



Exporter ses produits... on se prépare

LES PREMIÈRES ÉTAPES VERS LA RÉUSSITE

LES VINGT ÉTAPES DE LA RÉUSSITE SUR LES MARCHÉS D'EXPORTATION

Conseils de chefs d'entreprise ayant réussi sur les marchés mondiaux

1. Engagez-vous à exporter à long terme.
2. Préparez un plan de marketing pour vos exportations.
3. Fabriquez le produit qui convient au marché visé.
4. Prêtez une attention particulière à votre stratégie d'exportation, notamment au positionnement des produits et aux prix.
5. Soyez prêt à offrir des modalités de crédit à vos clients.
6. Choisissez soigneusement votre partenaire, votre agent ou votre distributeur.
7. Nourrissez la relation que vous entretenez avec votre agent ou votre distributeur.
8. Soutenez la commercialisation de vos exportations au moyen de documents techniques et promotionnels multilingues.
9. Embauchez du personnel qui connaît vos marchés étrangers et qui en maîtrise la langue.
10. Offrez à votre personnel une formation continue dans les domaines de l'exportation et du marketing international.
11. Amenez votre personnel à soutenir résolument le marketing international.
12. Allez rencontrer vos clients. Envoyez de temps à autre des cadres supérieurs dans les pays étrangers où vous avez conclu un contrat.
13. Exposez vos produits dans les foires commerciales ou prenez la parole à des conférences internationales. Tirez pleinement parti des missions des gouvernements de l'Ontario et du Canada dans les foires commerciales organisées dans vos marchés cibles.
14. Apprenez la culture et les habitudes commerciales locales.
15. Envisagez de recourir à des maisons de commerce canadiennes ou à des partenaires canadiens expérimentés pour exploiter les marchés plus éloignés et plus difficiles.
16. Respectez les contrats conclus avec vos clients étrangers.
17. Soyez conscient des dangers potentiels et gérez vos risques à l'exportation.
18. Soyez prêt à modifier votre stratégie afin de l'adapter à l'évolution des marchés.
19. Engagez-vous à faire de la recherche et du développement continu.
20. Soyez prêt à réagir rapidement aux changements technologiques.

Mise en garde

Les renseignements contenus dans le présent guide sont présentés à titre de service public. Ils ne doivent en aucun cas être considérés comme des conseils juridiques ou professionnels. Malgré tous nos efforts pour nous assurer que ces renseignements sont aussi exacts et d'actualité que possible (présentés à la dernière page de cette publication), des erreurs peuvent parfois se produire. De plus, certains des sites mentionnés dans ce document ne sont pas nécessairement disponibles en français ou peuvent proposer un contenu limité en anglais. Nous recommandons fortement aux lecteurs de vérifier l'information présentée dans cette publication.

Table des matières

VOUS SONGEZ À EXPORTER..... 2

Les débouchés offerts par les marchés mondiaux 2

Votre entreprise est-elle prête à exporter?..... 2

Première étape de la réussite sur les marchés d'exportation :

Faites vos devoirs 5

Vous songez à exporter : principales ressources en ligne 7

FAQ : Les dix questions les plus fréquentes sur l'exportation..... 7

PRÉPARATION À L'EXPORTATION 11

Élaboration de votre plan d'exportation 11

Préparation de votre plan d'exportation 11

Stratégies d'entrée sur le marché..... 12

Possibilités d'exportation directe..... 14

Possibilités d'exportation indirectes 16

Collaboration avec des partenaires stratégiques 17

Projets de développement internationaux..... 17

Expédition : transporteurs, conteneurs et normes 18

Établissement des prix à l'exportation 19

Financement des exportations 20

Options de paiement et de financement..... 20

Sources de financement des exportations..... 22

Possibilités d'exportation en Amérique du Nord 23

ALENA : Un bref aperçu 23

Débouchés aux États-Unis..... 25

Programmes de sécurité frontalière pour les entreprises 26

Règlements douaniers américains..... 27

Débouchés au Mexique 30

DÉVELOPPEMENT DE VOS MARCHÉS D'EXPORTATION..... 31

Exploration de vos marchés d'exportation..... 31

Votre première visite 31

Aspects culturels du commerce international 33

Services des gouvernements de l'Ontario et du Canada sur les marchés internationaux 34

Missions commerciales..... 35

Foires commerciales..... 35

Trouver le bon représentant..... 36

Processus de recrutement..... 36

Évaluation des représentants potentiels.....37

Contrats d'agence et de distribution 38

Assurer le succès de vos exportations..... 40

Le contrat d'exportation..... 40

Gestion des risques..... 41

COORDONNÉES ET RESSOURCES 43

Ministère des Affaires civiques, de l'Immigration et du Commerce international de l'Ontario..... 43

Brochures sur les exportations de l'Ontario..... 43

Programmes pour les exportateurs aux États-Unis..... 44

Représentants pour le développement du commerce international..... 44

Ministère du Développement économique, de l'Emploi et de l'Infrastructure 45

Ressources en ligne..... 45

Exemples de formulaires d'exportation..... 47

Vue d'ensemble du présent guide

Exporter ses produits... on se prépare vise à initier les sociétés ontariennes, et plus particulièrement les petites et moyennes entreprises, aux fondements de la réussite dans le domaine des exportations et aux abondantes ressources mises à leur disposition.

Les marchés mondiaux ont évolué de façon spectaculaire au cours des dix dernières années et cette évolution va en accélérant. L'adaptation au changement pose un défi, mais la prise de décisions d'affaires avisées dépend de l'accès à des renseignements à jour. Internet constitue une bonne source de statistiques et de renseignements actualisés et le présent guide vous offre des liens vers de nombreux sites utiles.

Les exportations peuvent être complexes; elles comportent des risques, mais aussi des récompenses. Toutefois, comme vous le découvrirez à la lecture du présent guide, il existe de nombreux programmes et services pouvant vous aider à éviter les pièges et à faire croître votre entreprise grâce aux ventes à l'étranger.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les programmes et les services qui peuvent contribuer à la croissance de votre entreprise au moyen des exportations, veuillez communiquer avec nous.

Ministère des Affaires civiques, de l'Immigration et du Commerce international de l'Ontario

Division du commerce international et de la représentation

Direction du commerce international

5^e étage, Édifice Hearst
900, rue Bay
Toronto, ON M7A 2E1

Tél. : 416-314-8200
Sans frais (en Ontario) :
1-877-46-TRADE
1-877-468-7233

Courriel : trade.officer@ontario.ca
ontario.ca/exportation

Remarque :

Les renseignements contenus dans le présent guide sont de nature générale et présentés à titre de service public. Ils ne doivent en aucun cas être considérés comme des conseils juridiques ou professionnels. À notre connaissance, ils étaient exacts au moment de l'impression. La mention d'un organisme, de ses produits ou de ses services n'en constitue pas la caution. Les lecteurs devraient vérifier l'information avant de s'en servir.



Vous songez à exporter

Les débouchés offerts par les marchés mondiaux

Les débouchés qu'offrent les marchés d'exportation aux sociétés ontariennes sont vastes et de plus en plus nombreux.

Tant pour les petites que les grandes entreprises, la mondialisation et l'élimination des obstacles au commerce ouvrent de nouveaux marchés à l'échelle mondiale et créent de plus en plus de débouchés pour les exportateurs canadiens.

Le Canada possède des accords de libre-échange avec plus de 10 pays, qui lui offrent un avantage concurrentiel dans une grande variété de secteurs. Les marchés émergents tels que l'Asie du Sud-Est et le Moyen-Orient continuent de croître rapidement. L'Amérique latine et du Sud offrent également un éventail de plus en plus large de marchés à créneaux.

Il y a plusieurs bonnes raisons d'envisager d'exporter :

- › l'augmentation des ventes;
- › l'accroissement des bénéfices;
- › la réalisation d'économies d'échelle;
- › la diversification des marchés;
- › l'accroissement de la compétitivité.

Toutefois, parallèlement aux débouchés, les activités d'exportation posent des défis.

Même si votre entreprise connaît du succès sur le marché national, la décision d'exporter doit être examinée attentivement.

Pour réussir à l'exportation, votre entreprise doit prendre de sérieux engagements dans plusieurs domaines clés :

- › la direction doit s'engager à entreprendre un processus pluriannuel;
- › il faut y affecter en permanence des ressources et du personnel;
- › il faut s'engager à toujours apprendre de nouvelles façons d'offrir des produits et des services de qualité supérieure aux clients étrangers

Bonne nouvelle : de nombreuses sociétés canadiennes relèvent avec succès le défi que posent les exportations pour tirer parti des marchés mondiaux. Au moment d'étudier vos options en matière d'exportation, vous avez la possibilité de bénéficier de l'expérience qu'elles ont durement acquise.

VOÛRE ENTREPRISE EST-ELLE PRÊTE À EXPORTER?

La première étape à franchir au moment de déterminer si les activités d'exportation conviennent à votre entreprise consiste à en évaluer les forces et les faiblesses sur le marché national.

De façon générale, les exportateurs prospères possèdent des assises solides au Canada. Ils disposent de capacités

de production fiables, d'une excellente réputation en matière de qualité ainsi que de produits qui sont en demande à l'échelle nationale et qui, par conséquent, pourraient l'être sur les marchés internationaux.

Dans certains cas, des sociétés très spécialisées qui mènent peu ou pas d'activités au Canada ont également trouvé un créneau sur des marchés étrangers.

L'exportation exige un engagement important

Tous les exportateurs prospères s'entendent sur la nécessité pour les exportateurs potentiels de s'engager sérieusement à développer les marchés internationaux à long terme. L'exportation n'est pas qu'une solution provisoire au ralentissement du marché national. Vous devriez y affecter suffisamment de ressources pour soutenir une stratégie de développement biennale. Une stratégie triennale serait préférable. Un an constitue le strict minimum.

Évaluez les forces et les faiblesses de votre entreprise

Toute société ontarienne qui envisage d'exporter devrait évaluer honnêtement ses forces et ses faiblesses.

Pour exporter, vous devrez faire intervenir toutes les composantes de votre entreprise. Analysez votre capacité actuelle dans les secteurs clés suivants et voyez comment ils pourraient contribuer au succès de vos exportations ou comment ils doivent être renforcés :

- › expertise en matière de gestion;
- › ressources de production;
- › conception des produits et capacité de les adapter;
- › succès sur le marché national;
- › compétences en marketing;
- › technologie;

- › ressources financières;
- › ressources humaines.

Posez-vous les questions énumérées ci-dessous. Si vous êtes en mesure de relever la plupart ou la majorité de ces défis, vous êtes prêt à entreprendre la planification de vos activités d'exportation

Votre position et votre engagement actuels

- › Quelle place occupez-vous sur le marché ontarien?
- › Les marchés étrangers sont-ils nécessaires à la croissance de votre entreprise?
- › Dans quelle mesure désirez-vous élargir vos activités?
- › La haute direction est-elle prête à faire collaborer des services afin de soutenir une initiative d'exportation?
- › Votre entreprise est-elle prête à s'engager à long terme sur les plans financier et humain afin de développer les marchés d'exportation?

Ressources humaines

- › Vos cadres supérieurs ainsi que les membres de votre personnel technique et de marketing comprennent-ils comment faire des affaires sur les marchés étrangers et sont-ils prêts à passer des jours, voire des semaines, loin de chez eux?
- › Les membres de votre personnel professionnel et technique possèdent-ils les accréditations nécessaires sur le marché étranger?
- › Le personnel professionnel devra-t-il obtenir un permis d'exercice dans le pays visé?
- › Avez-vous accès à une main-d'œuvre qualifiée supplémentaire?
- › Disposez-vous d'un personnel de soutien canadien capable de parler les langues étrangères en question?

- › Votre directeur des exportations sera-t-il en mesure de solliciter le soutien et la coopération d'autres personnes importantes dans les secteurs des finances, de la production, du soutien technique et de l'expédition? Est-ce que tous les collaborateurs de votre entreprise sont prêts à travailler en vue d'atteindre les mêmes objectifs?

Ressources financières

- › Disposez-vous de fonds destinés au développement des marchés étrangers?
- › Disposez-vous de ressources financières suffisantes pour gérer la retenue des honoraires professionnels (le cas échéant)?
- › Êtes-vous prêt financièrement à accroître considérablement votre production?

Convenance du produit et homologation

- › Votre produit convient-il à l'exportation? Peut-il être adapté facilement afin de respecter les diverses préférences culturelles?
- › Devrez-vous modifier votre produit afin qu'il soit conforme aux normes internationales?
- › Votre processus de contrôle de la qualité respecte-t-il les normes internationales?
- › Votre produit devra-t-il être homologué par un organisme étranger avant de pouvoir être mis sur le marché?
- › Votre emballage respecte-t-il les exigences internationales?
- › Devrez-vous traduire des documents techniques ou de marketing?
- › Le coût de votre produit est-il concurrentiel?
- › Quelles caractéristiques de votre produit peuvent lui conférer un avantage sur le plan du marketing?
- › Vos produits sont-ils faciles à expédier?
- › Votre service peut-il être facilement offert à l'étranger?

Ressources en matière de production et de communication

- › Pouvez-vous accroître votre production afin de répondre à une augmentation de la demande?
- › Vos installations de production devront-elles être homologuées par un organisme étranger avant que votre produit puisse être mis sur le marché?
- › Pouvez-vous facilement accroître vos capacités de télécommunication? Avez-vous un site Web fiable permettant de faire du commerce électronique?
- › Avez-vous mis en place une stratégie de service à la clientèle permettant de desservir différents fuseaux horaires dans différentes langues, le cas échéant?

Remarque à l'intention des exportateurs de services

Bon nombre de petites entreprises de services réussissent à l'étranger sur des marchés à créneaux. Ces débouchés se feront plus nombreux à mesure que les obstacles au commerce international dans le secteur des services seront levés.

Il est possible d'exporter des services de différentes façons :

- › en offrant un service dans un pays étranger à partir du Canada (p. ex., des dessins d'architecture créés au Canada pour un client étranger);
- › en se rendant dans le pays étranger afin d'offrir le service (p. ex., la gestion sur place d'un projet de construction);
- › en offrant le service aux clients étrangers au Canada (p. ex., un programme de formation donné au Canada à l'intention des cadres étrangers).

Les exportateurs de services doivent tenir compte de plusieurs facteurs dont les exportateurs de produits traditionnels ont moins à se préoccuper.

Dans la mesure où les exportations de services nécessitent en général le déplacement de personnel à l'étranger, vous devrez par exemple vous familiariser avec la réglementation en matière d'immigration et les exigences concernant les permis de travail.

De plus, pour les entreprises de services professionnels en particulier, les activités de marketing doivent être effectuées par leurs spécialistes supérieurs – plutôt que par un représentant commercial.

Ces facteurs soulignent la nécessité de bien comprendre l'engagement requis pour réussir sur les marchés d'exportation et les conséquences de la réussite des exportations sur l'entreprise.

Facteurs essentiels de réussite à l'exportation

Un certain nombre de facteurs internes et externes contribuent au succès des activités d'exportation d'une entreprise, Ils comprennent :

- › une solide clientèle à l'échelle nationale (habituellement);
- › un l'engagement à long terme de la haute direction en matière d'exportation;
- › l'affectation par l'entreprise de ressources et de personnel suffisants;
- › un plan d'affaires solide assorti d'un échéancier réaliste concernant le développement des marchés d'exportation;
- › un produit ou un service bien conçu et de qualité invariablement supérieure qui respecte les normes de qualité et de rendement en vigueur sur le marché d'exportation ciblé;
- › un produit ou un service qui satisfait aux exigences souvent diverses des clients étrangers;
- › un produit ou un service vendu à un prix concurrentiel et livré à temps;

- › un produit ou un service qui peut pleinement bénéficier d'un service après-vente (le cas échéant)

PREMIÈRE ÉTAPE DE LA RÉUSSITE SUR LES MARCHÉS D'EXPORTATION : FAITES VOS DEVOIRS

L'exportation est une entreprise commerciale complexe ayant une terminologie, des réseaux, des institutions et des formalités réglementaires qui lui sont propres. Un nouvel exportateur a beaucoup à apprendre.

L'une des premières mesures les plus utiles que vous pouvez prendre est de vous mettre au fait des organismes et des processus qui font partie du contexte opérationnel du commerce international.

Les ressources énumérées ci-après peuvent vous aider à commencer.

Ministère des Affaires civiles, de l'Immigration et du Commerce international de l'Ontario (MACICI)

ontario.ca/exportation

L'équipe de la Direction du commerce international du ministère, composée de spécialistes chevronnés dans le domaine du commerce, peut aider les exportateurs ontariens à définir des stratégies ciblant les marchés internationaux. Ces spécialistes offrent aux exportateurs une vaste gamme de services et de programmes, comprenant les suivants :

- › des consultations individuelles;
- › des colloques offerts dans la collectivité sur les premières étapes du processus d'exportation;
- › des initiatives, des colloques et des ateliers relatifs au programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF);
- › des missions commerciales virtuelles;
- › des missions commerciales;

- › la participation à des foires commerciales;
- › un soutien commercial à l'intérieur du marché.

Le site Web du ministère qui fait la promotion des exportations contient de nombreux renseignements liés au commerce, notamment les fiches Info-Commerce.

Ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement (MAECD)

www.international.gc.ca

Le MAECD offre de nombreux services aux exportateurs, de la délivrance de passeports à la promotion directe des exportations par l'entremise des 260 bureaux du Service des délégués commerciaux du Canada situés dans 150 pays à l'étranger.

Entreprises Canada Ontario

www.cbo-eco.ca

Entreprises Canada Ontario (ECO) est la principale source de renseignements des sociétés ontariennes voulant accéder aux programmes et aux services provinciaux et fédéraux offerts aux entreprises. Il peut répondre aux questions sur le démarrage et la croissance d'une entreprise ainsi que sur les exportations

Agence des services frontaliers du Canada

www.cbsa.gc.ca

Divers règlements régissent l'exportation de produits canadiens dans d'autres régions du monde. Les publications de l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) offrent des renseignements utiles aux exportateurs concernant les règles applicables à l'exportation de produits.

Agence du revenu du Canada

www.cra.gc.ca

Vous devrez ajouter un numéro de compte d'importations-exportations à votre numéro

d'entreprise (NE) afin de déclarer vos revenus d'exportation à l'Agence du revenu du Canada. Ce numéro est également utilisé par l'Agence des services frontaliers du Canada pour traiter les documents douaniers.

Afin d'éviter les retards à la frontière, vous devriez ouvrir votre compte avant d'importer ou d'exporter des marchandises.

