

# ÉTATS-UNIS

(CHICAGO ET LE MIDWEST)

*Guide  
de l'exportateur canadien*

STOP  
MAIN  
HF  
1010  
G85U6114  
1985  
STORAGE



Affaires extérieures  
Canada

External Affairs  
Canada

# ÉTATS-UNIS

*(Chicago et le Midwest)*

*Guide  
de l'exportateur canadien*

(Also available in English)

# ÉTATS-UNIS

(Chicago et le Midwest)

MAIN  
HF  
1010  
G85U6114  
1985  
STORAGE

## Guide de l'exportateur canadien

### DÉLÉGATION COMMERCIALE RESPONSABLE:

Section commerciale  
Consulat général du Canada  
310 South Michigan Avenue, 12th Floor  
Chicago, IL 60684-4295  
U.S.A.

Tél: (312) 427-1031  
Telex: 00254171 (DOMCAN CGO)

### TERRITOIRE:

Illinois, Missouri, Wisconsin; comtés de Lake,  
La Porte, Newton, Porter et Jasper, en Indiana;  
Kansas City (Kansas).

### RENSEIGNEMENTS:

Direction générale de l'expansion du commerce et  
de l'investissement aux États-Unis (UTD)  
Ministère des Affaires extérieures  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

Tél: (613) 993-5725  
Telex: 053 2745

**LIBRARY / BIBLIOTHÈQUE**  
**DEPT. OF EXTERNAL AFFAIRS /**  
**MINISTÈRE DES AFFAIRES EXTERIEURES**

janvier 1985

125 SUSSEX  
**LIBRARY DEPT. OF EXTERNAL AFFAIRS**  
**OTTAWA, K1A 0G2**  
**MINISTÈRE DES AFFAIRES EXTERIEURES**



Affaires extérieures  
Canada

External Affairs  
Canada



# TABLE DES MATIÈRES

I.	RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX . . . . .	4
II.	ÉCONOMIE ET INDUSTRIE . . . . .	7
III.	VENDRE DANS LE TERRITOIRE DE CHICAGO . . . . .	17
IV.	SERVICES AUX EXPORTATEURS . . . . .	24
V.	DOCUMENTS ET RÈGLEMENTS DOUANIERS . . . . .	26
VI.	VOTRE VOYAGE D'AFFAIRES DANS LE TERRITOIRE DE CHICAGO . . . . .	43
VII.	ADRESSES UTILES . . . . .	46
VIII.	STATISTIQUES . . . . .	50

---

# I. RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

---

## Le marché

(\*Recensement de 1980; \*\* Estimation de 1981)

### Illinois

Superficie: 146 322 km<sup>2</sup>

Population: 11 462 000 habitants\*\*

Capitale: Springfield (99 637 habitants)\*

Principal centre commercial: Chicago  
(3 005 072 habitants)\*

Revenu par habitant: 11 479 \$\*\*

Principales industries: fabrication, commerce de gros et de détail, finances, assurances, immobilier, agriculture, services

Principaux produits manufacturés: machines, équipement électrique et électronique, aliments, métaux de première transformation et métaux ouvrés, produits chimiques, imprimés et édition.

### Missouri

Superficie: 180 486 km<sup>2</sup>

Population: 4 941 000 habitants\*\*

Capitale: Jefferson City (33 619 habitants)\*

Principaux centres commerciaux: St. Louis  
(453 085 habitants)\*;  
Kansas City (448 159 habitants)\*

Revenu par habitant: 9 876 \$\*\*

Principales industries: agriculture, fabrication, aérospatiale, tourisme.

Principaux produits manufacturés: matériel de transport, produits alimentaires et connexes, matériel électrique et électronique.

## Wisconsin

Superficie: 145 439 km<sup>2</sup>

Population: 4 742 000 habitants\*\*

Capitale: Madison (170 616 habitants)\*

Principal centre commercial: Milwaukee  
(636 212 habitants)\*

Revenu par habitant: 10 056 \$\*\*

Principales industries: fabrication, commerce, services, gouvernement, transports, communications, agriculture, tourisme.

Principaux produits manufacturés: machines, produits alimentaires, métaux ouvrés, matériel de transport, produits du papier et du bois.

## Géographie

Le sol des vastes plaines de l'Illinois compte parmi les plus fertiles du monde. En outre, de basses terres fertiles et des collines ondulantes donnent du relief, au Wisconsin. Les fleuves Missouri et Mississippi traversent le territoire.

## Climat

Le climat est varié et changeant; on note quelques grosses chutes de neige en hiver ainsi que des températures extrêmement chaudes et humides accompagnées d'orages violents et de tornades en été.

