Parmi eux, 44 entreprises avaient participé au Panel de recherche d'EDC et 502 au Forum Angus Reid.

Sauf indication contraire, les statistiques citées dans ce document proviennent des rapports d'EDC suivants :

- *Sondage sur les sociétés affiliées à l'étranger : rapport du Panel de recherche d'EDC (novembre 2015)*
- *Sondage sur les sociétés affiliées à l'étranger : rapport complet (novembre 2015)*

1 RÔLE CROISSANT DES SOCIÉTÉS AFFILIÉES CANADIENNES

Par société affiliée, on entend une entreprise établie par une société canadienne sur un marché étranger pour la représenter là-bas. Même si elle appartient (totalement ou en partie) à l'entreprise canadienne, la société affiliée fonctionne comme une entreprise locale aux yeux de la réglementation, de la législation et du fisc.

Jusqu'au début du présent siècle, les exportateurs canadiens vendaient généralement leurs biens et services à partir du pays directement à leurs clients étrangers. Les sociétés affiliées existaient, mais ne généraient qu'une assez petite proportion des ventes à l'étranger en comparaison avec l'approche directe plus traditionnelle. Depuis 2002, toutefois, la situation change. Selon un récent **rapport** de Statistique Canada, les entreprises canadiennes ont généré presque 510 milliards de dollars¹ de ventes avec leurs sociétés affiliées à l'étranger en 2013 seulement. Il s'agit d'un heureux résultat par rapport aux exportations traditionnelles du Canada pour la même année, qui s'élevaient à environ 588 milliards de dollars.²

En conséquence, le recours aux affiliés apparaît de plus en plus comme un substitut ou un complément aux exportations traditionnelles pour les entreprises canadiennes. Cela dit, la majorité de celles qui font du commerce international ne voient pas l'approche traditionnelle à l'exportation et l'utilisation de sociétés affiliées comme étant mutuellement exclusives. Nombre d'entre elles, saisissant la complémentarité remarquable de ces deux stratégies, recourent aux deux.

¹ Dans le présent document, tous les montants sont indiqués en dollars canadiens.

² Ce chiffre provient de la base de données d'Affaires mondiales Canada, **Échanges internationaux – par pays**.

1.1 Raisons de recourir aux sociétés affiliées

Les 546 entreprises interrogées se servent de sociétés affiliées à l'étranger pour des raisons précises. Voici les motivations les plus souvent évoquées :

1.1.1 Augmenter les ventes à de nouveaux clients ou sur de nouveaux marchés

Bien plus de la moitié des répondants (59 %) affirment qu'ils établissent des sociétés affiliées dans l'intention d'accroître leurs activités sur un marché où ils sont déjà présents, et près de la moitié (47 %) le font pour percer de nouveaux marchés à l'étranger.³

1.1.2 Se rapprocher des clients

Il s'agit d'une motivation principale chez 41 % des entreprises interrogées. La proximité géographique d'une société affiliée à ses clients peut avoir beaucoup d'avantages : simplification de la logistique et du service après-vente, et élimination des difficultés associées à la différence de fuseau horaire et à la communication.

1.1.3 Réduire les coûts

La réduction des coûts représente un réel incitatif pour le tiers des répondants (33 %), plus précisément en ce qui concerne les dépenses associées aux biens et services (intrants de production, transport, capital matériel, main-d'œuvre et fret). Particulièrement, par rapport à la main-d'œuvre, il est reconnu que les entreprises canadiennes établissent souvent des sociétés affiliées pour réaliser des économies compte tenu des salaires moins élevés sur le marché cible comparativement aux normes canadiennes.⁴ Le recours aux affiliés peut aussi être préférable à l'impartition comme moyen de réduction des coûts de main-d'œuvre, cette dernière stratégie pouvant réduire la mainmise d'une entreprise sur ses produits.