Développement des connaissances en matière d'exportation – En ligne et en personne

Outre les colloques du MDEC sur les premières étapes du processus d'exportation et les colloques Nouveaux exportateurs aux États frontaliers, le ministère offre des colloques axés sur des marchés précis, habituellement en partenariat avec des associations sectorielles et souvent en parallèle avec des missions commerciales à venir. Vous pouvez consulter le calendrier en ligne des événements du ministère pour obtenir plus de détails : ontario.ca/evenementsdexportation

Le Forum pour la formation en commerce international (FITT), un partenariat canadien entre les secteurs public et privé, offre une série de cours de perfectionnement professionnel tant en ligne qu'en classe, qui peut mener au titre de Professionnel accrédité en commerce international. Pour obtenir de plus amples renseignements : www.fitt.ca

Un nombre croissant de collèges et d'universités offre également des cours en marketing international et en entrepreneuriat. Vous pouvez consulter les sites Web des établissements d'enseignement postsecondaire de votre région pour obtenir des détails sur les programmes.

Incoterms®

Afin d'aider les exportateurs et les importateurs de différents pays à éviter les malentendus, la Chambre de commerce internationale (CCI) a défini, en des termes largement

acceptés, la terminologie couramment utilisée en commerce international (comme RDA – rendu droits acquittés), qui détermine les responsabilités de chacune des parties. Pour obtenir davantage de renseignements, consultez le site Web de la CCI à l'adresse <http://www.iccwbo.org/>.

Conseils aux nouveaux exportateurs

Les colloques et les ateliers portant sur les premières étapes du processus d'exportation initient les nouveaux exportateurs aux programmes et aux services gouvernementaux ainsi qu'à d'autres ressources dans ce domaine et offrent un aperçu pratique du secteur des exportations. Pour obtenir des renseignements sur les colloques à venir, veuillez communiquer avec la Direction du commerce international du ministère des Affaires civiles, de l'Immigration et du Commerce international au 416-314-8200 ou consultez le calendrier des événements à l'adresse : ontario.ca/evenementsdexportation

VOUS SONGEZ À EXPORTER : PRINCIPALES RESSOURCES EN LIGNE

Ministère des Affaires civiles, de l'Immigration et du Commerce international

ontario.ca/exportation

Ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement Canada

<http://www.international.gc.ca/>

Entreprises Canada Ontario

<http://www.cbo-eco.ca/>

Réseau Entreprises Canada

www.canadabusiness.ca

Agence des services frontaliers du Canada

www.cbsa.gc.ca

Agence du revenu du Canada

www.cra.gc.ca

Forum pour la formation en commerce international

www.fitt.ca

Incoterms®

www.iccwbo.org

FAQ : LES DIX QUESTIONS LES PLUS FRÉQUENTES SUR L'EXPORTATION

1. Quels programmes et services de développement des exportations les gouvernements ontarien et fédéral offrent-ils aux petites et moyennes entreprises?

Veuillez consulter la section « Personnes-ressources et ressources » du présent guide pour trouver une description plus détaillée des services ontariens et fédéraux.

Programmes de l'Ontario

Le ministère des Affaires civiles, de l'Immigration et du Commerce international offre aux exportateurs une vaste gamme de programmes et de services, allant des colloques et des ateliers organisés dans les collectivités de la province aux consultations individuelles, en passant par les missions commerciales sur les principaux marchés internationaux. Pour obtenir plus de renseignements, consultez la section « Personnes-ressources et ressources » du présent guide.

Le personnel du programme Exportations alimentaires Ontario (EXALO) du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation de l'Ontario et des Affaires rurales (MAR) aide les entreprises agroalimentaires ontariennes à faire des ventes à l'exportation au moyen de programmes de promotion des échanges commerciaux,

de missions d'exportation et de l'accueil de délégations commerciales étrangères.

Programmes fédéraux

Réseau Entreprises Canada est un service gouvernemental d'information en ligne qui s'adresse aux entrepreneurs et aux entreprises en démarrage. Il s'agit de la principale source de renseignements commerciaux exacts et à jour qui oriente les entreprises vers les programmes, les services et les règlements gouvernementaux – sans frais – dans toutes les régions du Canada.

Le Service des délégués commerciaux du Canada du ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement (MAECD) offre une gamme de services aux exportateurs canadiens. Les délégués commerciaux travaillent dans les bureaux régionaux à l'échelle du pays ainsi que dans plus de 260 consulats et ambassades du Canada dans 150 pays partout dans le monde.

La Corporation commerciale canadienne (CCC) est une société d'État fédérale qui conclut des contrats visant à fournir aux gouvernements étrangers et aux organismes internationaux les produits et les services d'entreprises canadiennes.

Exportation et développement Canada (EDC) est une société de crédit à l'exportation qui offre aux exportateurs canadiens des produits d'assurance et de cautionnement ainsi que des services financiers.

2. Quels types de services financiers liés à l'exportation sont offerts aux petites et moyennes entreprises?

Outre les services commerciaux offerts par les banques et autres institutions financières, un certain nombre de programmes et d'organismes publics peuvent également aider les entreprises à accroître leurs activités grâce aux exportations. Ces programmes comprennent :

- › la Banque de développement du Canada (BDC);
- › le Programme de financement des petites entreprises du Canada (Programme FPEC);
- › l'Initiative fédérale de développement économique pour le Nord de l'Ontario (FedNor).
- › l'Agence fédérale pour le développement économique du Sud de l'Ontario (FedDev)

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le soutien financier offert, consultez la section « Financement des exportations » (p. 26).

3. Existe-t-il du soutien financier pour le développement des exportations ou du commerce international?

Le programme Global Growth Fund (fonds de croissance mondiale) de l'Ontario Chamber of Commerce, qui est financé par le gouvernement de l'Ontario, peut aider les petites et moyennes entreprises à élargir leurs marchés d'exportation. Ce programme comporte trois volets :

- › le fonds Early Stage Exporters aide les petites entreprises à développer et à accroître leurs marchés d'exportation et à générer de nouvelles sources de financement;
- › le programme Export Market Access aide à défrayer les coûts directs de développement des marchés internationaux;
- › l'Ontario Exporters Fund aide à couvrir les frais de recrutement d'un responsable des exportations (jusqu'à concurrence de 80 000 \$).

Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez le site : www.occ.ca/programs.

4. Je désire faire des affaires aux États-Unis. Où dois-je commencer?

Sur le site Web du ministère des Affaires civiques, de l'Immigration et du Commerce international de l'Ontario propose des fiches Info-Commerce à l'adresse <http://www.ontario.ca/fr/page/elargissez-vos-marchés-dexportation>

qui fournissent des renseignements de nature commerciale et autre se rapportant spécifiquement à divers pays du globe.

Le Ministère organise en outre des séminaires et autres événements qui attirent souvent des entreprises ontariennes faisant déjà des affaires aux États-Unis. Vous pourriez assister à ces événements et rencontrer les représentants de ces entreprises. Veuillez consulter notre site Web <http://www.sse.gov.on.ca/medt/ontarioexports/fr/Pages/TradeEventsListing.aspx> pour obtenir une liste des événements à venir. Par ailleurs, vous pourriez communiquer avec notre conseiller en commercialisation à l'étranger spécialiste des États-Unis à l'adresse trade.officer@ontario.ca.

5. Quels ministères du gouvernement de l'Ontario sont responsables de la promotion des exportations?

Le ministère des Affaires civiles, de l'Immigration et du Commerce international dispose d'une équipe de professionnels compétents du secteur de l'exportation qui peuvent aider les sociétés ontariennes à définir leurs stratégies d'exportation et à étendre leurs activités sur les marchés internationaux. <http://www.ontario.ca/fr/page/apprenez-exporter>.

Le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario (MAAAR) offre au secteur agroalimentaire des services spécialisés de promotion des exportations. <http://www.omafra.gov.on.ca/french/food/staff/export.htm>

Le ministère du Développement du Nord et des Mines offre également des programmes pour aider les sociétés d'approvisionnement et de services miniers du Nord de l'Ontario à percer de nouveaux marchés d'exportation et accroître leurs revenus. <http://www.mndm.gov.on.ca/fr/developpement-du-nord/le-commerce-et-le-soutien-linvestissement/programme-daide-lexportation-pour-le>

6. Comment puis-je savoir si mon entreprise est prête à exporter?

La définition d'une stratégie d'exportation solide exige un examen critique des capacités et des ressources de votre entreprise. Les deux sections suivantes du présent document, « Préparation à l'exportation » et « Développement de vos marchés d'exportation », offrent un guide étape par étape du processus, de l'étude de marché à la recherche d'acheteurs, en passant par le financement. La deuxième partie du présent guide énumère un ensemble de ressources visant à vous aider à perfectionner et à mettre en œuvre votre stratégie d'exportation.

7. Comment puis-je obtenir les résultats des études de marché pour un pays particulier ou un produit ou un service?

Les conseillers en commercialisation à l'étranger du Ministère des Affaires civiles, de l'Immigration et du Commerce international de l'Ontario peuvent vous orienter vers des sources utiles de renseignements sur le commerce international et les résultats d'études de marché réalisées par divers organismes nationaux et étrangers. Notre site Web consacré aux exportations (ontario.ca/exportation) comprend des fiches Info-Commerce de l'Ontario qui présentent des renseignements sur le commerce et les exportations propres à divers pays du globe.

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez appeler au 416-314-8200 ou envoyer un courriel à l'adresse trade.officer@ontario.ca.

En ce qui a trait aux études de marché portant sur des secteurs précis, Service des délégués commerciaux du Canada offre aux entreprises et aux organismes canadiens des renseignements clés sur les marchés étrangers. Pour obtenir de plus amples renseignements : <http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/etudes-marches-acces.jsp>.

8. Comment puis-je effectuer des recherches sur les règlements, les normes et les exigences d'homologation régissant mon produit?

Le Conseil canadien des normes peut fournir des renseignements utiles sur les normes, les règlements, l'homologation et l'accréditation. Pour obtenir de plus amples renseignements : <http://www.csagroup.org/global/en/services/codes-and-standards?language=caFr#>

9. Comment puis-je trouver d'éventuels distributeurs sur les marchés d'exportation?

Les conseillers en commercialisation à l'étranger de l'Ontario des Affaires civiques, de l'Immigration et du Commerce international peuvent vous aider à trouver des renseignements sur la façon de trouver et d'évaluer des agents et des distributeurs potentiels sur les marchés d'exportation. Les représentants étrangers, tels que les agents et les distributeurs, devraient être interviewés et sélectionnés avec soin, de la même façon qu'ils examinent la gamme de produits de votre entreprise. Pour de plus amples renseignements, consultez la section « Trouver le bon représentant » (p. 44).

10. Le gouvernement de l'Ontario peut-il m'aider à trouver des projets de marchés internationaux?

Les conseillers en commercialisation à l'étranger du ministère du gouvernement de l'Ontario peuvent aider les sociétés ontariennes à trouver des projets de marchés internationaux accessibles

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les projets de marchés vous pouvez consulter les sites suivants :

- › Marchés du développement et de l'aide humanitaire financière

<http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/marches-developpement-aide-humanitaire/accueil.jsp>

- › Le Groupe Banque mondiale

www.banquemondiale.org (cliquez sur Projets).



Préparation à l'exportation

Le domaine de l'exportation offre aux entreprises un énorme potentiel de croissance. Il s'agit en outre d'un processus commercial complexe. Une bonne préparation peut vous faire gagner du temps et de l'argent et vous épargner des maux de tête.

Que vous décidiez de chercher des débouchés en Amérique du Nord, en Europe, en Asie ou à tout autre endroit du monde, les étapes fondamentales de planification sont les mêmes :

- › définir son marché cible;
- › définir sa stratégie de marketing;
- › prévoir le financement.

La présente section aborde bon nombre des aspects pratiques liés à l'élaboration et au financement d'un plan d'exportation, puis examine de plus près ce que sous-tendent les exportations aux États-Unis, pays qui constitue souvent le premier marché international de nombreuses entreprises canadiennes.

Élaboration de votre plan d'exportation

PRÉPARATION DE VOTRE PLAN D'EXPORTATION

Une fois que votre entreprise s'est engagée à se lancer sur les marchés internationaux, vous devez concevoir un plan d'exportation.

Les conseils des experts sont clairs : prenez votre temps et faites bien les choses. Votre plan d'exportation est le fondement sur lequel tout repose. Un bon plan directeur assurera une structure d'exportation solide et durable.

Étude de votre marché cible

La recherche vous aidera à comprendre votre marché cible : les débouchés, les risques et ce que vous devrez faire pour gagner une part du marché.

Commencez par recueillir tous les renseignements possibles sur les principaux éléments du marché :

- › les clients éventuels;
- › la segmentation du marché;
- › les concurrents;
- › les différences propres au marché;
- › les tendances;
- › les associations sectorielles;
- › le calendrier des événements sectoriels;
- › les exigences en matière d'exportation.

Ces renseignements vous aideront à fixer des objectifs à court, moyen et long termes, à préparer les budgets et à définir les stratégies d'entrée sur le marché.

Sources de données sur les marchés d'exportation

De nombreux organismes peuvent offrir aux exportateurs des renseignements utiles sur les marchés d'exportation potentiels.

- › Ministère des Affaires civiques, de l'Immigration et du Commerce international : ontario.ca/exportation.
- › Service des délégués commerciaux du Canada : <http://www.tradecommissioner.gc.ca/>
- › CanadExport : <http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/canadexport/accueil.jsp>
- › Données sur le commerce en direct d'Industrie Canada <http://www.ic.gc.ca/eic/site/tdo-dcd.nsf/fra/accueil>
- › Associations commerciales
- › Grandes banques
- › Foires commerciales internationales

STRATÉGIES D'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ

Vous disposez de plusieurs possibilités d'entrée sur le marché.

La majorité des fabricants, notamment lorsqu'ils commencent à exporter leurs produits, le font directement par l'entremise d'un agent ou d'un distributeur étranger. D'autres choisissent une démarche indirecte en travaillant avec une maison de commerce canadienne, par exemple. Le meilleur choix sera en fonction de l'entreprise ou du produit.

N'oubliez pas que l'exportation du service ou du produit fini ne constitue qu'une stratégie d'entrée sur les marchés internationaux parmi plusieurs. Vous pouvez également faire votre entrée sur les marchés d'exportation en adoptant les démarches suivantes :

- › concéder des licences sur des concepts ou une technologie;
- › investir dans une succursale;

- › établir une coentreprise de fabrication en collaboration avec une entreprise locale sur le marché étranger.

Votre stratégie peut varier d'un pays et d'un marché régional à l'autre. Vous pourriez découvrir, par exemple, qu'il est facile de vendre vos marchandises aux États-Unis, mais que les coûts de transport et d'adaptation du produit compliquent les exportations vers l'Asie du Sud-Est. Il pourrait donc être plus judicieux de créer une coentreprise de fabrication dans la région. Il se peut aussi qu'un investissement dans une succursale à l'étranger vous convienne mieux.

La meilleure stratégie d'entrée sur un marché est celle qui rend votre marchandise très concurrentielle sur ce marché. Au moment d'évaluer votre compétitivité sur un marché cible, vous devez tenir compte des éléments suivants :

- › les obstacles tarifaires et non tarifaires;
- › le coût d'adaptation de la marchandise en vue de respecter les exigences du marché local;
- › les fluctuations monétaires;
- › les frais de transport.

Bien que l'adaptation à un marché d'exportation particulier puisse accroître vos coûts, l'augmentation de volume qui en découle pourrait être profitable. Les ventes internationales supplémentaires peuvent vous aider à compenser vos coûts de production fixes même si la marge bénéficiaire est relativement faible.

Éléments d'un plan d'exportation

Au moment d'élaborer votre plan d'exportation, assurez-vous que les membres de la direction s'entendent sur les points suivants :

- › les objectifs de l'entreprise à moyen et long termes;
- › les démarches tactiques en matière d'entrée sur le marché;

- › les plans de marketing qui établissent le calendrier des activités à l'appui des objectifs et des tactiques;
- › l'affectation des ressources nécessaires à un engagement de un à cinq ans en vue d'établir votre présence sur votre marché cible;
- › le besoin de modifier votre stratégie d'exportation en fonction de l'évolution de la conjoncture et des débouchés.

Stratégies d'entrée sur le marché pour les entreprises de services

Les stratégies de commercialisation de vos services à l'étranger sont semblables à celles que vous utilisez pour étendre vos activités dans une autre province canadienne. Selon votre type d'entreprise, il existe plusieurs façons d'entrer sur un nouveau marché. En règle générale, il convient de favoriser les références personnelles plutôt que les sollicitations à froid :

- › devenez membre d'une association commerciale locale et soyez actif au sein d'un comité important;
- › offrez vos services de conférencier à une association commerciale, à une école de commerce ou d'enseignement professionnel sur le marché local;
- › posez votre candidature à un prix d'excellence et, après l'avoir gagné, faites-en la promotion sur le marché local;
- › présentez un exposé ou siégez comme expert dans le cadre d'une conférence professionnelle ou sectorielle sur le marché en question;
- › tenez un colloque sur une tendance sectorielle digne d'intérêt, en établissant un lien entre la présentation et les services que vous pouvez offrir;
- › engagez un conseiller-médias et faites publier des articles sur votre entreprise dans les médias locaux.

N'oubliez pas qu'il est possible d'exporter des services de plusieurs façons différentes :

- › en offrant un service dans un pays étranger à partir du Canada (p. ex., des dessins d'architecture créés au Canada pour un client étranger);
- › en se rendant dans le pays étranger afin d'offrir le service (p. ex., la gestion sur place d'un projet de construction);
- › en offrant le service aux clients étrangers au Canada (p. ex., un programme de formation donné au Canada à l'intention des cadres étrangers).

Pour de nombreux exportateurs de services, la participation à des foires commerciales ne sera pas nécessairement rentable. Ils devraient plutôt envisager d'autres options d'entrée sur le marché et de croissance.

Conseils aux exportateurs de services

- › Faites connaître votre entreprise, du moins au départ, plutôt que de mettre l'accent sur l'offre d'un service particulier.
- › Comme l'exportation de services entraîne habituellement un mouvement de personnel outre-frontière, vous devez être bien au fait des règlements sur l'immigration et des exigences en matière de permis de travail.
- › Surtout si vous êtes une entreprise de services professionnels, vos meilleurs professionnels, et non un représentant des ventes, doivent se charger du marketing.
- › À une certaine étape de la croissance du marché, de nombreuses entreprises de services doivent assurer une certaine forme de présence locale afin d'être accessibles à leurs clients.