## Transport

Montréal, Toronto, Winnipeg, Calgary, Edmonton et Vancouver sont reliés à l'aéroport O'Hare de Chicago par vols directs. Le service aérien est également assuré entre Chicago et d'autres villes de la région mais il faut tenir compte du fait qu'en hiver, les vols vers ces petites villes sont souvent retardés.

## Heure locale

Tout le territoire est à l'heure du Centre soit une heure de retard sur l'heure de l'Est pendant toute l'année.

## Poids et mesures : électricité

Les mesures américaines qui diffèrent des mesures canadiennes sont les suivantes :

1 chopine américaine	16 onces liquides	473,1 ml
1 pinte américaine	32 onces liquides	946,2 ml
1 gallon américain	128 onces liquides	3,8 litres
1 gallon impériale	1,2 gallon (É-U.)	4,5 litres

Pour l'usage habituel, ménager ou autre, le courant alternatif de 115 volts, 60 cycles est utilisé.

## Jours fériés

**Jour de l'An** — 1<sup>er</sup> janvier

**Anniversaire de Martin Luther King** — 15 janvier

**Anniversaire de Washington** — troisième lundi de février

**Memorial Day** — dernier lundi de mai

**Fête de l'Indépendance** — 4 juillet

**Fête du Travail** — premier lundi de septembre

**Jour de Christophe Colomb** — deuxième lundi d'octobre

**Journée des Anciens Combattants** — 11 novembre

**Jour de l'Action de Grâce** — quatrième jeudi de novembre

**Noël** — 25 décembre

**Note :** En outre, vous feriez bien de vous enquérir auprès de la division commerciale du consulat général du Canada à Chicago des jours fériés locaux, puisque ceux-ci pourraient influencer sur vos projets de visite.

Le consulat général observe 11 congés fériés, dont certains congés canadiens et certains congés américains.

---

## II. ÉCONOMIE ET INDUSTRIE

---

### Aperçu

Le consulat général du Canada à Chicago s'occupe d'un territoire comprenant trois États, à savoir l'Illinois, le Wisconsin et le Missouri. Cette région, où vivent plus de 21 millions d'habitants, est située au cœur du Midwest américain et demeure l'une des plus importantes au point de vue économique aux États-Unis.

L'économie diversifiée de cette région repose sur trois piliers : l'agriculture, l'industrie lourde et les services. C'est dans cette région que se trouvent la plus grande concentration de petites et moyennes entreprises manufacturières, le principal centre de transport et de distribution et le deuxième centre financier en importance des États-Unis. Cette région est également un chef de file en matière d'exportation et jouit d'un excédent commercial avec de nombreux pays, dont le Canada. En 1982, les exportations canadiennes à destination de ce territoire se sont chiffrées à 4,107 milliards de dollars canadiens, tandis que les importations totalisaient 4,514 milliards de dollars canadiens. Environ 10 % de la population américaine vit dans ces trois États qui interviennent pour près de 15 % du PNB américain. Le Wisconsin et le Missouri sont moins fortement industrialisés que l'Illinois, mais ont tous deux une activité manufacturière très importante, plus particulièrement dans les secteurs de l'automobile et du camion, des produits chimiques, du matériel électrique et des produits aérospatiaux. À titre d'exemple de cette vigueur et de cette diversité, il convient de souligner que plus de 130 entreprises manufacturières américaines ouvertes y ont établi leur siège social et que plus de 400 entreprises de cette région sont financées par des capitaux canadiens.

### Illinois

L'Illinois est sans contredit le plus vaste et le plus important État de cette région, et Chicago domine l'Illinois comme centre démographique et financier. D'autre part, il se tient à Chicago plus de foires

commerciales et de congrès que partout ailleurs, de nombreuses associations nationales y ont établi leur siège social, et on y trouve un grand nombre de collèges et universités de réputation nationale.

Les deux tiers du PNB américain sont générés dans un rayon de 500 milles de la région commerciale de l'Illinois, et l'État se classe au deuxième rang après New York comme lieu d'établissement du siège social des sociétés inscrites sur la liste *Fortune 500*, en grande partie à cause de son emplacement ainsi que des facilités de transport et des avantages commerciaux qu'il offre.

L'Illinois est au cœur du principal marché industriel américain, et il se classe au deuxième rang comme marché de consommation, et au quatrième rang comme marché de vente au détail.

En 1981, près de 17 000 sociétés exploitaient des usines dans cet État, et leurs recettes brutes se sont élevées à plus de 41,3 milliards de dollars, soit près de 27 % du produit total brut de l'État. Les principales industries en Illinois sont les métaux de première et de deuxième transformations, l'équipement agricole et industriel, l'équipement et les appareils électriques, les composants électriques, l'équipement de conditionnement des aliments et le matériel d'impression. L'Illinois est le premier fabricant américain d'appareils, d'équipement ferroviaire et téléphonique, de radios et de téléviseurs, d'outils et de matrices, de bonbons, de produits de beauté, d'aliments en conserve et congelés, et de médicaments. Il est l'un des principaux producteurs d'acier, de machinerie lourde et d'objets en verre.