1.1.4 Faciliter l'accès aux chaînes d'approvisionnement et aux réseaux commerciaux régionaux

Plus du quart des répondants (28 %) citent ce facteur comme une motivation importante. En effet, la présence d'une société affiliée sur un marché donné peut non seulement faciliter l'accès aux marchés avoisinants, mais aussi ouvrir des portes vers de nouvelles chaînes d'approvisionnement et de nouveaux réseaux d'envergure régionale ou mondiale.

³ Pour de nombreuses questions, le total dépasse 100 %, car les répondants avaient la possibilité de sélectionner plusieurs réponses.

⁴ Phoenix Strategic Perspectives, *Working Paper on Canadian Direct Investment Abroad* (Exportation et développement Canada, avril 2013), p. 12.

1.1.5 Accroître la productivité

Il s'agit d'une motivation dans 24 % des cas, ce qui confirmerait le constat que de nombreuses études ont établi : le fait d'investir à l'étranger permet aux entreprises de se spécialiser, de répartir plus efficacement leurs activités à l'échelle mondiale et d'affronter plus directement la concurrence mondiale – trois facteurs stimulant la productivité.⁵

Plusieurs autres raisons d'établir une société affiliée sont citées, mais chacune par moins de 20 % des répondants. Parmi elles, notons un meilleur accès aux ressources matérielles, au capital humain et aux nouvelles technologies ainsi que la réduction des problèmes liés à la réglementation et des obstacles au commerce. Seulement quelques-unes des entreprises (14 %) affirment vouloir profiter d'un régime fiscal plus avantageux en créant une société affiliée.

2 PORTRAIT DES SOCIÉTÉS AFFILIÉES CANADIENNES

L'étude montre que les sociétés affiliées à l'étranger occupent une place importante dans les activités des exportateurs de biens et services canadiens.

2.1 Quantité et longévité

En tout, 65 % des répondants ont au moins une société affiliée fabriquant ou vendant des biens, alors que 64 % en ont au moins une assurant la prestation de services. En outre, 15 % des entreprises interrogées comptent établir une société affiliée hors du Canada dans les cinq prochaines années, toutes vocations confondues.

Dans la plupart des cas, ces entreprises sont loin de se limiter à une seule société affiliée. Une proportion importante d'entre elles (28 %) en ont 11 ou plus à l'étranger, alors que 24 % en exploitent de 4 à 10. Environ le quart (27 %) en ont 2 ou 3 et 22 % se contentent d'une seule.

Pour la majorité de ces entreprises, l'exploitation d'une société affiliée n'est pas nouvelle; 61 % les ont établies il y a dix ans ou plus, et 19 % exploitent les leurs depuis cinq à dix ans.

2.2 Secteur d'activité, lieu et taille des sociétés mères

La plupart des entreprises qui exploitent des sociétés affiliées sont issues des trois secteurs d'activité suivants : infrastructure et environnement (37 %), industrie légère (34 %) et technologies de l'information et de la communication (21 %).

⁵ Ibid., p. vii.

Ceux des industries extractives, du transport et des ressources représentent l'essentiel du reste. Par ailleurs, près de la moitié des sociétés mères (46 %) se trouvent en Ontario, 33 % dans l'Ouest, 15 % au Québec et 5 % dans les provinces de l'Atlantique.

Si l'on se concentre uniquement sur la prestation de services, les données révèlent que les sociétés affiliées à l'étranger remplissent diverses fonctions. Les ventes, le service après-vente et les services de centres d'appels sont les trois activités dominantes; 46 % des répondants détiennent des sociétés affiliées qui s'y adonnent. Ensuite, 41 % ont des affiliés spécialisés dans la prospection de la clientèle, le marketing et les renseignements sur les marchés. Les services techniques et d'ingénierie arrivent bons troisièmes avec 40 % des répondants ayant des affiliés dans ce domaine, un résultat sans doute attribuable au nombre important de sociétés affiliées liées aux secteurs de l'infrastructure et de l'environnement.

En ce qui a trait à la taille des sociétés mères, 63 % sont de grandes entreprises dont les ventes annuelles dépassent 50 millions de dollars, alors que 22 % sont de taille moyenne, enregistrant des ventes annuelles de 10 à 50 millions de dollars. Les petites entreprises aux ventes annuelles inférieures à 5 millions de dollars représentent les 15 % restants.