POSSIBILITÉS D'EXPORTATION DIRECTE

Comme dans le cas du commerce national, la vente de produits sur des marchés étrangers exige une bonne compréhension des besoins des clients, la gestion de la logistique à l'échelle locale et la capacité de réagir rapidement. De nombreux fabricants sont d'avis que la meilleure façon d'y arriver est d'embaucher un agent ou un distributeur sur le marché cible.

Vous disposez de plusieurs options en matière de représentation, qui présentent chacune des avantages particuliers.

Distributeurs étrangers

Un distributeur étranger commande la marchandise et la revend aux grossistes, aux détaillants ou aux utilisateurs finaux dans son propre pays aux prix qu'il a lui-même fixés. Les franchises de distribution sont habituellement accordées pour un territoire particulier et le distributeur se charge du service après-vente et du soutien technique.

Votre distributeur peut également accepter de développer un marché pour vous par l'entremise de son effectif de vente, nommer des revendeurs et gérer toutes les promotions. Si un distributeur est nommé de façon exclusive, il reçoit un droit exclusif de vente dans un territoire donné. Un distributeur s'occupe habituellement d'un certain nombre de gammes de produits semblables.

Courtier à l'étranger

Il s'agit d'une entreprise ou d'un particulier situé sur votre marché cible qui travaille pour vous uniquement à commission. Les courtiers se spécialisent habituellement dans les marchandises en vrac. Ils réunissent les vendeurs et les acheteurs, puis favorisent la négociation d'ententes ou de contrats.

Mandataire

Un agent (ou un représentant) des ventes dans un pays hôte travaille généralement à commission dans un territoire exclusif. L'agent cherche des clients, conclut en votre nom des contrats exécutoires avec les acheteurs et transmet le bon de commande à votre bureau au Canada. Vous expédiez ensuite la marchandise directement à l'acheteur. Dans de nombreux cas, l'exportateur se fie au jugement de l'agent en ce qui a trait au risque de crédit. Les agents offrent souvent un certain appui concernant la perception.

Un agent peut être un représentant des ventes particulier travaillant de façon autonome dans un domaine spécialisé ou un grand fabricant cherchant un article pour compléter sa gamme de produits.

Les agents peuvent offrir divers services de soutien, notamment la tenue de stocks et des services de promotion, de publicité et de réparation. Lorsque vous vendez par l'entremise d'un agent, vous contrôlez davantage les activités du marché que si vous le faites par l'intermédiaire d'un distributeur.

Vente directe à l'acheteur final

Les ventes directes à l'acheteur sont idéales dans le cas des produits techniques exigeant un service et un soutien techniques. Vous devez posséder la capacité et les ressources nécessaires pour participer à tous les aspects du marketing et du service après-vente. La vente directe à l'acheteur vous permet de bien contrôler le marché. Toutefois, les coûts de marketing peuvent être élevés.

La vente directe s'impose lorsque votre propre personnel des ventes est le seul à posséder toutes les connaissances ou l'expertise essentielle à la vente de vos produits. Elle peut également convenir si vous avez relativement peu de clients potentiels ou que ceux-ci sont concentrés dans une zone géographique relativement petite.

Exporter en ligne

Internet permet aux entreprises de commencer à exporter sans engager bon nombre des coûts traditionnellement liés à l'entrée sur le marché, tels que la participation à des foires commerciales. Le site Web de l'entreprise est, en réalité, une vitrine en ligne donnant sur les marchés internationaux, qui attire des acheteurs du monde entier.

Pour certaines sociétés, la première commande internationale qu'elles reçoivent est une demande non sollicitée envoyée sur Internet par un client potentiel d'un pays étranger.

Bien que l'exportation en ligne – qui consiste à répondre aux commandes internationales reçues par Internet – offre un nouveau modèle d'affaires ayant un énorme potentiel, les étapes fondamentales de la gestion des exportations demeurent les mêmes.

Les exportateurs en ligne doivent être au fait des répercussions de nombreuses questions relatives aux ventes internationales, dont les suivantes :

- › les exigences en matière de réglementation et de déclaration liées à l'exportation de leur produit, tant du Canada que du marché de destination;
- › les répercussions des ententes sur le commerce international qui pourraient, par exemple, réduire les tarifs douaniers ou imposer des contrôles à l'exportation;
- › les coûts des variations des taux de change, d'expédition et d'assurance internationale;
- › les commandes en ligne et le risque accru de fraude transfrontalière par carte de crédit;
- › les exigences supplémentaires de service après-vente pour les clients internationaux.

La croissance rapide des exportations en ligne entraînera des modifications aux systèmes actuels de réglementation et de déclaration. Consultez le site Web de l'ARC pour vous tenir au courant des modifications des exigences en la matière.

Contrats de licence

Lorsqu'un exportateur fait face à des coûts de production élevés chez lui, à une concurrence bon marché à l'étranger, à des problèmes de transport ou à des barrières tarifaires élevées, il peut conclure un contrat de licence plutôt que de chercher à développer le marché. Le titulaire de la licence peut alors :

- › fabriquer le produit dans le pays étranger;
- › financer et faire construire les installations de production;
- › utiliser la marque de commerce, les brevets, le savoir-faire technique ou la formation de l'exportateur en contrepartie du paiement de redevances ou de droits.

Le principal avantage du contrat de licence est de permettre à l'exportateur de percer un marché sans effectuer d'investissement direct. Il existe toutefois un désavantage : le titulaire de la licence peut devenir un concurrent à l'expiration du contrat de licence.

Le contrat de licence peut prévoir des ententes d'exclusivité en ce qui concerne le territoire et les droits de vente. Les lois et les règlements régissant les contrats de licence varient d'un pays à l'autre. L'avocat du concédant devra étudier la réglementation du pays étranger concernant les types de droits qui peuvent être concédés par voie de licence. Assurez-vous de connaître les recours juridiques dont vous disposez pour forcer le licencié étranger à payer les redevances et de déterminer les conséquences juridiques de la rupture du contrat par l'une ou l'autre des parties.

Coentreprise

La coentreprise va au-delà de la concession d'une licence. L'exportateur investit de l'argent avec un ou plusieurs investisseurs étrangers en vue de fabriquer le produit dans le pays d'accueil.

Les coentreprises comportent de nombreux aspects d'ordre technique et sont souvent

assujetties à des dispositions législatives particulières. Il importe, avant de conclure une entente de coentreprise, de retenir les services d'un avocat qui a une connaissance approfondie de toutes les lois applicables du pays d'accueil.

POSSIBILITÉS D'EXPORTATION INDIRECTES

Les courtiers d'exportation, les maisons de commerce et autres intermédiaires en matière d'exportation indirecte offrent aux nouveaux exportateurs désirant minimiser les risques une occasion de tirer parti des exportations sans s'exposer aux aléas de l'entrée sur les marchés étrangers. Ils peuvent également aider les exportateurs expérimentés à accéder à des marchés non traditionnels.

Les courtiers d'exportation, les maisons de commerce et autres intermédiaires semblables sont des spécialistes de l'export-import. Ils peuvent agir à titre de service d'exportation d'un fabricant à l'égard de tous les produits de ce dernier, ou de seulement un ou deux, sur des marchés outre-mer précis. Ils connaissent les subtilités du commerce international, la langue du pays, les règles et les règlements locaux et la façon d'acheminer les marchandises à l'intérieur de votre ou de vos marchés et entre ceux-ci. Et surtout, ils ont des contacts locaux.

Courtiers d'exportation canadiens

Il s'agit de courtiers d'exportation établis au Canada qui travaillent à commission, comme le fait un agent ou un courtier étranger. Les courtiers se spécialisent habituellement dans certaines marchandises en vrac ou certains produits manufacturés pour lesquels ils trouvent des acheteurs dans de nombreuses régions du monde.

Maisons de commerce

Le recours aux maisons de commerce s'avère approprié dans les cas suivants :

- › vous ne possédez pas les ressources nécessaires pour desservir un marché précis;
- › un marché d'exportation particulier vous est relativement inconnu et nécessite des connaissances culturelles et commerciales que vous ne pouvez acquérir facilement;
- › vous préférez ne pas vous occuper directement de l'exportation et avoir plutôt recours aux services d'un tiers expérimenté.

Les maisons de commerce peuvent acheter directement vos produits et assumer tous les risques financiers et de crédit de la vente à l'étranger ou travailler à commission en agissant en votre nom et en partageant ces risques avec vous.

Acheteurs étrangers établis au Canada

Les acheteurs étrangers qui résident au Canada travaillent pour le compte de commettants étrangers. Ils achètent un vaste éventail de produits industriels et de biens de consommation et ont leurs bureaux dans les grandes villes.

Bureaux d'approvisionnement

Certains pays achètent des marchandises par l'intermédiaire de bureaux d'approvisionnement situés à l'étranger. Ces organismes gouvernementaux achètent généralement d'importantes quantités de biens comme de la machinerie agricole, du matériel de construction, de l'ameublement hôtelier et des vêtements.

Autres fabricants canadiens

Certains fabricants du Canada achètent des composants ou des pièces d'autres fabricants canadiens, soit pour les utiliser dans les produits qu'ils exportent, soit pour compléter la gamme de leurs exportations.

Consortiums d'exportation

Nombre d'entreprises canadiennes participent à des projets d'immobilisations, tels que la construction de barrages, d'écoles, d'aéroports

ou d'usines sur les marchés mondiaux. Ces projets nécessitent des centaines de produits et de services différents qui ouvrent des portes aux petites entreprises à titre de fournisseurs ou de sous-traitants.

COLLABORATION AVEC DES PARTENAIRES STRATÉGIQUES

Une alliance stratégique avec un partenaire local approprié peut vous permettre de réduire considérablement le temps et l'argent nécessaires pour étendre vos activités à l'étranger. Le partenaire local possède déjà un réseau de contacts, connaît les principales variables culturelles et peut vous fournir des bureaux sur place.

Selon vos besoins, vous pouvez décider de chercher un partenaire dans le même secteur que le vôtre ou dans un secteur complémentaire. Par exemple, les entreprises de haute technologie peuvent juger utile de s'associer à une société de marketing locale.

Les associations sectorielles peuvent vous recommander des entreprises locales désireuses d'établir des contacts avec des partenaires étrangers. De même, la Direction du commerce international du ministère des Affaires civiles, de l'Immigration et du Commerce international (MACICI) de l'Ontario ou le Service des délégués commerciaux du Canada peut vous aider à trouver des candidats locaux appropriés. N'oubliez pas que les partenaires en question peuvent également souhaiter trouver des débouchés au Canada; envisagez donc de choisir un partenaire dont l'expertise peut aussi vous aider sur le marché canadien.

PROJETS DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAUX

Une autre démarche en matière d'exportation consiste à répondre aux demandes de propositions d'organismes du marché étranger ou des institutions financières internationales

(IFI) telles que la Banque mondiale ou les banques de développement régionales.

N'oubliez pas que, si une IFI participe au projet, vous aurez deux clients : l'institution et le gouvernement du pays en question. Le gouvernement canadien a un représentant au sein de chaque IFI, qui peut vous aider à commercialiser vos services. Pour obtenir de plus amples renseignements : <http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/marches-developpement-aide-humanitaire/accueil.jsp>

Liste de vérification relative au plan d'exportation

Votre plan d'exportation devrait être l'un des principaux documents de votre entreprise. Il devrait avoir une portée pluriannuelle, définir les objectifs d'ensemble et les principaux jalons et présenter les détails opérationnels clés. Il peut servir à maintenir les activités d'exportation sur la bonne voie, à orienter le processus décisionnel au quotidien et à fournir un aperçu aux nouveaux employés ou aux partenaires financiers éventuels.

Il devrait inclure au moins les éléments suivants :

- les objectifs commerciaux à court terme (un an), à moyen terme (deux ou trois ans) et à long terme (plus de cinq ans);
- la justification du choix de la démarche stratégique globale : exporterez-vous directement? Choisissez-vous plutôt une méthode indirecte comme, par exemple, collaborer avec une maison de commerce?
- les principaux facteurs et renseignements permettant d'établir un prix concurrentiel à l'exportation;
- l'élaboration continue de documents de soutien à la mise en marché qui sont techniquement exacts et de qualité

supérieure dans la langue du ou des marchés cibles;

- › des visites de membres de la haute direction sur le ou les marchés cibles afin de confirmer l'engagement de l'entreprise envers ces marchés et les clients qui s'y trouvent;
- › les principales tactiques de marketing, telles que la participation à des foires commerciales internationales pour promouvoir vos marchandises et accroître la notoriété de votre entreprise;
- › si vous avez recours à un agent ou un distributeur, incluez les ressources dont vous avez besoin pour le recrutement, la formation, les mesures incitatives et autres soutiens. Vous pouvez inviter vos agents, vos distributeurs et vos clients à visiter votre usine en Ontario, si vous le jugez approprié, afin qu'ils reçoivent une formation essentielle sur l'utilisation des produits, le service après-vente, etc.

EXPÉDITION : TRANSPORTEURS, CONTENEURS ET NORMES

Le succès de votre plan d'exportation dépendra de l'expédition de vos marchandises sur le marché étranger à un prix concurrentiel.

Bien que la responsabilité du transport soit négociée dans le cadre des conditions de vente, il est important d'en comprendre les coûts et de connaître les solutions de rechange qui s'offrent à vous.

Le transitaire

Un transitaire compétent peut vous épargner du temps et des efforts dans la préparation de vos documents d'exportation et la planification des meilleures méthodes d'expédition.

Comme votre client éventuel compare les propositions de prix en fonction de ses coûts livraison comprise, il est essentiel de choisir la méthode d'expédition la plus économique. Les économies réalisées grâce à votre transitaire peuvent être un élément essentiel de l'établissement d'un prix à l'exportation concurrentiel et rentable.

Les exportateurs qui font de petits envois peuvent envisager de recourir aux services d'un transitaire qui offre la possibilité de regrouper les envois plutôt que de les expédier de façon indépendante. Le regroupement peut réduire les frais d'expédition. Il peut en outre offrir la commodité d'une seule facture et d'un seul service de suivi. Vérifiez la fiabilité, les capacités et l'expérience du transitaire qui répond le mieux à vos besoins.

Exigences en matière d'emballage

Vos marchandises doivent arriver à temps et en parfait état.

L'emballage doit être conçu de façon à supporter le voyage sans être abîmé et se conformer aux éventuelles exigences relatives aux marchandises lourdes. Il doit pouvoir résister à la fois aux voleurs et aux conditions climatiques en route et à destination. De nos jours, la plupart des envois sont conteneurisés.

Les règlements environnementaux du pays de destination pourraient déterminer la façon dont vous devez emballer vos marchandises. La tendance est de plus en plus aux emballages recyclables. L'Allemagne, par exemple, a l'une des lois les plus strictes au monde en matière d'emballage. Elle exige que les entreprises reprennent et recyclent les emballages utilisés pour le transport ou qu'elles s'arrangent avec une tierce partie pour le faire. Bien que la responsabilité immédiate à cet égard incombe à l'importateur, votre compétitivité sur le marché dépendra de votre aptitude à satisfaire à ces critères.

Respect des normes techniques

Les normes techniques et réglementaires jouent un rôle de plus en plus important dans les activités d'exportation dans tous les secteurs industriels. Des jouets aux produits pharmaceutiques, vos produits doivent être conformes aux normes et aux codes régissant les marchandises, qui peuvent varier d'un pays à l'autre, voire d'un État ou d'une province à l'autre.

Dans l'UE, par exemple, la Commission européenne publie des directives pour des catégories spécifiques de marchandises qui décrivent les exigences minimales à respecter avant que celles-ci puissent circuler librement au sein de l'Union. Il vous incombe de trouver les directives qui s'appliquent à vos produits et les normes à respecter. Le Conseil canadien des normes peut vous fournir des renseignements utiles.

ÉTABLISSEMENT DES PRIX À L'EXPORTATION

Les prix à l'exportation sont souvent établis en fonction du marché. Les coûts des intrants – le financement supplémentaire, l'assurance, l'expédition, les courtiers en douane, le marketing, les commissions des agents – peuvent varier considérablement.

Votre prix à l'exportation doit en outre tenir compte des risques supplémentaires liés aux éventuelles fluctuations monétaires entre le moment de l'exécution de la commande et celui de la réception du paiement. Afin de réduire votre exposition au risque de change lié aux contrats importants, vous pouvez négocier une couverture auprès d'une banque à charte.

La compétitivité des coûts est toujours importante. Le positionnement de votre produit en tant que « solution de rechange à faible coût » peut vous aider à faire votre entrée sur les marchés. Toutefois, vous devez savoir que votre politique d'établissement des prix doit tenir compte des lois sur les droits antidumping en vigueur sur votre

marché cible. Il est payant de connaître les règles avant d'offrir les « plus bas prix » sur le marché.

Établissement des prix en fonction de la retenue de paiement

Les exportateurs de service doivent garder à l'esprit que certains pays exigent qu'un pourcentage (habituellement de 15 à 30 %) de vos honoraires soit retenu à la source aux fins d'impôts. Vous devrez en tenir compte au moment d'établir votre prix ou assurer une présence locale afin d'éviter la retenue. Par suite des conventions fiscales que le Canada a signées avec différents pays, vous pourrez en fin de compte recouvrer le montant retenu, ce qui pourrait toutefois prendre jusqu'à 18 mois.

Taxe sur les produits et services/taxe de vente harmonisée

La taxe fédérale sur les produits et services (TPS) ne s'applique pas aux ventes à l'étranger, bien qu'elle puisse s'appliquer à la partie du travail effectuée au Canada pour un client étranger.

Les exportations sont considérées comme étant des ventes détaxées. Cela signifie que vous ne percevez pas la TPS sur le montant facturé relativement à vos exportations, mais vous pouvez réclamer un crédit de taxe sur les intrants à l'égard de la TPS payée sur pratiquement tous vos intrants.

Afin d'appuyer toute demande d'exonération de la TPS relativement à vos exportations, vous devez avoir la preuve que les produits ou les services ont été achetés par un client situé à l'extérieur du Canada et livrés à celui-ci. Voilà pourquoi vous devez garder ce qui suit :

- › les factures;
- › les contrats d'achat;
- › les documents d'expédition;
- › les factures des courtiers en douane;
- › les documents d'importation qu'exige le pays où les biens sont exportés.

Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez le site Web de l'Agence du revenu du Canada à l'adresse : www.cra-arc.gc.ca.

De même, la taxe de vente au détail (TVD) de l'Ontario ne devrait pas s'appliquer aux marchandises expédiées hors du Canada par l'exportateur.

Le gouvernement de l'Ontario a adopté en 2010 une politique de taxe de vente unique. La TVD et la TPS ont été remplacées par une seule taxe de vente. Pour obtenir de plus amples renseignements ainsi que les formulaires de déclaration connexes, consultez le site Web du ministère des Finances de l'Ontario : <http://www.fin.gov.on.ca/fr/index.html>.

