

SECTION I - IMPORTANCE DE LA GESTION DU TRANSPORT POUR LA VENTE AUX ETATS-UNIS

Le transport est l'un des premiers aspects à prendre en considération, lorsqu'on cherche à pénétrer les marchés américains. S'étant informé des tarifs de fret, des horaires, des documents requis et des services et matériel de transport à sa disposition, l'exportateur éventuel a tous les atouts qu'il lui faut pour préparer une offre propre à lui gagner la clientèle de l'acheteur approché.

Le coût du transport peut être aussi important que tous les autres frais d'entreprise. Les firmes des provinces de l'Atlantique peuvent donc augmenter leur capacité concurrentielle sur le marché américain des exportations :

- en reconnaissant la gestion des services de transport comme un élément important de leurs frais, qu'il leur est possible de maîtriser pour devenir plus concurrentielles et grossir leurs profits;
- en affectant le personnel nécessaire à la gestion de la fonction de transport ou en retenant les services de spécialistes indépendants, qui leur donneront des conseils ou agiront en leur nom, et
- en faisant des recherches soignées et complètes sur les modes de transport accessibles.

A. COUT DU TRANSPORT, EN FONCTION DU PRIX A LA LIVRAISON

Pour se tailler une niche ou conserver leur place sur les marchés américains, les produits des expéditeurs des provinces de l'Atlantique doivent être concurrentiels par leur prix ou par leur qualité, voire à ces deux plans. Peu importe que le prix cité par l'exportateur tienne ou non compte de tous les frais de transport de porte à porte, le coût final supporté par l'acheteur comprend le coût du transport de la marchandise de son point de production à son point d'usage final. En conséquence, le coût du transport peut influencer beaucoup sur la position concurrentielle d'une firme, surtout lorsqu'il représente une proportion assez élevée du prix final du produit à la livraison.

Tout dépendant de la valeur du produit expédié, le ratio du coût du transport au prix final à la livraison peut varier beaucoup. Comme le montre le schéma ci-après, les expéditeurs des provinces de l'Atlantique estiment que le coût du transport peut représenter de 2 p. 100 à 5 p. 100 du prix à la livraison d'articles de grande valeur, tels le matériel électronique de haute technicité, les produits ophtalmiques, le homard et le poisson frais ou surgelé, de 7 p. 100 à 10 p. 100 du prix à la livraison des aliments surgelés et jusqu'à 50 p. 100 de celui des marchandises de moindre valeur, telles les pommes de terre et la mousse de sphaigne.

Les expéditeurs des provinces de l'Atlantique doivent cependant prendre note que, bien que le ratio du coût du transport au prix à la livraison de leurs produits sur les marchés américains puisse être assez faible, la somme de leurs frais annuels de fret peut faire du coût du transport un des principaux postes de dépenses.