2.3 Structure privilégiée

En ce qui concerne la structure, dans une proportion de 57 %, les entreprises interrogées détiennent des sociétés affiliées en propriété exclusive. Du reste, 20 % sont actionnaires majoritaires d'une entreprise à l'étranger et 16 % se contentent d'une participation minoritaire.

Certaines sociétés (15 %) n'ont qu'un bureau de représentation à l'étranger. Si une présence locale de ce type ne saurait habituellement remplir les mêmes fonctions qu'une société affiliée – pas de vente directe ou de fabrication, par exemple –, elle répond certainement aux besoins de certains. Enfin, 10 % des répondants n'ont pas précisé la structure de leurs affiliés.

2.4 Lieux d'affaires à l'étranger

La plupart des entreprises interrogées (73 %) ont une société affiliée aux États-Unis. Les autres pays de choix sont le Royaume-Uni (39 %), la Chine (34 %) et l'Australie (27 %). Fait intéressant à noter : la grande majorité de ces sociétés (90 %) sont établies dans seulement 21 pays. Certains d'entre eux font bien sûr partie des plus grands marchés mondiaux.

L'analyse des données du point de vue des différents marchés montre que 90 % des entreprises exploitent des sociétés affiliées dans les économies développées, tandis que 65 % en ont sur les marchés émergents.

2.5 Défis liés à l'exploitation

Selon 17 % des répondants, les problèmes liés à la réglementation constituent le plus grand défi que pose l'exploitation de sociétés affiliées à l'étranger. En effet, il peut s'avérer difficile de se conformer aux lois et aux règlements locaux, parfois moins transparents qu'au Canada. Par ailleurs, chacun des aspects suivants représente un défi pour 11 % des entreprises : ressources humaines, différences culturelles, taux de change et difficultés de communication associées à la distance.

Fait intéressant, toutefois : 38 % des répondants affirment que leurs sociétés affiliées n'ont rencontré aucun problème. Ce pourcentage, de pair avec l'assez faible gravité des difficultés mentionnées, donne à penser que l'exploitation de sociétés affiliées à l'étranger peut se faire sans trop de soucis pour beaucoup d'entreprises.

3 INCIDENCES SUR LES ENTREPRISES

La majorité des répondants affirment que les sociétés affiliées à l'étranger ont un effet positif sur les affaires de plusieurs façons, de l'augmentation des ventes à l'accroissement de la capacité concurrentielle.

3.1 Principaux avantages

Dans l'ensemble, les entreprises interrogées croient que leurs sociétés affiliées les avantagent : 44 % affirment qu'elles ont eu un effet très positif sur leur chiffre d'affaires total. Ensuite, 43 % notent un faible effet positif et 9 % ne rapportent aucun effet. Très peu d'entreprises (4 %) considèrent que leur recours aux sociétés affiliées a eu un effet négatif sur leurs ventes. En ce qui a trait aux effets sur la clientèle, les bénéfices et la croissance, les résultats sont semblables : de 40 à 42 % remarquent un effet très positif, de 40 à 44 % notent un faible effet positif et de 11 à 14 % ne voient aucun effet. Seulement de 5 à 7 % signalent des effets négatifs.

Généralement, les effets positifs sont plus marqués chez les grandes entreprises, chez celles qui vendent des biens *et* des services (et non uniquement des biens), ainsi que chez les entreprises qui exploitent des affiliés depuis plus de dix ans.

En grande majorité (92 %), les répondants estiment que leurs sociétés affiliées rendent leur entreprise plus concurrentielle. C'est probablement l'une des motivations (mais elle n'est pas la seule) qui poussent ces entreprises à élargir leur réseau de sociétés affiliées, ce que plusieurs prévoient faire. Cela appuie aussi le constat que d'autres études ont établi : le fait d'investir sur le marché mondial peut permettre aux entreprises d'augmenter leur rendement et ainsi de devenir plus concurrentielles.⁶

⁶ Ibid., p. ix.