Financement des exportations

Comme vous pouvez vous y attendre, les exportations ajoutent quelques complications aux aspects habituels du financement de vos activités.

Vous devez tenir compte d'un certain nombre de facteurs financiers différents et potentiellement coûteux, qui peuvent tous influencer sur le total de vos coûts d'exportation. Ces facteurs comprennent :

- › les taux de change;
- › les taux d'intérêt relatifs pour différentes devises;
- › le délai de réception du paiement;
- › les contrats assujettis à plus d'un système juridique;
- › les possibilités de crédit à la fois pour le client et l'exportateur;
- › l'appétit des intermédiaires financiers (habituellement les banques) en matière de crédit.

De plus, certaines des options financières souvent retenues pour les ventes nationales ne sont pas nécessairement offertes pour le financement des ventes à l'exportation. Les banques canadiennes ne financent habituellement pas les créances sur l'étranger, par exemple, à l'exception éventuellement de celles des clients américains.

Il faut entamer des discussions avec les financiers éventuels dès le début de l'étape de marketing. Dans certains cas, il est possible qu'un engagement de financement soit exigé afin de conclure votre première vente à l'exportation importante.

OPTIONS DE PAIEMENT ET DE FINANCEMENT

Un certain nombre d'options et d'instruments de paiement et de financement à court, moyen et long termes sont offerts aux exportateurs.

Lettres de change ou traites

À l'instar des chèques personnels ou commerciaux, les lettres de change ou les traites sont des instruments financiers gérés par les banques à charte et émis par l'exportateur, qui indiquent la valeur totale des marchandises exportées et la date de paiement. Elles sont adressées à l'importateur. Elles exigent le paiement d'un montant d'argent donné à une personne en particulier (ou à l'ordre de cette dernière) sur demande ou à une date fixe ou « à déterminer ». Le titre de propriété des marchandises n'est transféré qu'une fois le paiement effectué.

Crédit acheteur

Un crédit acheteur est une formule de financement des exportations à moyen ou à long terme aux termes de laquelle une banque ou une autre institution financière prête habituellement des fonds directement au client étranger. Le crédit acheteur sert généralement à financer d'importants achats d'immobilisations ou des installations clés en main.

Paiement d'avance (ou paiement anticipé)

Le paiement d'avance signifie que l'exportateur reçoit le paiement partiel ou total du client avant l'exportation des marchandises. Cette méthode n'est normalement utilisée que pour payer des produits ou des services qui sont rares et très recherchés.

Consignation

Lorsque les biens ou les services sont vendus en consignation, l'exportateur en conserve la propriété tant qu'ils n'ont pas été vendus. Cette méthode de paiement est habituellement utilisée uniquement pour les marchandises qui présentent des risques ou qui ne sont pas très populaires.

Commerce de contrepartie et troc

Le commerce de contrepartie est une méthode de négociation aux termes de laquelle la vente à un importateur est subordonnée à un achat réciproque par l'exportateur. Au lieu d'être payé comptant pour une livraison, l'exportateur reçoit des produits (ou même certains types de services) en provenance du marché cible.

Les gouvernements des pays en développement exigent souvent que les ententes commerciales contiennent des accords de contrepartie parce que cela leur permet de maintenir leurs réserves de devises étrangères et de créer de nouveaux marchés d'exportation pour leurs produits nationaux.

Le troc, ou paiement en nature, est la forme de commerce de contrepartie la plus simple. Il s'agit d'un échange réciproque de produits et de services entre deux ou plusieurs parties. Par exemple, deux sociétés commerciales d'État pourraient s'entendre pour échanger une certaine quantité de sucre contre une certaine quantité de pétrole jugée de valeur égale.

Achat national de créances sur l'étranger

Une entreprise exportatrice peut convertir ses créances sur l'étranger en argent comptant en les vendant à une banque ou à une firme d'affacturage. Les créances sont escomptées pour couvrir les frais de financement et les risques. L'acheteur assume alors la responsabilité de la perception du paiement auprès du client étranger.

Exportation par crédit-bail

Les banques à charte du Canada peuvent offrir des services d'exportation par crédit-bail par l'entremise de filiales. Cette forme de financement est habituellement utilisée pour exporter vers les pays où les restrictions à l'importation empêchent le client d'acheter directement du matériel étranger ou dans ceux dont le régime fiscal favorise le crédit-bail par rapport à l'achat.

Suivant le mécanisme utilisé, l'entreprise exportatrice reçoit de l'argent comptant en retour du transfert de titre à la société de crédit-bail et de la livraison des biens d'équipement au client. La société de crédit-bail perçoit ensuite des paiements réguliers auprès du locataire.

Forfaitage

Le forfaitage ou l'affacturage à forfait est offert par un certain nombre de banques canadiennes. La banque achète des billets à ordre à moyen terme (jusqu'à cinq ans et, dans des cas particuliers, jusqu'à sept ans) qu'un client étranger doit à un exportateur canadien. La valeur des billets est escomptée à un taux fixe de façon que l'exportateur reçoive un montant d'argent, duquel sont déduits les frais d'intérêt ou l'escompte.

Les avantages pour l'entreprise exportatrice canadienne sont les suivants : elle transfère les risques de crédit et de change à la banque canadienne et transforme une vente à crédit en transaction au comptant.

Lettre de crédit

La lettre de crédit constitue la méthode de paiement la plus couramment utilisée pour le commerce international. Elle offre une protection aux deux parties à la transaction.

Voici comment elle fonctionne. L'exportateur canadien A accepte de vendre des produits d'une valeur de 1 million de dollars au client étranger B à condition que B obtienne une lettre de crédit (LC) afin de couvrir le prix d'achat. Le client B se rend ensuite à sa banque pour obtenir la LC, qui précise le montant à payer à l'exportateur A et toutes les conditions que ce dernier doit respecter (p. ex., les normes de livraison, les modifications à l'emballage ou la traduction de la documentation) avant de percevoir le montant indiqué. Si les conditions sont respectées, la banque paie l'exportateur A.

La lettre de crédit peut être révocable ou irrévocable. La lettre de crédit irrévocable est préférable parce qu'elle ne peut pas être annulée unilatéralement et qu'elle réduit donc grandement les risques de non-paiement.

Opération à compte ouvert

Cette méthode est surtout utilisée entre des sociétés qui ont établi une relation depuis longtemps. Elle est également courante entre le Canada et les États-Unis. L'opération à compte ouvert consiste à envoyer la facture une fois que les marchandises ont été expédiées, exactement comme cela se fait dans le cadre des transactions nationales.

Financement de projet

Le financement de projet assure le paiement d'une vente à partir des fonds que l'on prévoit tirer du projet à l'étape de la production. Les éléments d'actif du projet servent de garantie.

Les banques à charte du Canada, par l'entremise de leurs divisions de commerce international et des services bancaires d'investissement, ont l'expérience de ce type de financement, particulièrement dans les secteurs

des mines, de l'énergie de la foresterie, des transports, des services publics et du génie.

Conseils à l'intention des exportateurs de service concernant le paiement

Les entreprises de services travaillent habituellement avec leurs clients au moyen d'un compte ouvert. La devise la plus sûre est le dollar canadien, sauf si vous engagez des dépenses importantes dans une autre devise. Toutefois, il se peut que le client refuse.

Les méthodes de paiement les plus rapides pour les ventes à l'étranger sont le paiement contre remboursement et le virement télégraphique direct à votre banque au Canada. Dans ce dernier cas, vous devrez fournir à votre client votre numéro de compte bancaire de même que les renseignements de routage relatifs à votre banque.

SOURCES DE FINANCEMENT DES EXPORTATIONS

Les exportateurs peuvent considérer un certain nombre de sources de financement provenant des gouvernements fédéral et provincial ainsi que du secteur privé afin de lancer ou de soutenir leurs activités d'exportation.

Banque de développement du Canada

La Banque de développement du Canada (BDC) offre des services financiers aux petites entreprises, notamment des prêts à terme, du financement subordonné et du capital-risque. Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez le site de la BDC à l'adresse : www.bdc.ca.

Corporation commerciale canadienne

La Corporation commerciale canadienne (CCC) est un organisme de vente à l'exportation du gouvernement du Canada. Elle facilite et structure, au nom de sociétés canadiennes, le financement des ventes à l'exportation aux acheteurs de gouvernements étrangers. La Corporation se concentre sur les

secteurs sensibles ou ceux qui ne comptent pas parmi les disciplines de l'Organisation mondiale du Commerce (OMC), telles que la défense, et sur les secteurs pour lesquels les gouvernements de pays émergents ou en développement ont besoin d'aide afin de financer des approvisionnements complexes en temps opportun.

Le Service d'entrepreneur principal international de la CCC peut aider certains exportateurs canadiens à accroître leurs ventes aux gouvernements étrangers partout dans le monde. Ce programme offre à l'acheteur étranger une garantie d'exécution de contrat de la part du fournisseur et offre à l'exportateur canadien un éventail d'options de négociation ou de réseautage intergouvernemental. Pour obtenir de plus amples renseignements : www.ccc.ca

Exportation et développement Canada

Exportation et développement Canada (EDC) est la société de crédit à l'exportation du Canada; elle offre des services de financement, des produits de garantie d'assurance et des solutions de gestion du risque en vue d'aider les exportateurs et les investisseurs canadiens à élargir leurs activités à l'international. L'assurance comptes clients d'EDC, par exemple, protège les entreprises canadiennes contre les défauts de paiement des clients étrangers.

EDC fonctionne comme une entreprise commerciale. Elle peut soutenir les exportateurs menant des activités dans n'importe quel secteur de l'économie et exige en règle générale 50 % de contenu canadien dans les exportations visées. Pour obtenir de plus amples renseignements : www.edc.ca

NORTHSTAR Financement du Commerce international Inc.

NORTHSTAR Financement du Commerce International Inc. appuie les exportateurs canadiens en offrant du financement à leurs clients internationaux solvables qui souhaitent se procurer des biens et des services

admissibles. NORTHSTAR, un partenariat public-privé, vient compléter les services de financement à l'exportation d'Exportation et développement Canada (EDC) en accordant des prêts pouvant atteindre 5 millions de dollars, remboursables sur une période de un à cinq ans. Pour obtenir de plus amples renseignements : www.northstar.ca

Possibilités d'exportation en Amérique du Nord

De nombreux exportateurs ontariens prospères ont entrepris leur croissance internationale en réalisant des ventes sur le marché américain.

Le marché nord-américain offre aux entreprises ontariennes une première occasion d'acquérir l'expertise et de mettre en place les systèmes de gestion des exportations ainsi que les chaînes internationales d'approvisionnement et de distribution dont elles ont besoin pour appuyer leur expansion à l'échelle mondiale.

ALENA : UN BREF APERÇU

L'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), qui est entré en vigueur en 1994, a créé l'une des plus importantes zones de libre-échange du monde. Il comprend le Canada, les États-Unis et le Mexique, un marché combiné de 444 millions de personnes affichant un PIB de plus de 19 billions de dollars US en 2013.

En vertu de l'ALENA, les trois pays accordent un « traitement national » aux importations de produits et de services de chacun d'eux, de même qu'aux investisseurs. Cela signifie que chacun des trois pays considère les produits et les services des deux autres comme s'ils étaient produits sur le territoire national et que les investisseurs de ces pays sont considérés comme des investisseurs nationaux.

Les principaux avantages que procure l'ALENA aux exportateurs comprennent les suivants :

- › la réduction des tarifs douaniers;
- › l'admission en vertu des règles d'origine;
- › des programmes spéciaux de droits de douane;
- › l'accès aux marchés d'approvisionnement gouvernementaux;
- › l'autorisation de séjour temporaire des gens d'affaires;
- › des mécanismes de règlement des différends;
- › la facilité d'investissement.

N'oubliez pas que les règles et les règlements de l'ALENA changent parfois. Les renseignements à jour sur l'ALENA sont affichés sur le site Web du ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement (MAECD). Le site présente de l'information sur de nombreuses ressources couvrant les divers aspects de la relation bilatérale, notamment les visas, l'immigration ainsi que la coopération et le commerce transfrontaliers. Pour obtenir de plus amples renseignements : <http://www.international.gc.ca/international/index.aspx?lang=fra> (cliquez ensuite sur Commerce, puis sur Ouverture de nouveaux marchés).

Règles de l'ALENA sur le contenu

L'ALENA accorde un traitement tarifaire préférentiel à tous les produits d'origine nord-américaine échangés entre le Canada, les États-Unis et le Mexique. Les règles de l'ALENA sur le contenu servent à déterminer si un article est admissible à titre de produit d'origine nord-américaine. Elles font en sorte que les tarifs préférentiels ne s'appliquent qu'aux articles produits ou transformés en très grande partie en Amérique du Nord.

Tout bien produit dans l'un ou dans l'ensemble des pays signataires de l'ALENA à partir d'éléments et de matériaux qui en proviennent ou qui y ont été fabriqués est considéré comme

un produit d'origine pouvant jouir du traitement tarifaire préférentiel.

Les produits qui comprennent des matières premières ou des éléments provenant de l'étranger sont eux aussi admissibles au traitement tarifaire préférentiel s'ils ont fait l'objet d'un changement précis d'une catégorie tarifaire à une autre. Pour certains produits tels que les sous-ensembles d'automobiles, ces critères font l'objet d'un critère supplémentaire de valeur ajoutée.

Approvisionnements gouvernementaux

En vertu de l'ALENA, les entreprises canadiennes bénéficient de possibilités accrues de vente aux gouvernements américain et mexicain.

Les entreprises canadiennes peuvent présenter des soumissions parallèlement aux entreprises américaines et mexicaines relativement aux importants contrats qu'accordent le gouvernement fédéral et les organismes fédéraux des États-Unis pour l'achat de produits et de services. La valeur minimale de ces possibilités peut varier selon le secteur.

Afin de pouvoir répondre aux appels d'offres du gouvernement, les entreprises doivent être inscrites auprès du département contractant (et souvent auprès du bureau de district particulier de ce département). Il n'y a aucun service central d'inscription aux États-Unis.

L'ALENA ne s'applique pas aux achats des gouvernements des provinces ou des États ni aux administrations de comtés ou de municipalités.

Droits de propriété intellectuelle

L'ALENA accorde une protection considérable aux brevets, aux marques de commerce et aux secrets commerciaux. C'est la première entente commerciale qui protège les secrets commerciaux, comme les formules, les listes de clients et les procédés de production. L'Accord comprend aussi des dispositions détaillées sur

l'application des règles régissant la propriété intellectuelle, y compris les procédures civiles et administratives, les recours provisoires, les sanctions pénales et les mesures coercitives à la frontière. Pour obtenir de plus amples renseignements sur les questions de propriété intellectuelle, vous pouvez communiquer avec l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (<http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/fra/accueil>).

Qualifications professionnelles

Les associations professionnelles des trois pays collaborent pour établir des normes de reconnaissance mutuelle des qualifications professionnelles. Consultez votre association professionnelle pour connaître l'état de ces négociations.

DÉBOUCHÉS AUX ÉTATS-UNIS

Comme nous partageons avec les États-Unis une langue et une culture d'entreprise communes, de nombreuses sociétés canadiennes perçoivent l'entrée sur ce marché comme une première étape naturelle de la croissance de leurs exportations.

Différences politiques et culturelles

Le marché américain présente une structure différente de celle du marché canadien; on y compte quatre paliers gouvernementaux : fédéral, État, comté et municipalité. L'esprit d'entreprise y est fort et la démarcation est plus marquée entre les secteurs public et privé.

Les exportateurs canadiens ont intérêt à se tenir au courant des enjeux politiques actuels aux États-Unis. Ceux qui font les manchettes peuvent avoir une incidence sur les initiatives de nature commerciale et l'ouverture globale vis-à-vis du commerce avec le Canada. Les élections au Congrès se tiennent tous les deux ans.

Les clients américains s'attendent à ce qu'on leur offre plusieurs options et qu'on leur garantisse une excellente assurance-qualité, un accès pratique ainsi que de courts délais.

Les chefs d'entreprise prennent souvent leurs décisions rapidement et peuvent être prêts à conclure une affaire plus vite que ce à quoi s'attendent les Canadiens.

Conseils de matière de marketing et de communication sur le marché américain

Il est possible que vos clients américains préfèrent savoir que vous êtes facilement accessible. Les entreprises ontariennes trouveront peut-être avantageux d'avoir un numéro de téléphone aux États-Unis qui achemine l'appel à leurs bureaux ontariens ou une ligne 1 800 ou 1 888. Ces services peuvent donner l'impression que l'entreprise est présente sur le marché local, sans devoir payer pour des bureaux. Certains organismes offrent aussi toute une gamme de services d'appui aux entreprises à des prix raisonnables, tels qu'un mini-bureau, une identité commerciale locale, des représentants d'entreprise, des entrepôts et des services d'expédition.

Incidences fiscales

Les entreprises canadiennes doivent être au fait des incidences fiscales de leurs activités commerciales aux États-Unis.

Le Canada et les États-Unis ont signé au niveau fédéral un traité fiscal en vertu duquel on peut obtenir un crédit au titre des impôts payés dans l'autre pays sur les impôts exigibles dans le pays de résidence.

En règle générale, si vous exportez du Canada sans avoir aucune présence aux États-Unis, vous n'êtes pas assujéti à l'impôt américain sur le revenu.

Toutefois, un exportateur canadien considéré comme ayant un « établissement aux États-Unis » devra payer l'impôt fédéral américain sur le revenu des sociétés. La définition d'établissement pourrait comprendre un entrepôt ou un centre de distribution si on y emploie du personnel.

Si vos factures portent une adresse américaine, vous devez avoir un contrat d'agence précisant le nom de votre représentant aux États-Unis. Ce dernier est une personne-ressource locale et pas nécessairement un représentant commercial. Les exigences relatives aux permis et aux certificats d'exploitation varient d'un État à l'autre. Vous devriez vous renseigner sur ces exigences auprès du consulat canadien le plus proche aux États-Unis.

Le traité fiscal Canada-États-Unis offre de nombreux avantages aux entreprises. Il serait judicieux de demander l'avis d'un conseiller fiscal américain.

PROGRAMMES DE SÉCURITÉ FRONTALIÈRE POUR LES ENTREPRISES

Pendant des générations, les citoyens canadiens et américains ont partagé une frontière relativement ouverte. Les attaques survenues à New York et à Washington le 11 septembre 2001 ont tout changé. L'adoption de mesures de sécurité plus sévères et plus rigoureuses a eu une incidence sur les temps d'attente à la frontière, la réglementation de l'emballage et des expéditions, les exigences de déclaration, les déplacements et de nombreuses autres questions liées aux exportations.

