

LES ÉTAPES D'UN PROGRAMME D'EXPORTATION RÉUSSI AUX ÉTATS-UNIS

faut présenter un certificat d'origine pour chaque produit. Ce certificat est une déclaration de l'exportateur selon laquelle les biens sont d'origine canadienne ou américaine, conformément aux règles du chapitre 3 de l'Accord.

Pour obtenir des renseignements sur les tarifs douaniers, la période d'élimination et les règles particulières d'origine s'appliquant à votre produit, communiquez avec les Douanes canadiennes ou la Direction des tarifs et de l'accès aux marchés des États-Unis, d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada à Ottawa. De plus, on peut se procurer des certificats d'origine type des Douanes canadiennes et du ministère. Les adresses et numéros de téléphone se trouvent dans la section *Où trouver de l'aide*.

Vous ne devez pas oublier que le Canada et les États-Unis utilisent désormais le système harmonisé de classification tarifaire pour l'établissement des taux de douanes.

À la frontière, les douaniers ont maintenant accès à une banque de données informatisée où sont consignées les règles d'origine applicables à chaque catégorie de produits, ainsi que des renseignements sur les importateurs, les exportateurs et, dans certains cas, la réputation des transporteurs. En cas de doute sur l'information consignée sur le certificat, les agents peuvent demander l'autorisation à l'exportateur de vérifier l'information en visitant ses installations.

Perception

L'exportation suscite souvent des inquiétudes sur la façon de se faire payer entièrement et dans les délais raisonnables. Parmi les modes de paiement des exportations, mentionnons le paiement anticipé, l'encaissement documentaire (avec lettre de crédit par exemple) et le crédit à terme. Le fait que le Canada et les États-Unis soient voisins a pour résultat que les ventes par paiement anticipé ou crédit à terme sont des arrangements plus fréquents que l'utilisation de lettres de crédit, les paiements pouvant être faits facilement par chèque ou transfert bancaire.

L'analyse du crédit est une bonne méthode pour prévenir les problèmes de perception. Votre entreprise peut vérifier le crédit de clients auprès des banquiers, d'autres fournisseurs ou des maisons privées d'analyse de crédit. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) offre des programmes d'assurances qui protègent contre le défaut de paiement d'un acheteur américain. La police d'assurance rembourse jusqu'à 90 p. 100 de la perte assurée. Des frais administratifs variant selon la responsabilité sont perçus pour l'établissement de la police. Les modalités de paiement, la durée du crédit et la solvabilité de l'acheteur sont au nombre des facteurs déterminant le taux de la prime. Si un client refuse de payer, la Société offre des conseils sur la marche à suivre.

Service après-vente

Dans un certain nombre d'industries, les exportateurs canadiens devront prouver leur capacité d'assurer le service après-vente aux États-Unis pour établir leur crédibilité. Ces services peuvent comprendre l'entretien, les réparations, ou même la formation du personnel du client. La capacité de fournir un service après-vente adéquat est souvent un des principaux facteurs dans le choix des fournisseurs. De plus, un bon service après-vente est un atout de vente qui permet de justifier des prix plus élevés.

Il existe trois façons de fournir le service après-vente aux clients américains. Les deux premières façons sont d'utiliser une firme américaine spécialisée ou de demander au distributeur de s'en charger. Dans l'un ou l'autre cas, des investissements seront nécessaires pour former le personnel de la firme chargée du service. Il sera cependant difficile de contrôler la qualité des services fournis à vos clients. La firme que vous choisirez devra donc avoir de l'expérience et une bonne réputation auprès de clients analogues.

La dernière possibilité est d'engager ou de dépêcher du personnel aux États-Unis. Même si cette solution est plus coûteuse que les précédentes, elle permet de maintenir un meilleur contrôle de la qualité du service et d'entretenir des relations plus étroites avec vos clients. Le service direct aide à créer une image