Dernier point, mais non le moindre : la plupart des répondants voient d'un très bon œil le rendement de leurs sociétés affiliées, en rétrospective comme pour le futur. Les deux tiers (67 %) signalent une augmentation des ventes de leurs affiliés au cours des cinq dernières années, et 76 % s'attendent à ce que ces ventes s'accroissent davantage dans les cinq années à venir.

3.2 Ventes par pays et marchés

Sans surprise, les sociétés affiliées à l'étranger de 75 % des répondants vendent des produits aux États-Unis, et 44 % au Royaume-Uni. Viennent ensuite la Chine (37 %), l'Allemagne (32 %) et l'Australie (32 %). Étonnamment, le Mexique traîne derrière l'Australie malgré son adhésion à l'ALENA : seulement 29 % des entreprises interrogées ont des sociétés affiliées qui vendent leurs produits sur le marché mexicain.

La répartition des ventes par marchés, comme on aurait pu le prévoir, reflète une préférence pour les pays développés; 93 % des répondants déclarent avoir des sociétés affiliées qui y font des ventes, contre 68 % dans les économies émergentes. Plus précisément, leurs ventes se répartissent ainsi sur les marchés émergents : 59 % en Asie, 47 % en Amérique du Sud et en Amérique centrale, et 32 % au Moyen-Orient et en Afrique.

4 POSSIBILITÉS DE CROISSANCE

Selon l'étude, beaucoup d'exportateurs canadiens considèrent que leur réseau de sociétés affiliées leur donne d'importantes possibilités d'augmentation des ventes et de croissance.

4.1 Potentiel de croissance des sociétés affiliées existantes

Lorsqu'on a demandé aux entreprises laquelle de leurs sociétés affiliées existantes avait le plus grand potentiel de croissance, 42 % d'entre elles ont nommé celles établies aux États-Unis. La Chine arrivait deuxième; 19 % des entreprises y possédant des affiliés voyaient ce pays comme leur principal marché porteur. Le Royaume-Uni, le Mexique, l'Inde, l'Australie et le Brésil suivaient la Chine, mais de loin : seulement de 3 à 4 % des répondants croyaient que les sociétés qu'ils y avaient établies présentaient le plus grand potentiel de croissance.

4.2 Potentiel de croissance des nouvelles sociétés affiliées

Dans les cinq prochaines années, la moitié des répondants comptent établir de nouvelles sociétés affiliées afin d'étendre leur réseau. L'objectif premier de 67 % d'entre eux? Accroître leurs ventes et leurs activités sur leurs marchés cibles. Dans 56 % des cas, ces entreprises veulent élargir leur offre de produits, alors que 55 % visent à augmenter leurs ressources matérielles.

Souvent, les entreprises ayant des projets d'expansion sont celles qui possèdent déjà de nombreuses sociétés affiliées. Cela semble indiquer qu'une vaste expérience dans l'exploitation d'affiliés pousse les entreprises à en établir davantage.

4.3 Régions ciblées pour l'établissement de sociétés affiliées et de partenariats commerciaux

Une importante proportion des entreprises interrogées (29 %) ont l'intention d'établir de nouvelles sociétés affiliées sur des marchés clés. Parmi ces entreprises, 21 % visent la Chine; ensuite viennent l'Inde (20 %), les États-Unis (20 %) et le Brésil (16 %).

Dans le même ordre d'idées, 17 % des entreprises veulent créer des partenariats commerciaux (au lieu d'établir une société affiliée) dans de nouveaux pays.⁷ La Chine est encore une fois le choix privilégié, mais elle partage la première place avec les États-Unis : le quart des entreprises (25 %) les ont dans la mire. Les autres pays convoités sont le Brésil (22 %), l'Allemagne (18 %) et la France (16 %).