Après le 11 septembre 2001, le Canada et les États-Unis ont signé la Déclaration sur la frontière intelligente et le Plan d'action pour une frontière intelligente. Ces documents précisent les initiatives qui promeuvent la coopération binationale en matière de sécurité et de gestion frontalières en vue d'assurer la sécurité du public et celle des économies des deux pays.

Particuliers entrant aux États-Unis

En vertu de l'ALENA, les gouvernements canadien et américain ont simplifié le processus d'autorisation de séjour temporaire à des fins commerciales aux États-Unis. Parallèlement, les préoccupations grandissantes concernant

la sécurité frontalière ont accru les besoins en matière de documents. Si vous n'avez pas les bons documents, votre passage à la frontière peut être retardé ou refusé.

Portez sur vous toute correspondance indiquant que vous entrez aux États-Unis en vue de faire des affaires à partir du Canada ou pour offrir un service contractuel à l'égard duquel une entente a déjà été conclue. Rappelez-vous que les services américains d'immigration se méfient des personnes qui traversent la frontière à la recherche d'un emploi. Plusieurs types de visas pour séjours multiples permettent d'accélérer le passage à la frontière.

Pour entrer aux États-Unis, les citoyens canadiens doivent présenter un passeport ou une autre pièce d'identité délivrée par une autorité gouvernementale, qui est conforme aux règlements pris en application de l'Initiative relative aux voyages dans l'hémisphère occidental du gouvernement américain. Les exigences en matière de présentation de documents changent parfois. Vous devriez en vérifier la mise à jour auprès de l'Agence des services frontaliers du Canada.

Vous pouvez également trouver des renseignements sur les entrées temporaires aux États-Unis et au Mexique sur le site Web du ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement : www.international.gc.ca

Programmes d'expédition rapides et sécuritaires (Programme EXPRES)

Le Programme d'expéditions rapides et sécuritaires (Programme EXPRES) (cbsa.gc.ca/prog/fast-expres/menu-fra.html) est une initiative conjointe du Canada et des États-Unis à laquelle participent l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC), Citoyenneté et Immigration Canada et le U.S. Bureau of Customs and Border Protection (CBP) (<http://www.cbp.gov/>).

Dans le cadre du programme EXPRES, les marchandises préautorisées peuvent

franchir plus rapidement la frontière. Ce processus commercial harmonisé est offert aux importateurs et aux transporteurs préautorisés ainsi qu'aux conducteurs inscrits. Les expéditions des entreprises autorisées acheminées par des transporteurs autorisés ayant recours à des conducteurs inscrits seront dédouanées dans l'un ou l'autre pays plus rapidement, avec une meilleure certitude et des coûts de conformité réduits.

Programme Partenaires en protection (PEP)

Le programme Partenaires en protection (PEP) (<http://www.cbsa.gc.ca/security-securite/pip-pep/menu-fra.html>) fait appel à la collaboration de l'industrie pour améliorer la sécurité frontalière, réduire la contrebande et lutter contre le crime organisé. Au Canada, le programme PEP relève de l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC). Les entreprises qui s'inscrivent au programme remettent à l'ASFC une autoévaluation de leurs mesures de sécurité. En contrepartie, l'ASFC les aide à corriger leurs lacunes à cet égard.

Le programme PEP est avantageux pour les sociétés en permettant un passage plus rapide des employés et des biens à faible risque aux douanes américaines, en rehaussant la sécurité des sociétés et en permettant de mieux comprendre les exigences douanières.

Programme du partenariat douanes-commerce contre le terrorisme (C-TPAT)

Le programme du partenariat douanes-commerce contre le terrorisme (C-TPAT) fait appel à la collaboration des entreprises avec les services douaniers des États-Unis afin de maintenir la sécurité des chaînes d'approvisionnement internationales. Si vous fabriquez des marchandises et les exportez aux États-Unis, il pourrait être avantageux de participer au C-TPAT. Vous jouerez d'une réduction du niveau d'inspection à la frontière, on vous assignera un gestionnaire de

compte douanier et vous pourrez utiliser le programme EXPRES.

Pour vous inscrire au C-TPAT, vous devrez effectuer une autoévaluation approfondie de la sécurité de votre chaîne d'approvisionnement, en vous fondant sur les lignes directrices du C-TPAT préparées par la U.S. Customs and Border Protection. Vous devrez également créer un programme d'amélioration de la sécurité de votre chaîne d'approvisionnement conformément à ces lignes directrices. Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez la page Web du C-TPAT accessible sur le site Web de la U.S. Customs and Border Protection : www.cbp.gov/CTPAT

Alertes de sécurité

Le U.S. Department of Homeland Security (DHS) publie des alertes de sécurité lorsqu'il juge qu'il existe un danger accru d'attaque terroriste. Le niveau de ces alertes peut avoir des répercussions sur le passage des marchandises et des personnes à la frontière. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le National Terrorism Advisory System (NTAS), vous pouvez consulter le site Web de la U.S. Customs and Border Protection (www.cbp.gov).

RÈGLEMENTS DOUANIERS AMÉRICAINS

Malgré la grande complexité des règlements douaniers américains, le dédouanement des marchandises entrant aux États-Unis peut se révéler relativement simple si vous vous y êtes correctement préparé. Les difficultés rencontrées pour l'entrée de marchandises aux États-Unis sont souvent occasionnées par des documents inexacts ou incomplets.

Deux principales possibilités s'offrent à vous pour l'entrée de vos marchandises aux États-Unis – la déclaration officielle, également appelée déclaration commerciale, ou la déclaration non officielle. La majorité des exportations entrent aux États-Unis par voie de déclaration officielle, pour laquelle les règlements

douaniers des États-Unis recommandent le recours à un courtier en douane américain. La déclaration non officielle n'exige pas de recourir à un courtier si l'exportateur accompagne le chargement ou si le destinataire se rend au point d'entrée afin de le recevoir.

Un courtier effectuera rapidement le dédouanement de vos marchandises, vous évitant ainsi des coûts d'entreposage. Pour trouver un courtier en douane américain, consultez le répertoire des membres de la National Customs Brokers & Forwarders Association of America (NCBFAA) sur son site Web : <http://www.ncbfaa.org/>.

Documents requis pour une déclaration officielle

Votre chargement, s'il est exporté par voie de déclaration officielle, devra comporter les documents et les renseignements suivants :

Facture commerciale

Ce document doit indiquer avec exactitude le contenu et la valeur de votre chargement. Ne déclarez jamais que des marchandises, telles que des articles promotionnels ou des échantillons, n'ont « aucune valeur commerciale ». Les autorités douanières des États-Unis pourraient décider d'en déterminer la valeur unilatéralement, voire d'en refuser l'entrée. Retenez également cet autre conseil : lorsque vous avez recours à des numéros de pièces, veuillez en fournir une description écrite qui facilitera la classification des marchandises aux fins de dédouanement. Assurez-vous également que le montant total facturé à l'acheteur pour l'expédition figure sur chaque facture. N'inscrivez jamais la valeur nette.

Certificat d'origine de l'ALENA

Il incombe à l'exportateur de déterminer l'admissibilité de ses marchandises au traitement préférentiel prévu par l'ALENA et de fournir à l'importateur un certificat d'origine.

Pour prétendre au traitement préférentiel de l'ALENA, l'importateur doit être en possession d'un certificat d'origine en règle délivré par l'exportateur canadien qui atteste que les marchandises en question respectent les règles d'origine de l'ALENA. Les exportateurs peuvent en obtenir des exemplaires auprès des bureaux de l'Agence des services frontaliers du Canada ou en consultant le site Web de l'Agence à l'adresse : www.cbsa-asfc.gc.ca

Numéro d'identification d'importateur

Attribué par les douanes, ce numéro est utilisé par les services douaniers des États-Unis afin d'établir la couverture du cautionnement et de permettre le dédouanement et l'entrée des marchandises, la liquidation, l'émission de factures et de remboursements ainsi que le traitement des remboursements des droits de douane. Votre courtier en douane peut vous aider à vous procurer ce numéro ou vous pouvez l'obtenir vous-même en soumettant à la U.S. Customs and Border Protection le formulaire 5106 que l'on peut télécharger à l'adresse suivante : www.cbp.gov/newsroom/publications/forms

Connaissance ou lettre de transport aérien

Il incombe à votre transitaire, à votre transporteur ou à votre courtier de le remplir. Aucun connaissance n'est nécessaire pour les expéditions par la poste.

Manifeste

Il incombe au transporteur de le remplir. Là encore, aucun manifeste n'est nécessaire pour les expéditions par la poste.

Déclaration/livraison immédiate

Ce document est utilisé pour l'expédition de marchandises périssables, telles que les produits frais, et remplace le manifeste. Il incombe au transporteur de le remettre aux services douaniers des États-Unis avant l'arrivée de l'envoi au point d'entrée.

Classification tarifaire du Système harmonisé (code SH)

En fonction de la nature des marchandises expédiées aux États-Unis, il peut être nécessaire de joindre au chargement un permis ou une licence (pour les marchandises contrôlées) et un bordereau de marchandises qui indiquent le contenu par code de produit du Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH). Les courtiers en douane utilisent le code SH afin de s'assurer que la classification tarifaire appropriée s'applique aux produits. Pour obtenir de plus amples renseignements sur les codes SH, consultez le site Web de la U.S. Customs and Border Protection website : [hts.usitc.gov](https://usitc.gov)

Règles de marquage du pays d'origine

Les règles de l'ALENA concernant le marquage diffèrent des règles sur le contenu. Les règles de marquage servent, au niveau local, à informer le consommateur final d'un produit du lieu de fabrication de celui-ci. Contrairement aux règles sur le contenu de l'ALENA, qui sont les mêmes pour les trois pays, il incombe à chaque pays signataire de l'ALENA d'établir ses propres règles de marquage.

Les règles de marquage de chaque pays membre de l'ALENA s'appliquent seulement aux importations en provenance des autres pays signataires.

En conséquence, les règles américaines de marquage ne s'appliqueront qu'aux produits importés du Canada et du Mexique. De même, les règles canadiennes de marquage ne s'appliquent qu'aux produits importés du Mexique et des États-Unis.

Les règles de marquage de l'ALENA ne s'appliquent pas aux produits à exporter ni aux produits vendus sur le territoire national. Le marquage doit être assez durable pour demeurer en place, à moins qu'on l'enlève délibérément.

Déclaration non officielle de marchandises

Vos marchandises, si leur valeur est inférieure à 2 500 \$ US et qu'elles ne font pas l'objet d'un contrôle, sont assujetties à une déclaration non officielle. La déclaration non officielle ne requiert l'intervention d'aucun courtier si l'exportateur accompagne le chargement ou si le destinataire se rend au point d'entrée pour le recevoir. Les documents relatifs à la déclaration non officielle sont moins stricts que ceux relatifs à la déclaration officielle. Le chargement doit être accompagné d'une facture commerciale. Vous devez également y joindre un certificat d'origine de l'ALENA; bien qu'il ne soit pas officiellement exigé par les services douaniers des États-Unis, sa présence facilitera le dédouanement de votre chargement.

Conseil concernant l'ALENA :

- › En raison de la taille et de la diversité du marché américain, les entreprises ontariennes qui exportent aux États-Unis peuvent le faire par l'entremise de plusieurs agents ou distributeurs afin de couvrir différents États ou différentes régions.
- › En vertu de l'ALENA, de nombreuses entreprises américaines peuvent considérer les exportateurs ontariens comme des fournisseurs locaux. Dans ce cas, l'importateur américain demandera habituellement le prix des marchandises canadiennes rendus droits acquittés en dollars américains au quai de réception du client.

DÉBOUCHÉS AU MEXIQUE

Le Mexique, un pays de près de 122 millions de consommateurs éventuels, comprend une classe moyenne sans cesse grandissante d'environ 44 millions de personnes (soit approximativement le nombre d'habitants du Canada). Ce pays éprouve certains problèmes, en ce qui concerne notamment le sous-développement de son infrastructure de transport et de communication et la protection de l'environnement.

L'exportateur canadien aura davantage de difficulté à percer sur le marché mexicain que sur le marché américain. Une langue et une culture d'entreprise différentes peuvent constituer des obstacles. Toutefois, les Canadiens qui sont prêts à investir du temps et de l'énergie trouveront des débouchés intéressants au Mexique. Les exportations ontariennes vers ce pays ont presque doublé entre 2011-2014, passant de 1,7 milliard à plus de 2 milliards.

Le Mexique peut également servir de rampe de lancement vers d'autres marchés latino-américains. Nous conseillons aux exportateurs de se tenir au fait des derniers développements concernant la libéralisation du commerce entre le Canada et les pays d'Amérique centrale et du Sud.

Vous trouverez plus d'information sur les débouchés qu'offre le marché mexicain en consultant le site Web du ministère des Affaires civiles, de l'Immigration et du Commerce international (ontario.ca/exportation) ou en communiquant avec la Direction du commerce international du ministère afin de parler avec le spécialiste du marché mexicain.



Développement de vos marchés d'exportation

La réussite en matière d'exportation requiert non seulement une vision et de la détermination, elle nécessite également de prêter attention à un millier de détails, allant de la sélection des foires commerciales appropriées à l'évaluation des distributeurs potentiels en passant par la mise en œuvre de stratégies de gestion du risque.

Dans la section précédente, Préparation à l'exportation, vous avez appris certains éléments fondamentaux de la planification des exportations, exploré les débouchés qu'offre le marché de l'ALENA et obtenu un aperçu de ce qu'il faut faire pour exporter avec succès aux États-Unis.

La présente section vous aidera à tirer parti de ces connaissances et à entreprendre les prochaines étapes du processus d'exportation dans tous les pays du monde.

Exploration de vos marchés d'exportation

Plus vous en apprenez à propos du ou des marchés dans lesquels vous exporterez, plus vos chances de réussir sont élevées.

L'exploration du marché en personne vous aide à vous familiariser avec les possibilités d'entrée sur le marché – notamment des occasions que vous n'auriez pas connues autrement – ainsi qu'avec les défis que vous devrez surmonter.

VOTRE PREMIÈRE VISITE

Vous avez réalisé votre étude de marché, établi un plan d'exportation et dressé une courte liste des principaux contacts. Il est maintenant temps de visiter le marché.

Il faut planifier attentivement ce voyage pour maximiser ce que vous pouvez apprendre et accomplir dans une période relativement courte.

Il est préférable de loger dans un hôtel à proximité de l'endroit où les réunions d'affaires auront lieu. De nombreux gens d'affaires préfèrent être près de l'ambassade du Canada, surtout si le délégué commercial du Canada contribue à établir les contacts. Cela peut vous faire économiser du temps précieux pour vos déplacements et des frais de taxi.

L'Ontario possède 14 bureaux de commerce international et d'investissement dans les missions canadiennes dans le monde entier pour vous aider (à compter de 2016).

Rappelez-vous de donner aux conseillers commerciaux des gouvernements provincial et fédéral un préavis suffisant avant votre voyage.

Articles importants pour votre voyage

- › Un grand nombre de cartes professionnelles pour les réunions et les visites (il peut être utile de faire faire des cartes avec une traduction dans la langue locale au verso)
- › Du papier à en-tête de votre société
- › Des brochures sur votre société et votre produit et des documents techniques.
- › Des échantillons de produit, le cas échéant

- › Une sélection de cadeaux appropriés (envisagez des cadeaux liés à votre entreprise)
- › Suffisamment d'argent en devise locale pour vous rendre à votre hôtel

Carnet ATA : admission d'échantillons de produits en franchise de droits

Le Carnet ATA est un document douanier spécial qui permet l'importation temporaire en franchise d'échantillons commerciaux, de matériel publicitaire et d'équipement professionnel dans les 70 pays participant à ce système. Le Carnet permet à l'exportateur en voyage :

- › d'utiliser un seul Carnet pour les biens qui doivent être dédouanés dans plusieurs pays au cours d'un même voyage;
- › de prendre ces dispositions rapidement à un coût préalablement déterminé;
- › d'effectuer autant de voyages qu'il le désire pendant la période de validité d'un an du Carnet.

Pour obtenir un Carnet, l'exportateur doit fournir un cautionnement égal à 40 pour cent de la valeur de l'envoi, montant qui sera retenu pendant une période pouvant atteindre 30 mois. Le cautionnement est remboursé ou annulé à condition que les documents du Carnet soient en règle et qu'il y ait une preuve que les marchandises sont revenues au Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements : www.chamber.ca/carnet

Conseil aux exportateurs

Envisagez d'effectuer votre premier voyage d'exploration du marché dans le cadre d'une mission commerciale provinciale ou fédérale. Le fait de voyager avec des associés permet de découvrir de nouveaux points de vue.

Conseils aux voyageurs

- › Prévoyez du temps pour vous reposer à l'arrivée. Vous serez sans doute sous l'effet du décalage horaire après un long vol.
- › Mettez vos objets de valeur tels que votre passeport et vos cartes de crédit en lieu sûr. Il est souvent conseillé de les déposer dans un coffret de sûreté à l'hôtel et de ne prendre avec soi que le nécessaire pour la journée.
- › Faites faire un double de tous les documents importants.
- › Emportez une carte-adresse de votre hôtel dans la langue du pays où vous êtes. Vous pourrez ainsi rentrer à votre hôtel si vous avez des problèmes de communication avec le chauffeur de taxi.
- › Communiquez avec l'ambassade ou le consulat du Canada si vous avez besoin d'aide.
- › Lorsque vous préparez votre horaire de rendez-vous, rappelez-vous de prévoir suffisamment de temps pour les déplacements d'un lieu à un autre. Dans certaines villes, la durée des déplacements peut être beaucoup plus longue qu'au Canada.

Liste de contrôle avant le départ

- › Assurez-vous que votre passeport est valide. La plupart des pays exigent à l'arrivée un passeport dont la durée a au moins six mois à courir avant sa date d'expiration.
- › Obtenez les visas ou les permis d'entrée exigés par le pays de destination. Vous aurez peut-être aussi besoin de visas de transit en cas d'escales en cours de route. Renseignez-vous auprès de votre agent de voyage et du consulat des pays où vous comptez vous rendre. Emportez des photos de taille passeport supplémentaires.
- › Obtenez les vaccinations recommandées pour le pays de destination. Renseignez-vous auprès de la clinique de santé-voyages des grands hôpitaux. Emportez votre certificat de vaccination.

