

A titre de référence générale, examinez la carte de « Secteurs de mise en marché typiques », à l'annexe 1. La Manufacturers' Agents National Association (MANA) suggère d'utiliser les territoires qui y sont délimités comme secteurs de mise en marché. Le produit que vous vendez, le type de client et leur nombre dans un secteur donné, de même que le territoire exploité par l'agent commercial sont des facteurs importants à envisager au moment de déterminer l'étendue du territoire initial que l'on essayera d'exploiter. Il n'y a pas de directive toute faite pour fixer l'étendue du premier territoire.

4. Prix

Le prix du produit devrait correspondre au prix rendu aux États-Unis (f. à b. au point le plus près de l'autre côté de la frontière, à destination, ou à la grande ville la plus proche des États-Unis) et être en devises américaines. Il devrait comprendre divers éléments comme la commission de l'agent (calculer une moyenne d'après l'annexe 3), les frais de douanes américains, s'il y a lieu, les frais de dédouanement d'une maison de courtage américaine ainsi que le coût de l'assurance et le fret (l'annexe 5 offre une liste de courtiers en douanes américains). On recommande de souscrire à l'assurance-exportation (prime d'environ 1 %) de la Société pour l'expansion des exportations (SEE) en guise de protection contre les mauvaises créances. Il faut se familiariser avec les deux sortes d'assurance offertes par la SEE aux exportateurs. Soixante-dix pour cent des réclamations payées par la SEE le sont pour non-paiement par des sociétés américaines. La SEE dispose de bureaux dans toutes les grandes villes du Canada.

On trouvera à l'annexe 2, un bon exemple de calcul du prix rendu. On s'en servira pour préparer sa propre feuille de calcul. Ne pas oublier les honoraires d'un courtier en douane américain, réputé, qui facilitera la traversée de la frontière et donnera au produit la chance de parvenir plus rapidement à destination. Vérifiez les frais facturés à un concurrent pour vous assurer que vos intérêts ne seront pas lésés.

5. Calendrier de livraison – D'IMPORTANCE CAPITALE

Beaucoup d'acheteurs américains attachent une grande importance à cet aspect, en particulier les fabricants d'équipement d'origine. De nombreuses usines américaines gardent un minimum de matériel en stock et le fournisseur canadien devra prouver qu'il peut respecter un calendrier d'approvisionnement très serré. Le délai de livraison commence le jour où la commande est reçue.

Certaines agences commerciales sont relativement importantes et proposent l'entreposage du produit fabriqué au Canada. Dans la plupart des cas cependant, le fabricant peut trouver un courtier en douane américain de bonne réputation au point d'entrée (voir annexe 5), à la frontière, ce qui garantira des livraisons faciles et rapides à la nouvelle clientèle.

De nombreuses commissions et associations régionales de transport canadiennes de même que les ministères fédéral et provinciaux des transports vous aideront à trouver le mode de transport le plus économique et le plus efficace vers un marché particulier aux États-unis.

Pour obtenir le meilleur prix possible, on recommande de communiquer avec les sociétés de camionnage habituelles de même qu'avec les commissionnaires.

6. Marking

L'annexe 2 donne des renseignements sur les produits qui échappent aux exigences en matière de marquage, et sur la façon correcte de marquer les produits qui doivent porter la mention *Fabriqué au Canada*.

7. Garantie de la compagnie ou garantie attachée au produit

Cette question revêt également une grande importance quand le produit est vendu par l'entremise d'un agent commercial. L'intermédiaire doit connaître parfaitement les propriétés du produit et les responsabilités que l'entreprise est prête à assumer. Que couvre la garantie? Indiquez-le par écrit dans les dépliants publicitaires ou dans la description technique. Ensuite, expliquez la garantie à l'agent afin que celui-ci ne puisse pécher par exagération.

Les acheteurs d'un nouveau marché poseront beaucoup de questions à l'agent sur les services de contrôle de la qualité de l'entreprise canadienne. Ces services devraient être brièvement décrits dans la présentation du produit.