Dans une perspective plus large, les marchés émergents sont ceux que ciblent le plus souvent les entreprises, qu'il s'agisse d'établir des sociétés affiliées ou de créer des partenariats commerciaux. En effet, 74 % des entreprises prévoyant établir une nouvelle société affiliée ciblent les marchés émergents, contre 59 % pour les marchés développés. En ce qui concerne les nouveaux partenariats commerciaux, les chiffres sont plus proches : 76 % des entreprises ciblent les marchés émergents, contre 72 % pour les marchés développés.

Les régions ciblées pour les nouvelles sociétés affiliées dénotent aussi une préférence générale pour les marchés émergents. Parmi les entreprises interrogées, 64 % prévoient s'établir en Asie; 42 % penchent pour l'Amérique du Sud et l'Amérique centrale; 37 % songent à l'Europe; et 25 % se dirigent au Moyen-Orient et en Afrique. Les États-Unis, exemple par excellence de marché développé, arrivent derniers : seulement 20 % des entreprises veulent y établir une société affiliée. Cela découle probablement du fait que la plupart des entreprises interrogées y ont déjà une société affiliée, et ne sont donc pas enclines à en établir de nouvelles dans ce pays.

⁷ Ces partenariats englobent les accords contractuels tels que la concession par voie de licence, la distribution, la franchise et la sous-traitance.

5 INCIDENCES DES SOCIÉTÉS AFFILIÉES À L'ÉTRANGER SUR LE MARCHÉ INTÉRIEUR

Le recours aux sociétés affiliées à l'étranger influe sur les sociétés mères comme sur le Canada dans son ensemble. Ces deux thèmes ont été abordés dans le sondage.

5.1 Avantages pour les sociétés mères

La plupart des répondants (69 %) affirment que leurs activités au Canada sont importantes pour soutenir leurs sociétés affiliées à l'étranger. Plus encore, deux sur cinq croient que leurs activités sur le marché intérieur sont *très* importantes à ce chapitre.

Les aspects les plus importants du soutien national, selon 54 % des entreprises interrogées, sont la prospection de la clientèle, le marketing et les renseignements sur les marchés. Viennent ensuite la recherche et le développement ainsi que les services techniques et d'ingénierie, cités par 43 % des répondants, puis les ventes, le service après-vente et les technologies de l'information et de la communication, rapportés par 42 % d'entre eux.

On peut supposer que ces entreprises seraient moins actives au pays si elles ne possédaient pas de sociétés affiliées. De même, *le fait d'en exploiter* les pousserait à accroître considérablement leurs activités à l'échelle nationale pour les soutenir. En d'autres mots, les sociétés affiliées augmenteraient nettement le volume d'activité des entreprises sur le marché canadien et favoriseraient ainsi le développement de grandes entreprises au pays.

5.2 Incidences sur le Canada

Plus de la moitié des répondants (58 %) s'entendent pour dire que les sociétés affiliées à l'étranger ont des incidences économiques et sociales positives pour le Canada. Les avantages les plus souvent évoqués sont le maintien de l'activité commerciale au pays et la création d'emplois.

Seulement une minorité d'entre eux (14 %) croient que le recours aux sociétés affiliées à l'étranger a des conséquences négatives pour le pays. De ce nombre, environ la moitié estiment que la perte d'emplois en est l'inconvénient principal et autour d'un cinquième pensent que l'exploitation de sociétés affiliées risque de détourner l'attention et les ressources des activités au Canada.

6 APPORT D'EDC

Il est intéressant de constater que seulement le quart des répondants pensent que le gouvernement du Canada peut ou doit aider leurs sociétés affiliées à croître et à réussir. En revanche, 46 % ne croient pas que le gouvernement est en mesure de les soutenir du tout (à ce chapitre, du moins), et 28 % estiment que celui-ci *ne devrait* pas aider les entreprises à développer leur réseau d'affiliés.