- › Souscrivez une assurance médicale pour voyager à l'extérieur du Canada. Ne partez pas du principe que votre assurance ordinaire sera suffisante en cas d'urgence.
- › Laissez un double de votre itinéraire, y compris la liste des hôtels, à vos collègues de travail ou aux membres de votre famille.
- › Emportez quelques médicaments de base : antibiotiques, désinfectants, remèdes contre les maux d'estomac et les maux de tête, pansements stériles, etc.
- › Demandez conseil à votre médecin avant de partir en voyage, surtout dans les tropiques. Demandez-lui une lettre d'autorisation si vous emportez des médicaments spéciaux.
- › Confirmez tous les vols et toutes les réservations d'hôtel. Reconfirmez les vols à chaque escale pendant le voyage aller. Attention : si les réservations de vol pour la suite du voyage ou le retour ne sont pas confirmées au moins 48 heures avant le départ, elles risquent d'être annulées automatiquement par l'ordinateur.
- › Renseignez-vous sur tous les jours fériés sur vos nouveaux marchés.
- › Vérifiez la date d'expiration et l'acceptabilité de vos cartes de crédit. Veillez à en payer le solde pour pouvoir les utiliser au maximum de leur capacité.
- › Enregistrez votre téléphone portable, votre ordinateur et les autres appareils que vous emportez à l'étranger auprès de Douanes Canada afin d'éviter tout problème au passage des frontières et au retour. Emportez les factures prouvant à quel endroit ces appareils ont été achetés.

Conseil

Consultez des livres à la bibliothèque sur les aspects culturels du commerce international. Le gouvernement du Canada (www.voyage.gc.ca/voyager/avertissements) propose des listes de choses à faire et à ne pas faire à propos de la plupart des principaux marchés.

ASPECTS CULTURELS DU COMMERCE INTERNATIONAL

L'apprentissage de la culture du milieu des affaires de votre marché d'exportation est la première étape à franchir pour établir une relation commerciale mutuellement avantageuse.

Prenez le temps de lire de la documentation sur l'histoire et la culture du pays avant de faire votre premier voyage d'affaires. Non seulement vous profiterez mieux de votre visite, mais votre intérêt sera remarqué et apprécié par vos contacts commerciaux. Les gens d'affaires qui comprennent la culture d'un pays où ils désirent exporter ont plus de chances d'établir des rapports commerciaux solides et durables.

Les Canadiens ont généralement la réputation à l'étranger d'être éthiques et fiables, ce qui les aide à forger des alliances. Ils sont habituellement appréciés dans les cercles d'affaires internationaux, peut-être en raison de leur réserve traditionnelle. Néanmoins, les entreprises canadiennes doivent être sensibles aux différentes façons de traiter les affaires et à l'importance accordée à l'établissement des relations d'affaires. Dans beaucoup de cultures, la première rencontre est souvent l'occasion de faire connaissance. La coutume peut exiger que les négociations serrées soient remises à un autre jour.

Coutumes et tabous

Chaque culture de travail est unique. La compréhension des attentes de vos clients et de vos partenaires potentiels vous aidera à établir de bonnes relations de travail avec eux.

Traitez l'échange de cartes professionnelles avec respect, particulièrement dans une culture formaliste. Au Japon, par exemple, le titre et le nom de l'organisme sont mentionnés de façon courtoise au moment de l'échange des cartes. En Indonésie, l'échange de cartes se fait seulement avec la main droite.

Les cultures diffèrent également en ce qui concerne l'utilisation des repas pour

les rencontres d'affaires et le moment où les questions d'affaires sont abordées. En France et en Espagne, les déjeuners d'affaires peuvent durer deux ou trois heures et sont l'occasion de faire connaissance. Aux Antilles, les gens d'affaires rentrent chez eux pour déjeuner en famille.

La violation des tabous culturels peut nuire à une relation d'affaires. Par exemple, en Thaïlande, il est inacceptable sur le plan culturel de toucher la tête d'un Thaïlandais. De même, la politesse exige que l'on ne montre pas la semelle de ses souliers quand on croise les jambes. Au Japon, l'échange de cadeaux fait partie intégrante des négociations d'affaires. Par contre, il est rare d'échanger des cadeaux en Allemagne.

Les habitudes culturelles influent également sur la façon et le moment de commercialiser les produits. Aux Pays-Bas, par exemple, les cadeaux de Noël sont offerts à la Saint-Nicolas, le 5 décembre, et non le 25 décembre. Si vous envisagez de faire des affaires aux Pays-Bas, vous devrez peut-être modifier vos annonces publicitaires pour tenir compte de cette pratique culturelle.

SERVICES DES GOUVERNEMENTS DE L'ONTARIO ET DU CANADA SUR LES MARCHÉS INTERNATIONAUX

Le ministère des Affaires civiles, de l'Immigration et du Commerce international de l'Ontario dispose de conseillers en développement du commerce sur un certain nombre de marchés émergents. Ils possèdent un réseau de contacts locaux et peuvent contribuer à ouvrir des portes aux exportateurs ontariens. Communiquez avec la Direction du commerce international pour obtenir de plus amples renseignements.

De plus, le gouvernement de l'Ontario a mis sur pied un réseau de centres de commerce international et d'investissement à l'étranger sur les principaux marchés du monde entier.

Le personnel des centres de marketing à l'étranger peut contribuer à vous ouvrir des portes au moyen de nombreuses activités :

- › la promotion des biens et des services produits en Ontario dans le cadre de foires commerciales et autres événements;
- › l'établissement de relations avec les gouvernements, les associations commerciales et les médias locaux;
- › la collecte d'information commerciale à jour.

Tous les centres de commerce et d'investissement à l'étranger de l'Ontario sont situés dans les bureaux des missions diplomatiques canadiennes à l'étranger. Actuellement, l'Ontario possède quatorze centres de marketing à l'étranger dans dix pays :

- | | |
|-------------|-----------------------------|
| › Beijing | › New York |
| › Chongqing | › Paris |
| › Londres | › Sao Paulo |
| › Mexico | › San Francisco |
| › Mumbai | › Séoul (ouverture en 2016) |
| › Munich | › Shanghai |
| › New Delhi | › Tokyo |

Service des délégués commerciaux du Canada sur les marchés internationaux

Le gouvernement fédéral, par l'entremise du Service des délégués commerciaux du Canada et de plus de 260 consulats et ambassades dans 150 pays à l'étranger, aide les entreprises canadiennes relativement à leurs activités d'exportation. Consultez le site Web du ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement pour connaître la liste des bureaux commerciaux dans le monde entier. (<http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/bureaux-mondiaux.jsp>)

Les délégués commerciaux du Canada :

- › font la promotion de votre entreprise auprès de clients locaux;
- › donnent des conseils sur les canaux de distribution;

- › recommandent la participation à des foires commerciales et autres événements du genre;
- › recensent les entreprises étrangères pouvant vous représenter;
- › vous aident à trouver des renseignements commerciaux de même que de l'information sur la solvabilité d'éventuels partenaires étrangers;
- › donnent des conseils sur les questions relatives aux droits de douane, aux impôts et taxes, au change et aux permis de travail;
- › donnent des conseils sur l'environnement commercial et financier du pays et les pratiques qui ont cours dans ces domaines;
- › donnent des conseils et apportent leur appui en ce qui concerne les coentreprises à l'étranger et les concessions de licence.

MISSIONS COMMERCIALES

Les missions commerciales offrent d'excellentes occasions aux exportateurs de s'informer sur les débouchés qu'offre le marché et de rencontrer en personne les principaux contacts qui peuvent les aider à créer ou à développer leur réseau d'exportation. Ces personnes peuvent comprendre des acheteurs et des partenaires potentiels, des agents et des distributeurs, des représentants des pouvoirs publics, les dirigeants d'associations sectorielles et des représentants d'institutions financières. Pour connaître la liste des prochaines missions commerciales, consultez le Calendrier des événements sur le site Web du ministère des Affaires civiques, de l'Immigration et du Commerce international à l'adresse : ontario.ca/exportation

Missions commerciales virtuelles

Les missions commerciales virtuelles peuvent s'avérer un moyen rentable pour les exportateurs de se constituer un réseau, de s'informer sur les nouveaux marchés et de présenter leurs produits et services au monde entier, sans même quitter la province.

Grâce à la technologie de la vidéoconférence, les missions commerciales virtuelles relient les sociétés de l'Ontario avec des clients ou des partenaires d'affaires potentiels sur les marchés internationaux. Pour en savoir plus sur les missions commerciales virtuelles ou pour participer à un événement à venir, veuillez communiquer avec la Direction du commerce international du ministère des Affaires civiques, de l'Immigration et du Commerce international de l'Ontario à l'adresse : trade.officer@ontario.ca

FOIRES COMMERCIALES

Les expositions et les foires commerciales peuvent constituer une excellente occasion pour les exportateurs de présenter et de commercialiser leurs produits et services. Elles peuvent aussi leur offrir la possibilité d'établir des liens avec des représentants du marché, de se renseigner à propos des tendances et des débouchés importants et d'en apprendre davantage sur les produits, les services et les stratégies de marketing des concurrents.

Les foires commerciales peuvent être accessibles au public ou, dans certains cas, uniquement aux représentants commerciaux. Elles nécessitent un investissement de temps et d'argent et il faut planifier très tôt sa participation à un tel événement. Voici une liste des choses à faire et à ne pas faire qui peut vous aider à maximiser votre participation à une foire commerciale.

À FAIRE

- › Évaluer la foire longtemps à l'avance.
- › Planifier votre participation des mois à l'avance.
- › Faire appel à des spécialistes du marketing pour concevoir votre stand.
- › Définir votre stratégie d'approche client.
- › Offrir des cadeaux promotionnels.
- › Préparer des brochures et de la documentation.

- › Porter une tenue vestimentaire professionnelle.
- › Être constamment disponible.
- › Noter toutes les pistes potentielles et en assurer le suivi.
- › Tout emporter après le démontage du stand.
- › Évaluer les résultats de la foire.

À NE PAS FAIRE

- › Supposer que toutes les foires commerciales se ressemblent.
- › Reporter la planification à la dernière minute.
- › Essayer d'économiser en n'utilisant pas les services d'experts.
- › Envoyer des messages de marketing contradictoires.
- › Utiliser du matériel de marketing de mauvaise qualité ou inapproprié.
- › Se montrer indifférent et être toujours assis.
- › Manquer la possibilité de faire une excellente impression.
- › Laisser sur place du matériel ou des documents.
- › Oublier d'évaluer l'événement.

Trouver le bon représentant

PROCESSUS DE RECRUTEMENT

Les agents ou les représentants locaux jouent un rôle capital dans le succès de la majorité des programmes d'exportation. Ils possèdent les contacts et les réseaux nécessaires et jouissent d'une solide réputation sur leurs marchés, éléments qui jouent en votre faveur. Les rapports que vous créez avec votre représentant peuvent être la pierre angulaire d'un partenariat qui, à long terme, profitera aux deux parties.

Toutefois, il est essentiel de trouver l'agent qui vous convient. Assurez-vous que le représentant que vous choisirez possède les qualifications nécessaires pour développer et desservir votre marché potentiel. Il est en outre crucial que les deux parties comprennent bien leurs attentes mutuelles.

Où commencer votre recherche? Les sources ci-dessous peuvent vous aider à entreprendre votre processus de recrutement.

- › La Direction du commerce international du ministère des Affaires civiles, de l'Immigration et du Commerce international peut vous aider à trouver les représentants de la région qui ont fait leurs preuves dans la vente de marchandises ou de biens connexes canadiens dans votre secteur.
- › Le Service des délégués commerciaux du Canada peut vous conseiller dans la sélection des représentants. Communiquez avec ces délégués afin de leur demander une recommandation. Le Service des délégués commerciaux pourrait être en mesure d'effectuer une enquête officielle sur le rendement et la réputation d'un représentant potentiel.
- › Discutez avec d'autres exportateurs canadiens de votre secteur qui fabriquent des produits qui ne font pas concurrence aux vôtres. Ils peuvent vous recommander des représentants ou des distributeurs sur votre marché cible.
- › Participez à des foires commerciales à l'étranger. En plus de constituer une excellente occasion d'évaluer le marché relativement à vos produits, elles vous offrent aussi la possibilité de rencontrer des agents qui recherchent de nouvelles gammes de produits. Soyez vigilant cependant. L'agent avide de nouvelles gammes n'est pas toujours celui qui vous convient le mieux. Les meilleurs agents font souvent attention aux nouvelles gammes de produits qu'ils acceptent de représenter.

- › Faites de la publicité dans les grandes revues commerciales sectorielles ou techniques internationales.
- › Communiquez avec l'association des importateurs ou l'association sectorielle de votre marché cible. Elles peuvent souvent vous donner des noms d'entreprises ou de personnes qui interviennent dans votre secteur d'activités. Si cela est possible, demandez aux acheteurs éventuels de vos produits de vous recommander des agents ou des distributeurs.
- › L'agent ou la firme de distribution potentielle possède-t-elle le savoir-faire et les ressources nécessaires pour offrir un service après-vente digne de la qualité à laquelle votre entreprise s'attend?
- › Examinez leurs installations
- › Le candidat possède-t-il des entrepôts et un bon système d'expédition?
- › Possède-t-il des systèmes de communication modernes?
- › De combien de bureaux dispose-t-il dans le secteur géographique qui vous intéresse?

ÉVALUATION DES REPRÉSENTANTS POTENTIELS

La recherche de représentants potentiels prendra du temps (recherches sur Internet, envois de courriels et appels de suivi), mais l'investissement en vaudra la peine. Les efforts que vous déployez pour évaluer les représentants potentiels porteront leurs fruits lorsque vous trouverez le meilleur représentant pour vos produits.

Expérience et connaissances

- › Qui sont les dirigeants de l'agence ou de la firme de distribution potentielle?
- › Quels sont leur expérience et leurs antécédents dans votre domaine?
- › Participent-ils activement aux activités de l'entreprise? Dans la négative, quelle importance cela revêt-il à vos yeux?
- › Sur certains marchés étrangers, les contacts sociaux et professionnels des dirigeants peuvent avoir davantage d'incidence sur le succès de vos produits qu'une visite de vente mensuelle.

Fiabilité et capacités

- › Examinez la disposition du candidat à satisfaire vos besoins.
- › Examinez les états de service du candidat.
- › Peut-il fournir les services promis dans vos garanties actuelles?

Clients actuels

- › Examinez la liste des clients anciens et actuels du candidat.
- › Le candidat représente-t-il des gammes de produits qui font concurrence aux vôtres? Assurez-vous que l'agent ou le distributeur ne se trouve pas en situation de conflit d'intérêts s'il vous représente.
- › L'agence ou la firme de distribution potentielle traite-t-elle déjà avec des clients susceptibles de s'intéresser à vos produits (c.-à-d., son marché cible est-il le même que le vôtre)?

Personnel et structure de vente

- › L'agence ou la firme de distribution potentielle est-elle suffisamment importante pour desservir votre marché éventuel?
- › Le personnel est-il qualifié pour s'occuper de vos affaires?
- › La répartition géographique du personnel de vente est-elle logique? Par exemple, aux États-Unis, les fabricants retiennent souvent les services de plusieurs agents dans l'ensemble du pays chargés de secteurs géographiques déterminés.

CONTRATS D'AGENCE ET DE DISTRIBUTION

Vous voudrez sans doute conclure avec l'agent ou le distributeur un contrat écrit qui énonce clairement les dispositions des relations commerciales et juridiques.

Les lois canadiennes et étrangères influent de différentes façons sur les contrats d'agence et de distribution. Par exemple :

- › Certaines formalités peuvent être nécessaires pour créer des obligations légalement exécutoires entre les parties et les maintenir en vigueur.
- › Des dispositions peuvent être nécessaires en ce qui concerne les garanties imposées, la responsabilité relative au produit, les pratiques commerciales et autres questions régies par le droit applicable.
- › Certaines peuvent être automatiquement incluses dans la relation juridique même si les parties ne les ont pas énoncées, sauf si celles-ci prévoient leur exclusion expresse.
- › Les lois fiscales peuvent favoriser un type de relations commerciales et juridiques par rapport à un autre. Un agent ou un distributeur pourrait constituer un « établissement stable », ce qui veut dire que l'exportateur canadien serait assujéti aux dispositions fiscales du pays cible en matière d'impôt sur le revenu.

Demandez un avis juridique avant de signer un contrat. Les lois du Canada et du pays cible, particulièrement les lois fiscales, doivent être prises en considération.

Les droits et les impôts étrangers peuvent varier en fonction de la convention commerciale conclue. Si vous vendez directement votre produit à l'utilisateur final, des droits et des taxes peuvent être imposés sur le prix de vente.

Si vous passez par l'intermédiaire d'un représentant ou que vous maintenez des stocks sur le marché étranger, le montant de

base servant au calcul des droits d'importation et des taxes différera du prix direct.

Lorsque vous étudiez le genre de relation la plus appropriée, rappelez-vous que vous pouvez habituellement choisir le régime juridique qui s'appliquera à l'interprétation du contrat et prévoir si les différends seront réglés par les tribunaux ou un arbitre.

Au moment de rédiger le contrat, tenez compte des points suivants :

- › Définissez les produits que vous confierez au représentant.
- › Précisez les biens actuels et futurs auxquels s'appliquera le contrat.
- › Définissez les clauses du contrat.
- › Déterminez le régime juridique qui régira l'interprétation de votre contrat.
- › Mentionnez si le contrat prévoit une clause d'arbitrage.
- › Précisez la nature du pouvoir de signature délégué au représentant.
- › Indiquez si le représentant est un employé ou un entrepreneur indépendant.
- › Déterminez qui, en vertu de la loi, est responsable des réclamations en responsabilité du fait du produit et de l'observation de la législation en matière de pratiques commerciales, d'étiquetage et de conditionnement.
- › Précisez les conditions de vente à votre représentant.
- › Précisez les conditions de paiement.
- › Indiquez la devise retenue pour les transactions, les services de vente, la publicité, la préparation des devis et les recouvrements.
- › Définissez le territoire. Précisez les limites du secteur géographique confié au représentant.
- › Énoncez les droits d'exclusivité qui seront concédés au représentant ou à l'exportateur. Les lois du pays peuvent restreindre les droits d'exclusivité.

- › Fixez la durée de validité du contrat.
- › Indiquez les circonstances dans lesquelles le contrat peut être résilié.
- › Respectez les lois du pays qui exigent de verser une indemnisation aux représentants congédiés ou à ceux dont le contrat de représentation n'est pas renouvelé.

Motivation de votre représentant

Il importe que votre représentant et vous-même compreniez bien vos attentes respectives. La nomination d'un agent ou d'un distributeur chargé de représenter vos produits ne constitue que la première étape de la création d'une clientèle sur votre marché cible. Le succès d'une relation commerciale à long terme exige que vous communiquiez fréquemment avec votre représentant.