L'agriculture est extrêmement importante en Illinois. En 1981, le revenu agricole brut s'est chiffré à 8 807 millions de dollars, tandis que les dépenses annuelles de production au titre des aliments pour animaux, des semences, de l'engrais, du bétail, de la main-d'œuvre et de l'intérêt couru sur la dette agricole se sont élevées à près de 8 050 millions de dollars en 1982. L'Illinois s'est classé au quatrième rang des États américains, avec un revenu agricole net de 1 638 millions de dollars. Les principales activités agricoles sont la culture du soja et du maïs, la production laitière et l'élevage du porc.

Certaines grandes mutations ont transformé l'économie régionale que l'Illinois domine, notamment d'importants ajustements dans les secteurs de l'acier, de la machinerie agricole et de l'automobile qui avaient toujours fait la force de l'économie de la région et été la source d'un grand nombre d'emplois. La récession de 1981-1982 a été plus durement ressentie par ces industries qui ont mis plus de temps à s'en remettre car la demande de biens d'équipement dont elles dépendaient en partie n'a pas suivi la relance générale. Toutefois, selon des données à jour, il semblerait que l'économie du Midwest ait franchi le creux de la vague. On prévoit que la reprise sera soutenue et que les secteurs pharmaceutique, électronique et des services, qui sont en pleine expansion, deviendront de plus en plus importants.

Il convient de souligner que les marchés internationaux jouent un rôle important dans l'économie de l'État. En effet, l'Illinois est le principal exportateur américain de produits agricoles. Il se classe au quatrième rang pour les exportations de produits finis, et au troisième rang pour l'ensemble de ses exportations, dont la valeur a dépassé 20,6 milliards de dollars en 1980.

Plus de 60 gouvernements étrangers ont des bureaux de représentation dans l'Illinois, ce qui confirme l'importance de cet État comme intervenant sur les marchés internationaux.

### **Wisconsin**

L'économie du Wisconsin repose sur un secteur manufacturier bien établi, une production agricole solide et une importante industrie récréative et forestière.

Le Wisconsin est situé à proximité des principaux marchés canadiens et américains. Près du tiers de la population américaine vit dans un rayon de 800 km de la capitale, Madison.

Le secteur manufacturier domine l'économie du Wisconsin : il intervient pour 29 % des emplois et pour des exportations évaluées à plus de 43 milliards de dollars (1978), soit près de 3 % du total américain. Les exportations de produits manufacturés sont évaluées à plus de 2,2 milliards de dollars (1977). Il y a plus de 500 000 emplois dans ce secteur au Wisconsin.

Les bases de cet important secteur ont été jetées au 19<sup>e</sup> siècle, pour répondre aux besoins grandissants des industries forestière, minière et agricole du Midwest. La ville de Milwaukee est devenue le principal centre de production de machines non électriques, qui est à l'heure actuelle la principale industrie manufacturière du Wisconsin. Cet État domine la production de moteurs à essence de faible puissance, de grues mécaniques, de palans, de machines pour l'extraction minière et d'autres types d'équipement industriel. D'autres groupes industriels ont pris leur essor, notamment l'équipement et les machines électriques, le matériel de transport, les métaux ouvrés, les métaux de première transformation, le papier et les produits connexes, ainsi que le conditionnement des aliments. L'activité manufacturière est surtout concentrée dans les régions du sud-est et du centre-est de l'État. La production de machines est localisée dans les comtés de Milwaukee, Waukesha et Racine. Le papier est le principal produit fabriqué dans la région appelée Fox Valley, située dans la partie supérieure de l'État.

L'agriculture est également un élément important de l'économie du Wisconsin. Les rentrées de trésorerie du secteur agricole ont totalisé 4,9 milliards de dollars en 1981. À titre d'exemple, les produits laitiers représentent près de 60 % des revenus des agriculteurs. Longtemps appelé le « Dairyland » de l'Amérique, le Wisconsin est le premier producteur américain de lait, de fromage et de nombreux produits laitiers condensés et déshydratés. Sa deuxième source de revenu (environ 20 %) provient de la vente de bœuf, de veau, de porc, d'œufs et d'autres animaux sur pied et volailles. Le Wisconsin est doté d'une industrie de conditionnement et d'emballage de la viande assez importante. Les cultures commerciales, notamment les légumes destinés à l'industrie alimentaire, constituent la troisième source de revenu du secteur agricole. Ces dernières années, l'utilisation accrue de l'irrigation a permis un accroissement des cultures maraîchères en terrain sablonneux dans le centre de l'État. À l'heure actuelle, le Wisconsin est l'État qui consacre le plus d'hectares à la culture maraîchère pour les fins de l'industrie alimentaire.