En ce qui concerne la minorité qui voit l'aide du gouvernement comme potentiellement utile, le besoin le plus souvent évoqué est l'aide financière. Bien sûr, il s'agit du rôle premier d'EDC. À titre d'organisme de crédit à l'exportation du Canada, EDC est bien placée pour soutenir les entreprises désireuses de se créer un réseau de sociétés affiliées ou d'étendre celui qu'elles exploitent, particulièrement au moyen de **prêts directs**. Son **financement de trésorerie** peut également aider les exportateurs à investir à l'étranger, y compris dans des sociétés affiliées.

7 RÉSUMÉ ET CONCLUSIONS

Selon l'étude, la plupart des exportateurs canadiens considèrent que leurs sociétés affiliées constituent un avantage net pour l'ensemble de l'entreprise, et plusieurs ont l'intention d'étendre les activités de ces sociétés. Voici un résumé plus détaillé des constats :

- Les entreprises canadiennes génèrent annuellement presque autant de ventes avec leurs sociétés affiliées à l'étranger qu'avec leurs exportations traditionnelles. En conséquence, le recours aux affiliés apparaît de plus en plus comme un substitut ou un complément aux exportations traditionnelles pour beaucoup d'entreprises canadiennes.
- Les entreprises interrogées se servent de sociétés affiliées à l'étranger pour des raisons précises : augmentation des ventes, accroissement de la productivité, etc.
- Les sociétés affiliées occupent une place importante dans les activités de ces entreprises. La majorité de ces dernières ont plus d'une société affiliée, et certaines en exploitent bien plus de dix. La plupart de ces affiliés sont en activité depuis plus de cinq ans.
- En grande majorité, les répondants affirment que les sociétés affiliées à l'étranger ont un effet positif sur les affaires de plusieurs façons. Plus précisément, ils soulignent des avantages tels que l'augmentation des ventes, de la clientèle et de la capacité concurrentielle.
- Beaucoup d'exportateurs canadiens considèrent que leur réseau de sociétés affiliées leur donne l'occasion d'augmenter leurs ventes et de croître. Lorsqu'on leur a demandé laquelle de leurs sociétés affiliées *existantes* avait le plus grand potentiel de croissance, ils ont nommé, dans l'ordre, celles établies aux États-Unis, en Chine et au Royaume-Uni. En ce qui concerne les pays où ils comptaient établir de *nouvelles* sociétés affiliées, les réponses les plus populaires ont été la Chine, l'Inde, les États-Unis et le Brésil.

- La plupart des répondants affirment que leurs activités au Canada sont importantes ou très importantes pour soutenir leurs sociétés affiliées à l'étranger. Cela indique que le recours aux sociétés affiliées pourrait augmenter considérablement le volume d'activité des entreprises sur le marché canadien et ainsi favoriser le développement de grandes entreprises au pays.
- Bien au-delà de la moitié des répondants s'entendent pour dire que les sociétés affiliées à l'étranger ont des incidences économiques et sociales positives pour le Canada. Les avantages les plus souvent évoqués sont le maintien de l'activité commerciale au pays et la création d'emplois.

Financement. Protection de l'actif. Gestion des risques.

EDC peut vous aider à y voir plus clair.

- Besoin de financement pour prendre de l'expansion à l'étranger?
Nous pouvons vous aider à l'obtenir.
- Besoin d'assurer vos comptes clients à l'étranger? **Nous pouvons vous montrer comment.**
- Besoin de gérer des risques à l'étranger? **Nous pouvons vous aider à y parvenir.**

Pour en savoir plus, consultez nos Solutions en composant le numéro sans frais 1 800 229-0575 ou **écrivez-nous**. Nous répondons aux demandes dans le jour ouvrable suivant (en semaine, entre 9 h et 17 h HE).

Pour tout renseignement, visitez edc.ca

This document is also available in English.

EDC est propriétaire de marques de commerce et de marques officielles. Toute utilisation d'une marque de commerce ou d'une marque officielle d'EDC sans sa permission écrite est strictement interdite. Toutes les autres marques de commerce figurant dans ce document appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Les renseignements présentés peuvent être modifiés sans préavis. EDC n'assume aucune responsabilité en cas d'inexactitudes dans le présent document. © Exportation et développement Canada, 2016. Tous droits réservés.