Vous devez fournir à votre agent ou votre distributeur des renseignements à jour sur votre gamme de produits. Si vous le pouvez, offrez à ses employés – votre effectif de vente – des cours de formation ou des incitatifs pour qu'ils apprennent à bien connaître vos produits et leurs applications et qu'ils maintiennent ces connaissances à jour Répondez rapidement et complètement aux questions du personnel de vente du marché cible. Percevez-les comme des « clients » à qui vous devez régulièrement « vendre » votre marchandise.

Liste de vérification : caractéristiques recherchées chez un agent ou un distributeur

- Connaissances approfondies des marchés local et national et de leur évolution
- Connaissance de la réglementation des importations régissant votre type de produit
- Absence de produits concurrents
- Capacité de couvrir le territoire
- Paiement dans les délais convenus
- Installations d'entreposage appropriées compte tenu des modèles ou des stocks

- Organisation des ventes et accès illimité aux relevés de vente
- Soutien administratif
- Capacité d'élaborer des plans de marketing et de prévoir les ventes
- Études de marché et analyse de la concurrence
- Vérification des hypothèses de prix et des calculs
- Campagnes de publicité et de promotion
- Bonne compréhension de la clause de résiliation prévue au contrat
- Visite des installations de production pour des mises à jour sur les produits
- Capacité de fournir des services précis de traduction et d'interprétation

Liste de vérification : caractéristiques que l'agent recherche chez vous

- Contrat écrit d'exclusivité
- Représentation juridique en ce qui concerne la protection des brevets et des marques de commerce
- Biens de qualité supérieure, exempts de vice et garantis
- Services d'expédition : conditionnement, étiquettes, documents
- Prix concurrentiels
- Paiement rapide des commissions
- Matériel publicitaire et promotionnel et affiches
- Nouveaux produits et produits modifiés
- Matériel de formation : manuels, vidéos, diapositives
- Mises à jour, annonces et bulletins d'information en temps opportun
- Visites périodiques des cadres supérieurs
- Participation aux conférences sur les ventes
- Récompenses et stimulants

Assurer le succès de vos exportations

Afin de maximiser les profits potentiels de votre investissement en temps et en argent dans une stratégie d'exportation, vous devrez mettre en œuvre une stratégie de gestion du risque qui vous aidera à vous protéger des événements imprévus.

LE CONTRAT D'EXPORTATION

La loi impose automatiquement des responsabilités juridiques à l'exportateur envers son distributeur et envers les acheteurs des produits vendus par l'intermédiaire d'un agent. Ces relations juridiques existent même en l'absence de contrat écrit. Cependant, vous devriez vous assurer que des relations juridiques appropriées relativement à vos exportations sont prévues dans le contrat écrit.

Préparation d'un contrat écrit

Les lois du pays où l'offre de conclusion d'une vente est acceptée – ou qui sont plus étroitement liées à la transaction – régissent normalement les relations juridiques qui vous unissent à votre représentant. Vous pouvez préciser dans un contrat écrit le régime juridique qui s'appliquera à la plupart des questions relatives à votre relation d'affaires.

En outre, ces relations juridiques peuvent être assujetties à tout engagement verbal. Vous pouvez vous renseigner auprès de votre avocat sur les clauses contractuelles que prévoient les lois du Canada ou d'un pays étranger en l'absence d'entente entre les parties. Vous pouvez décider, suite à vos recherches, de modifier ces clauses ou d'en ajouter d'autres.

Convention des Nations Unies sur les contrats

La Convention des Nations Unies sur les contrats de vente internationale de

marchandises peut aussi s'appliquer aux ventes à l'exportation en sus des lois nationales applicables ou en tant que partie de ces lois. Elle s'applique dans les circonstances suivantes, c'est-à-dire si les pays des deux parties ont adopté la Convention ou si le droit du pays qui a adopté la Convention régit le contrat. La Convention est en vigueur au Canada et régit automatiquement la plupart des contrats de commerce international que signent les entreprises canadiennes.

Liste de vérification : rédaction du contrat

Le contrat écrit régissant la vente de produits à l'exportation doit :

- être signé par des personnes pouvant légalement lier les parties;
- préciser le régime juridique régissant le contrat;
- exclure toute condition imposée par la loi que les parties ne veulent pas faire appliquer;
- préciser le prix, les conditions de vente, les modalités de paiement et la devise retenue (pensez à tout contrôle éventuel des changes);
- prévoir qui sera responsable de l'observation des normes et des codes nationaux sur le marché d'exportation (p. ex., lois applicables au conditionnement et à l'étiquetage, etc.);
- prévoir le recours à l'arbitrage si ce mode de règlement des différends est privilégié par rapport au recours aux tribunaux;
- transporter la responsabilité financière dans la mesure où les lois applicables imposent des garanties, des responsabilités à l'égard du produit, etc. d'une manière qui n'est pas habituelle pour les parties;
- préciser tous les autres points dont les parties ont convenu.

La forme générale du contrat utilisé dans un pays donné doit être examinée par des avocats compétents de ce pays et du Canada.

GESTION DES RISQUES

Le risque fait partie de toute activité commerciale, y compris l'exportation. Vous courez des risques même si vous avez rédigé vos contrats avec prudence. Certains risques sont complètement indépendants de votre volonté.

Heureusement, il est possible de souscrire une assurance contre un grand nombre d'imprévus. Vous pouvez, par exemple, vous assurer contre :

- › le non-paiement par le client,
- › la responsabilité du fait du produit,
- › le vol,
- › les dommages,
- › la guerre.

Ces assurances peuvent ne pas couvrir tous les clients dans tous les pays. Si vous avez de la difficulté à obtenir une assurance, réfléchissez à deux fois avant de vous lancer en affaires dans ce pays.

Les assurances contre les risques de perte que souscrivent les exportateurs de biens ou de services se divisent, en règle générale, en deux catégories fondamentales : risque politique et assurance générale/commerciale.

Le risque commence au moment où le contrat entre en vigueur (sinon avant) et se poursuit jusqu'à ce que tous les paiements aient été effectués. Par conséquent, les exportateurs doivent comprendre les types et les coûts des assurances dont ils ont besoin et qui sont offertes.

Risque politique

Vous pouvez souscrire une assurance contre un grand nombre de risques politiques auprès d'Exportation et développement Canada (EDC), d'un certain nombre d'assureurs commerciaux du secteur privé et de votre courtier d'assurance agréé. Bien que les divers produits d'assurance se fassent souvent concurrence sur les plans de la couverture et du prix, ils peuvent également se compléter.

Assurance générale/commerciale

Cette assurance couvre les risques habituellement liés aux affaires et peut être souscrite auprès de compagnies d'assurance commerciales du secteur privé et votre courtier d'assurance agréé. Sachez toutefois que de nombreux courtiers n'ont aucune expérience du commerce d'exportation.

Les types d'assurance suivants sont généralement offerts :

Assurance crédit

Les créances à l'exportation sont assujetties non seulement au risque politique dans le pays du client, mais aussi au risque commercial que présente le client étranger, soit sa capacité de payer. La plupart des entreprises trouvent que la gestion du risque commercial est plus difficile pour les créances à l'exportation que pour les créances nationales. À l'exportation, les renseignements erronés sur le crédit et la distance importante qui sépare le fournisseur du client peuvent soulever des difficultés.

Les pertes dues à une annulation de contrat, à l'insolvabilité du client, à la répudiation ou au simple défaut de paiement (refus du client de payer une facture lorsqu'elle est exigible) peuvent avoir des conséquences désastreuses sur vos flux de trésorerie et votre capacité de financer vos activités.

Il est possible de souscrire une assurance auprès d'assureurs privés et d'Exportation et développement Canada, l'agence de crédit à l'exportation officielle du Canada.

Assurance transport et assurance sur facultés maritimes

Cette assurance couvre les pertes ou les dommages survenant en cours de transport par voie terrestre, maritime ou aérienne et les périodes d'entreposage imprévues. Cette couverture peut comprendre :

- > les dommages directs et matériels;
- > la responsabilité civile (générale);
- > le cautionnement ou la garantie d'exécution;
- > la responsabilité du fait du produit.

Assurance voyage

Cette assurance doit couvrir l'annulation de voyage (dans le cas d'un tarif à contrainte), le déplacement de membres de la famille pour s'occuper du membre du personnel malade à l'étranger, le rapatriement du corps en cas de décès à l'étranger, etc. Une telle assurance, sous réserve de certaines limites, est souvent exigée dans le cas de contrats importants.

Responsabilité civile professionnelle

L'assurance de responsabilité civile professionnelle est particulièrement importante sur des marchés comme celui des États-Unis où les poursuites juridiques sont courantes. Cette assurance doit couvrir à tout le moins les frais juridiques liés à la réponse aux poursuites intentées contre votre entreprise. Ce type d'assurance couvre trois autres secteurs :

- > l'allégation de non-exécution; les problèmes résultant de la mise en œuvre de vos recommandations;
- > la non-exécution par des tiers sous-traitants.

À l'heure actuelle, il est difficile d'obtenir une assurance « mondiale » et l'assurance pour chaque marché peut être coûteuse.



Coordonnées et ressources

Ministère des Affaires civiques, de l'Immigration et du Commerce international de l'Ontario

Vous songez à exporter pour la première fois? Ou à élargir vos marchés d'exportation?

Nos spécialistes en commercialisation à l'étranger peuvent vous aider à définir des stratégies efficaces d'entrée sur le marché et de croissance. Ils ont l'expérience des marchés internationaux et disposent de réseaux de contacts dans le monde entier ainsi que de renseignements à jour sur les marchés qui peuvent vous faire économiser du temps et de l'argent. Ils peuvent vous ouvrir des portes à l'occasion de missions commerciales et par la participation aux principales foires commerciales et vous présenter aux décideurs d'entreprises du monde entier. Au Canada, ils offrent des colloques, des ateliers et des missions commerciales virtuelles qui peuvent vous aider à explorer de nouveaux marchés et à établir des liens avec d'autres exportateurs.

Numéro sans frais (uniquement en Ontario) :

1-877-46-TRADE

1-877-468-7233

Téléphone : 416-314-8200

Courriel : trade.officer@ontario.ca

Adresse postale :

Ministère des Affaires civiques, de
l'Immigration et du Commerce international :
Division du commerce international et de la
représentation à l'étranger
Direction du commerce international
5^e étage, Édifice Hearst
900, rue Bay, Toronto, ON M7A 2E1

BROCHURES SUR LES EXPORTATIONS DE L'ONTARIO

Outre le guide Exporter ses produits... on se prépare, le Ministère offre également un Guide des ressources en ligne en matière d'exportation, une vaste collection de ressources en ligne sur l'exportation, y compris sur la formation et le perfectionnement des compétences en matière d'exportation, les finances, les douanes et la réglementation, des renseignements sur le marché et bien davantage. Visitez notre site <http://www.ontario.ca/fr/page/apprenez-exporter> pour plus de renseignements.

PROGRAMMES POUR LES EXPORTATEURS AUX ÉTATS-UNIS

Un grand nombre de petites et moyennes entreprises commencent dans un premier temps par exporter aux États-Unis avant de s'attaquer à d'autres marchés internationaux.

Programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF)

Le programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF) est une initiation pratique aux rudiments de l'exportation aux États-Unis. Conçu pour les petites et les moyennes entreprises de l'Ontario, ce programme est idéal pour ceux qui travaillent dans les domaines du marketing, de la vente, de la gestion ou du développement d'entreprise.

Ce programme de deux jours vous permettra de bien comprendre les notions fondamentales de l'exportation aux États-Unis. Il comprend des séances d'information et des visites au poste frontalier de Buffalo et à un entrepôt de traitement de commandes. Ce programme traite de nombreux sujets, dont :

- › la détermination de nouveaux débouchés;
- › la fixation des prix;
- › le choix des agents et des distributeurs;
- › les questions d'ordre bancaire et juridique;
- › l'entreposage et la distribution;
- › le financement des exportations et l'assurance;
- › les procédures de dédouanement;
- › les questions liées à l'immigration;
- › le soutien offert par les gouvernements provincial et fédéral.

Admissibilité et coûts

Pour participer au programme NEEF, votre entreprise doit être prête à exporter, être en affaires depuis au moins un an et fabriquer des produits ou offrir des services en Ontario.

Les frais d'inscription comprennent le transport aller-retour depuis votre point de départ ainsi

que certains repas. Les participants doivent assumer les frais d'hébergement ainsi que tous les frais accessoires.

Séminaires sur les exportations aux États-Unis

Le ministère offre également un séminaire intensif d'une demi-journée sur les rudiments de l'exportation aux États-Unis. Tenu un peu partout en Ontario, ce séminaire présente des séances d'information avec des spécialistes sur les exigences de dédouanement aux États-Unis, les services bancaires accessibles dans ce pays, les questions de fiscalité et d'immigration aux États-Unis et d'autres sujets d'intérêt pour les entreprises ontariennes exportant aux États-Unis.

Pour en apprendre davantage sur nos programmes relatifs aux États-Unis, veuillez communiquer avec :

Ministère des Affaires civiques, de
l'Immigration et du Commerce international
de l'Ontario
Direction du commerce international
Courriel : trade.officer@ontario.ca
Tél. : 416-325-6665

REPRÉSENTANTS POUR LE DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE INTERNATIONAL

Les représentants pour le développement du commerce international du MDEC peuvent offrir une aide axée sur le marché aux exportateurs ontariens en leur fournissant de l'information sur le marché, en les aidant à trouver des partenaires commerciaux potentiels et en les conseillant sur le cadre réglementaire et les exigences en matière d'exportation.

Les services de consultation sur place sont actuellement offerts dans ces pays :

- › Brésil
- › Chili
- › Israël (ouverture en 2016)
- › Mexique

- › ASEAN (couvrant Singapour, la Malaisie, la Thaïlande, les Philippines, l'Indonésie et le Vietnam)
- › Émirats arabes unis

Pour en savoir davantage sur les représentants pour le développement du commerce international du MDEC, veuillez communiquer avec :

Ministère des Affaires civiques, de l'Immigration et du Commerce international de l'Ontario

Direction du commerce international

Courriel : trade.officer@ontario.ca

Tél. : 416-314-8200

Ministère du Développement économique, de l'Emploi et de l'Infrastructure

Les Services consultatifs aux entreprises du ministère du Développement économique, de l'Emploi et de l'Infrastructure épaulent les entreprises à forte croissance dans leur expansion, ici et à l'étranger. Ses bureaux dans le Sud de l'Ontario offrent aux entreprises un accès aux programmes et événements gouvernementaux, un soutien au développement des marchés national et d'exportation, des analyses financières et d'autres outils d'étalonnage en vue d'améliorer la performance des entreprises, de favoriser l'accès au financement des secteurs public et privé et de soutenir l'innovation, les nouvelles technologies et la productivité.

RESSOURCES EN LIGNE

Internet contient une mine de renseignements qui peuvent aider les exportateurs à élargir leurs marchés internationaux.

Banque de développement du Canada

La Banque de développement du Canada offre des services financiers novateurs qui répondent aux besoins des petites et moyennes entreprises d'aujourd'hui. www.bdc.ca

Agence des services frontaliers du Canada

Renseignements essentiels sur les douanes, formulaires officiels et guides pratiques destinés aux exportateurs qui traitent des exigences de déclaration, des permis d'exportation, des certificats, des licences et autres autorisations requises par les ministères.

www.cbsa.gc.ca/export

Entreprises Canada Ontario

Entreprises Canada Ontario offre un portail d'information où les entreprises ontariennes peuvent avoir accès aux programmes et services fédéraux et provinciaux offerts aux entreprises. Vous pouvez y trouver des réponses à toutes vos questions sur le démarrage de votre entreprise d'exportation, sa croissance et sur l'exportation en général.

www.cbo-eco.ca

CanadExport

CanadExport est la source officielle du Canada en matière de nouvelles et de conseils sur le commerce, l'exportation et les possibilités d'investissement dans le monde pour les entrepreneurs qui désirent rivaliser, s'associer et prospérer sur le marché mondial.

<http://www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/canadexport/accueil.jsp>

Corporation commerciale canadienne (CCC)

La CCC se spécialise dans les marchés d'approvisionnement internationaux pour les exportateurs canadiens et fournit des services pour les aider à réaliser des ventes à l'exportation.

www.ccc.ca

Association des transitaires internationaux canadiens (ATIC)

L'Association des transitaires internationaux canadiens représente les membres du secteur des transitaires internationaux canadiens et les aide à fournir des services professionnels de très haute qualité à leurs clients.

www.ciffa.com

Manufacturiers et exportateurs canadiens

L'organisme Manufacturiers et Exportateurs du Canada publie un répertoire en ligne contenant des renseignements détaillés sur les fabricants, les exportateurs et les distributeurs canadiens.

www.cme-mec.ca

Service des délégués commerciaux canadiens

Dans plus de 260 ambassades et consulats canadiens dans 150 pays dans le monde entier, le Service des délégués commerciaux du Canada aide les entreprises à accéder aux marchés d'exportation. À titre de représentants du ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement (MAECD), les délégués commerciaux du Canada peuvent faire des demandes directes de renseignements ou réaliser des enquêtes préalables concernant le marché potentiel d'un produit. Ils peuvent aussi aider à organiser des rencontres avec des chefs d'entreprises locales, des agents ou des partenaires potentiels, des utilisateurs finaux et des ministères durant votre visite sur le marché.

www.tradecommissioner.gc.ca

Ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement (MAECD)

Le ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement, le principal organisme du gouvernement fédéral chargé de la promotion des échanges commerciaux, propose une vaste gamme de programmes et

de services aux exportateurs canadiens à l'étranger et dans les diverses régions du Canada.

<http://www.international.gc.ca/>

EUROPAGES dresse la liste de 2,6 millions de fournisseurs, fabricants et distributeurs européens et internationaux dans son répertoire de commerce interentreprises.

www.europages.co.uk

Exportation et développement Canada

EDC fournit des services de financement, d'assurance et de cautionnement aux exportateurs canadiens ainsi que de l'expertise sur les marchés étrangers.

www.edc.ca

Statistiques sur les exportations

Cette base de données fournit des rapports personnalisés permettant aux utilisateurs d'obtenir des statistiques sur le commerce canadien relativement à plus de 5 000 produits de base, 500 codes industriels normalisés et 200 pays.

<http://www.ic.gc.ca/eic/site/tdo-dcd.nsf/fra/accueil>

Ontario Chamber of Commerce (OCC) – Global Growth Fund

L'OCC propose trois programmes de financement pour aider les petites et moyennes entreprises (PME) à accéder à de nouveaux marchés ou à poursuivre leur expansion sur les marchés existants.

www.occ.ca/programs

Trade Show News

Service Internet gratuit qui fournit de l'information sur les foires commerciales, les conférences et les séminaires, essentiellement aux États-Unis.

www.tsnn.com

EXEMPLES DE FORMULAIRES D'EXPORTATION

L'exportation nécessite de remplir des formulaires publiés par les gouvernements canadien et étrangers et leurs organismes. Aujourd'hui, de nombreux formulaires sont accessibles en ligne. Voici quelques formulaires qui sont fréquemment utilisés au sein de l'ALENA.

Facture commerciale

EXPORT DECLARATION DÉCLARATION D'EXPORTATION

1. Business no. / N° d'entreprise: [R] [M] [I] [M] [I] [M] [I]

2. Export permit/license no. (if applicable) / N° de permis de licence d'exportation (s'il y a lieu): []

3. Exporter information (includes non-resident) - Renseignements sur l'exportateur (y compris les non-résidents)
 Name - Nom: []
 No. and street - N° et rue: [] City - Ville: [] Province/state, country - Province/État, pays: [] Postal/Zip code - Code postal/CP: []

4. Ultimate consignee information - Renseignements sur le destinataire final
 Name - Nom: []
 No. and street - N° et rue: []
 City - Ville: [] Province/state, country - Province/État, pays: [] Postal/Zip code - Code postal/CP: []

5. Country of final destination - Pays de destination finale: []

6. Name of exporting carrier, freight forwarder or consolidator - Nom du transporteur, du transitaire ou du groupeur de marchandises à exporter: []

7. Transportation document no. - N° du document de transport: []

8. Mode of transport from place of exit - Mode de transport à partir du bureau de sortie
 Highway Rail Marine Air Other (specify) []
 Other (specify) []

9(a). Customs proof of report no. - N° de la preuve de déclaration des douanes: []

9(b). Goods inspected by customs - Marchandises inspectées par les douanes: Yes No

10. Vessel name (if applicable) - Nom du bateau (s'il y a lieu): []

11. Date of export (yyyy/mm/dd) - Date d'exportation (aaaa/mm/jj): []

12. Number of packages - N° de colis: [] Type of packages - Genre de colis: []

13. Place of exit - Lieu de sortie: []

14. Exporter reference no. (if applicable) - N° de référence de l'exportateur (s'il y a lieu): []

15. Conveyance identification no. (if applicable) - N° d'identification du moyen de transport (s'il y a lieu): []

16. Origin - Origine: [] Country - Pays: [] Province: []

17. Item description - Description d'article: []

18. HS Commodity Code - Code de marchandises du SH: []

19. City, and unit of measure - Cité et unité de mesure: []

20. Value F.O.B. place of exit - Valeur f.a.b. bureau de sortie: []

21. Currency used for declared value - Devise de la valeur déclarée: []

22. Gross weight - Poids brut: []

23. Total value F.O.B. place of exit - Valeur totale f.a.b. bureau de sortie: []

24. Freight charges to place of exit, estimated if unknown (included in field 20) - Frais de transport jusqu'au bureau de sortie, estimatifs si inconnus (compris dans le champ 20): []

25. If goods are not sold, state reason for export (if applicable) - If a lease or rental, state period - Si les marchandises ne sont pas vendues, motivez l'exportation (s'il y a lieu). S'il s'agit d'une location ou d'un bail, précisez la période: []

26. Customs service provider information (if applicable) - Renseignements sur le fournisseur de services douaniers (s'il y a lieu)
 Name - Nom: []
 No. and street - N° et rue: [] City - Ville: [] Province/state, country - Province/État, pays: [] Postal/Zip code - Code postal/CP: []

27. I hereby certify that the information given above and on the continuation sheets, if any, is true and complete. Je certifie que les renseignements inscrits ci-dessus et sur les feuilles supplémentaires, s'il en est, sont exacts et complets.
 Name of person responsible for completion - Nom de la personne responsable de remplir le formulaire: []
 Company name - Nom de l'entreprise: []
 No. and street - N° et rue: [] City - Ville: [] Province/state - Province/État: [] Postal/Zip code - Code postal/CP: []
 Area code and tel. no. - Indicateur régional et n° de tél.: [] Signature: [] Date: []

28. Status - Statut: Exporter Other/Autre

Lien : <http://cgbpexamprep.com/wp-content/uploads/Chapter-12-part-b.pdf>

Déclaration d'exportation

EXPORT DECLARATION DÉCLARATION D'EXPORTATION

1. Business no. / N° d'entreprise: [R] [M] [I] [M] [I] [M] [I]

2. Export permit/license no. (if applicable) / N° de permis de licence d'exportation (s'il y a lieu): []

3. Exporter information (includes non-resident) - Renseignements sur l'exportateur (y compris les non-résidents)
 Name - Nom: []
 No. and street - N° et rue: [] City - Ville: [] Province/state, country - Province/État, pays: [] Postal/Zip code - Code postal/CP: []

4. Ultimate consignee information - Renseignements sur le destinataire final
 Name - Nom: []
 No. and street - N° et rue: []
 City - Ville: [] Province/state, country - Province/État, pays: [] Postal/Zip code - Code postal/CP: []

5. Country of final destination - Pays de destination finale: []

6. Name of exporting carrier, freight forwarder or consolidator - Nom du transporteur, du transitaire ou du groupeur de marchandises à exporter: []

7. Transportation document no. - N° du document de transport: []

8. Mode of transport from place of exit - Mode de transport à partir du bureau de sortie
 Highway Rail Marine Air Other (specify) []
 Other (specify) []

9(a). Customs proof of report no. - N° de la preuve de déclaration des douanes: []

9(b). Goods inspected by customs - Marchandises inspectées par les douanes: Yes No

10. Vessel name (if applicable) - Nom du bateau (s'il y a lieu): []

11. Date of export (yyyy/mm/dd) - Date d'exportation (aaaa/mm/jj): []

12. Number of packages - N° de colis: [] Type of packages - Genre de colis: []

13. Place of exit - Lieu de sortie: []

14. Exporter reference no. (if applicable) - N° de référence de l'exportateur (s'il y a lieu): []

15. Conveyance identification no. (if applicable) - N° d'identification du moyen de transport (s'il y a lieu): []

16. Origin - Origine: [] Country - Pays: [] Province: []

17. Item description - Description d'article: []

18. HS Commodity Code - Code de marchandises du SH: []

19. City, and unit of measure - Cité et unité de mesure: []

20. Value F.O.B. place of exit - Valeur f.a.b. bureau de sortie: []

21. Currency used for declared value - Devise de la valeur déclarée: []

22. Gross weight - Poids brut: []

23. Total value F.O.B. place of exit - Valeur totale f.a.b. bureau de sortie: []

24. Freight charges to place of exit, estimated if unknown (included in field 20) - Frais de transport jusqu'au bureau de sortie, estimatifs si inconnus (compris dans le champ 20): []

25. If goods are not sold, state reason for export (if applicable) - If a lease or rental, state period - Si les marchandises ne sont pas vendues, motivez l'exportation (s'il y a lieu). S'il s'agit d'une location ou d'un bail, précisez la période: []

26. Customs service provider information (if applicable) - Renseignements sur le fournisseur de services douaniers (s'il y a lieu)
 Name - Nom: []
 No. and street - N° et rue: [] City - Ville: [] Province/state, country - Province/État, pays: [] Postal/Zip code - Code postal/CP: []

27. I hereby certify that the information given above and on the continuation sheets, if any, is true and complete. Je certifie que les renseignements inscrits ci-dessus et sur les feuilles supplémentaires, s'il en est, sont exacts et complets.
 Name of person responsible for completion - Nom de la personne responsable de remplir le formulaire: []
 Company name - Nom de l'entreprise: []
 No. and street - N° et rue: [] City - Ville: [] Province/state - Province/État: [] Postal/Zip code - Code postal/CP: []
 Area code and tel. no. - Indicateur régional et n° de tél.: [] Signature: [] Date: []

28. Status - Statut: Exporter Other/Autre

Lien : <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/b13a.pdf>

Veillez prendre note que ce formulaire doit être rempli en ligne.

Certificat d'origine – ALENA

DEPARTMENT OF HOMELAND SECURITY
U.S. Customs and Border Protection

OMB No. 1651-0098
Exp. 03-31-2012
See back of form for Paperwork Reduction Act Notice.

**NORTH AMERICAN FREE TRADE AGREEMENT
CERTIFICATE OF ORIGIN**
19 CFR 181.11, 181.22

Please print or type

1. EXPORTER NAME AND ADDRESS		2. BLANKET PERIOD	
		FROM	
		TO	
TAX IDENTIFICATION NUMBER:		4. IMPORTER NAME AND ADDRESS	
3. PRODUCER NAME AND ADDRESS			
TAX IDENTIFICATION NUMBER:		TAX IDENTIFICATION NUMBER:	
5. DESCRIPTION OF GOOD(S)		6. HS TARIFF CLASSIFICATION NUMBER	7. PREFERENCE CRITERION
		8. PRODUCER	9. NET COST
		10. COUNTRY OF ORIGIN	

1. I CERTIFY THAT:

- THE INFORMATION ON THIS DOCUMENT IS TRUE AND ACCURATE AND I ASSUME THE RESPONSIBILITY FOR PROVING SUCH REPRESENTATIONS. I UNDERSTAND THAT I AM LIABLE FOR ANY FALSE STATEMENTS OR MATERIAL OMISSIONS MADE ON OR IN CONNECTION WITH THIS DOCUMENT.
- I AGREE TO MAINTAIN AND PRESENT UPON REQUEST, DOCUMENTATION NECESSARY TO SUPPORT THIS CERTIFICATE, AND TO INFORM, IN WRITING, ALL PERSONS TO WHOM THE CERTIFICATE WAS GIVEN OF ANY CHANGES THAT COULD AFFECT THE ACCURACY OR VALIDITY OF THIS CERTIFICATE.
- THE GOODS ORIGINATED IN THE TERRITORY OF ONE OR MORE OF THE PARTIES, AND COMPLY WITH THE ORIGIN REQUIREMENTS SPECIFIED FOR THOSE GOODS IN THE NORTH AMERICAN FREE TRADE AGREEMENT AND UNLESS SPECIFICALLY EXEMPTED IN ARTICLE 411 OR ANNEX 401, THERE HAS BEEN NO FURTHER PRODUCTION OR ANY OTHER OPERATION OUTSIDE THE TERRITORIES OF THE PARTIES; AND
- THIS CERTIFICATE CONSISTS OF PAGES, INCLUDING ALL ATTACHMENTS.

11a. AUTHORIZED SIGNATURE		11b. COMPANY	
11c. NAME (Print or Type)		11d. TITLE	
11e. DATE (MM/DD/YYYY)	11f. TELEPHONE NUMBER	(Voice)	(Facsimile)

CBP Form 434 (04/97)

PAPERWORK REDUCTION ACT NOTICE: This information is needed to carry out the terms of the North American Free Trade Agreement (NAFTA). NAFTA requires that, upon request, an importer must provide CBP with proof of the exporters written certification of the origin of the goods. The certification is essential to substantiate compliance with the rules of origin under the Agreement. You are required to give us this information to obtain a benefit.

The estimated average burden associated with this collection of information is 15 minutes per respondent or recordkeeper depending on individual circumstances. Comments concerning the accuracy of this burden estimate and suggestions for reducing this burden should be directed to U.S. Customs and Border Protection, Information Services Branch, Washington, DC 20229, and to the Office of Management and Budget, Paperwork Reduction Project (1651-0098), Washington DC 20503.

NORTH AMERICAN FREE TRADE AGREEMENT CERTIFICATE OF ORIGIN INSTRUCTIONS

For purposes of obtaining preferential tariff treatment, this document must be completed legally and in full by the exporter and be in the possession of the importer at the time the declaration is made. This document may also be completed voluntarily by the producer for use by the exporter. Please print or type:

FIELD 1: State the full legal name, address (including country) and legal tax identification number of the exporter. Legal taxation number is: in Canada, employer number or import/exporter number assigned by Revenue Canada; in Mexico, federal taxpayer's registry number (RFC); and in the United States, employer's identification number or Social Security Number.

FIELD 2: Complete field if the Certificate covers multiple shipments of identical goods as described in Field #5 that are imported into a NAFTA country for a specified period of up to one year (the blanket period). "FROM" is the date upon which Certificate becomes applicable to the good covered by the blanket Certificate (it may be prior to the date of signing this Certificate). "TO" is the date upon which the blanket period expires. The importation of a good for which preferential treatment is claimed based on this Certificate must occur between these dates.

FIELD 3: State the full legal name, address (including country) and legal tax identification number, as defined in Field #1, of the producer. If more than one producer's good is included on the Certificate, attach a list of additional producers, including the legal name, address (including country) and legal tax identification number, cross-referenced to the good described in Field #5. If you wish this information to be confidential, it is acceptable to state "Available to CBP upon request" if the producer and the exporter are the same, complete field with "SAME". If the producer is unknown, it is acceptable to state "UNKNOWN".

FIELD 4: State the full legal name, address (including country) and legal tax identification number, as defined in Field #1, of the importer. If the importer is not known, state "UNKNOWN"; if multiple importers, state "VARIOUS".

FIELD 5: Provide a full description of each good. The description should be sufficient to relate it to the invoice description and to the Harmonized System (H.S.) description of the good. If the Certificate covers a single shipment of a good, include the invoice number as shown on the commercial invoice. If not known, indicate another unique reference number, such as the shipping order number.

FIELD 6: For each good described in Field #5, identify the H.S. tariff classification to six digits. If the good is subject to a specific rule of origin in Annex 401 that requires eight digits, identify to eight digits, using the H.S. tariff classification of the country into whose territory the good is imported.

FIELD 7: For each good described in Field #5, state which criterion (A through F) is applicable. The rules of origin are contained in Chapter Four and Annex 401. Additional rules are described in Annex 703.2 (certain agricultural goods), Annex 300-B, Appendix 6 (certain textile goods) and Annex 308.1 (certain automatic data processing goods and their parts). **NOTE: In order to be entitled to preferential tariff treatment, each good must meet at least one of the criteria below.**

Preference Criteria

- The good is "wholly obtained or produced entirely" in the territory of one or more of the NAFTA countries as referenced in Article 415. **Note: The purchase of a good in the territory does not necessarily render it "wholly obtained or produced"**, if the good is an agricultural good, see also criterion F and Annex 703.2. (Reference: Article 401(a) and 415)
- The good is produced entirely in the territory of one or more of the NAFTA countries and satisfies the specific rule of origin, set out in Annex 401, that applies to its tariff classification. The rule may include a tariff classification change, regional value-content requirement, or a combination thereof. The good must also satisfy all other applicable requirements of Chapter Four. If the good is an agricultural good, see also criterion F and Annex 703.2. (Reference: Article 401(b))
- The good is produced entirely in the territory of one or more of the NAFTA countries exclusively from originating materials. Under this criterion, one or more of the materials may not fall within the definition of "wholly produced or obtained", as set out in Article 415. All materials used in the production of the good must qualify as "originating" by meeting the rules of Article 401(a) through (d). If the good is an agricultural good, see also criterion F and Annex 703.2. (Reference: Article 401(c))
- Goods are produced in the territory of one or more of the NAFTA countries but do not meet the applicable rule of origin, set out in Annex 401, because certain non-originating materials do not undergo the required change in tariff classification. The goods do nonetheless meet the regional value-content requirement specified in Article 401(d). This criterion is limited to the following two circumstances:
 - The good was imported into the territory of a NAFTA country in an unassembled or disassembled form but was classified as an assembled good, pursuant to H.S. General Rule of Interpretation 2(a), or
 - The good incorporated one or more non-originating materials, provided for as parts under the H.S., which could not undergo a change in tariff classification because the heading provided for both the good and its parts and was not further subdivided into subheadings, or the subheading provided for both the good and its parts and was not further subdivided.**NOTE: This criterion does not apply to Chapters 61 through 63 of H.S. (Reference: Article 401(d))**
- Certain automatic data processing goods and their parts, specified in Annex 308.1, that do not originate in the territory are considered originating upon importation into the territory of a NAFTA country from the territory of another NAFTA country when the most-favored-nation tariff rate of the good conforms to the rate established in Annex 308.1 and is common to all NAFTA countries. (Reference: Annex 308.1)
- The good is an originating agricultural good under preference criterion A, B, or C above and is not subject to a quantitative restriction in the importing NAFTA country because it is a "qualifying good" as defined in Annex 703.2, Section A or B (please specify). A good listed in Appendix 703.2B.7 is also exempt from quantitative restrictions and is eligible for NAFTA preferential tariff treatment if it meets the definition of "qualifying good" in Section A of Annex 703.2. **NOTE 1: This criterion does not apply to goods that wholly originate in Canada or the United States and are imported into either country. NOTE 2: A tariff rate quota is not a quantitative restriction.**

FIELD 8: For each good described in Field #5, state "YES" if you are the producer of the good. If you are not the producer of the good, state "NO" followed by (1), (2), or (3), depending on whether this certificate was based upon: (1) your knowledge of whether the good qualifies as an originating good; (2) your reliance on the producer's written representation (other than a Certificate of Origin) that the good qualifies as an originating good; or (3) a completed and signed Certificate for the goods, voluntarily provided to the exporter by the producer.

FIELD 9: For each good described in field #5, where the good is subject to a regional value content (RVC) requirement, indicate "NC" if the RVC is calculated according to the net cost method; otherwise, indicate "NO". If the RVC is calculated over a period of time, further identify the beginning and ending dates (MM/DD/YYYY) of that period. (Reference: Article 402.1, 402.5)

FIELD 10: Identify the name of the country "MX" or "US" for agricultural and textile goods exported to Canada; "US" or "CA" for all goods exported to Mexico; or "CA" or "MX" for all goods exported to the United States) to which the preferential rate of CBP duty applies, as set out in Annex 302.2, in accordance with the Marking Rules or in each party's schedule of tariff elimination. For all other originating goods exported to Canada, indicate appropriately "MX" or "US" if the goods originate in that NAFTA country, within the meaning of the NAFTA Rules of Origin Regulations, and any subsequent processing in the other NAFTA country does not increase the transaction value of the goods by more than seven percent; otherwise indicate "INT" for joint production. (Reference: Annex 302.2)

FIELD 11: This field must be completed, signed, and dated by the exporter. When the Certificate is completed by the producer for use by the exporter, it must be completed, signed, and dated by the producer. The date must be the date the Certificate was completed and signed.

CBP Form 434 (04/97)(Back)

Lien : <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/b232-fra.pdf>

Faites prospérer votre entreprise en exportant.

Communiquez avec des spécialistes
en exportation de l'Ontario
trade.officer@ontario.ca
1-877-46-TRADE (468-7233)

Ontario.ca/export