Outre l'industrie et l'agriculture, le Wisconsin possède de nombreux attraits touristiques. Les activités récréa-

tives, les voyages et les loisirs représentent une part importante de l'économie du Wisconsin.

Situé à 3 200 km de l'océan Atlantique, le Wisconsin est relié aux marchés internationaux par la Voie maritime du Saint-Laurent. Parmi les nombreux ports de l'État, les plus importants sont ceux de Milwaukee, sur le lac Michigan, et de Duluth-Superior, sur le lac Supérieur. Les principaux aéroports sont ceux de Mitchell Field à Milwaukee et de Dane County (Truax Field) à Madison.

## Missouri

Le Missouri est véritablement au cœur de l'Amérique car il est à la fois le centre démographique et le centre géographique de l'Amérique continentale. Que vous vendiez des produits industriels, des articles de détail ou des services au consommateur, vous aurez, à partir du Missouri, rapidement accès à une grande partie de votre clientèle. Grâce à toute la gamme des services de transport du Missouri, il est possible de desservir de manière efficace et rentable les marchés nationaux et internationaux. Le Missouri est arrosé par les fleuves Mississippi et Missouri, possède les deuxième et troisième centres d'échange du matériel roulant en importance aux États-Unis, deux aéroports internationaux, plus de 15 aéroports régionaux et commerciaux, et est sillonné par six autoroutes « interstate » : il a une vocation commerciale et industrielle indéniable.

Le Missouri peut être qualifié par un mot : diversité. Son paysage, sa population, son économie, les loisirs qu'il offre sont très variés, presque à l'image de la population américaine dans son ensemble.

Au Missouri, un travailleur sur quatre travaille dans le secteur manufacturier, qu'il s'agisse de la fabrication de pipes à même des épis de maïs ou de produits de l'aérospatiale. L'agriculture est également importante pour l'économie, les principaux produits écoulés sur le marché étant le bétail, le soja, le maïs et le coton. Enfin, l'extraction minière et le tourisme rapportent des revenus considérables.

Le Missouri possède une base manufacturière hautement diversifiée, et les principaux produits ouverts sont les machines, les automobiles, les camions et les avions militaires. Viennent ensuite les produits alimentaires, les produits chimiques, l'équipement

électrique et les vêtements. La plupart des industries sont situées à St. Louis et à Kansas City. Ces villes interviennent respectivement pour près de la moitié et du cinquième des emplois au Missouri dans le secteur secondaire. Les trois grands fabricants d'automobiles américains y exploitent des chaînes d'assemblage. Abstraction faite du gouvernement, le principal employeur au Missouri est la société McDonnell Douglas, qui fabrique des avions de chasse et des produits aérospatiaux. C'est là qu'ont été fabriquées les capsules spatiales Mercury et Gemini et que sont actuellement fabriqués les chasseurs CF 18/A commandés par les Forces armées canadiennes.

C'est à St. Louis qu'est située la plus grande fabrique de bière au monde, celle d'Anheuser-Busch. Sont également fabriqués à St. Louis des produits chimiques, des métaux de première transformation, des métaux ouvrés, des machines non électriques, de l'équipement électrique, des chaussures, des vêtements, et des objets en verre, en argile et en pierre.

Bien que le secteur agricole vienne au second rang après le secteur manufacturier comme principale source d'emplois, le Missouri se classe au neuvième rang des États tirant des revenus de l'agriculture, avec des produits comme le maïs, le blé et le bétail. La principale culture commerciale est le soja, qui intervient pour plus de la moitié des revenus agricoles de l'État. Le Missouri est le quatrième producteur national de soja et le septième producteur national de maïs et de sorgho. La vente de bétail et de produits d'origine animale intervient pour plus de la moitié des revenus agricoles. Le Missouri se classe au quatrième rang pour le porc, au cinquième pour le dindon, au neuvième pour les bovins et au dixième pour les produits laitiers.

## Industrie et commerce dans les grandes villes

Chicago — La région métropolitaine de Chicago a une économie très diversifiée dont les principaux secteurs sont la fabrication de machines, l'ouvrage des métaux, le matériel de transport, les produits alimentaires, les produits chimiques, les fournitures médicales et l'équipement scientifique. Le produit brut de

la région métropolitaine de Chicago est de 120,1 milliards de dollars, soit 4,1 % du PNB américain.

Voici d'autres données importantes : le chiffre d'affaires des 15 026 entreprises manufacturières de Chicago est supérieur à 70 milliards de dollars; le chiffre d'affaires des 51 399 détaillants de la région métropolitaine a dépassé 35,8 milliards de dollars en 1981; le chiffre d'affaires des 14 012 grossistes de la région métropolitaine a été supérieur à 74,4 milliards de dollars en 1977; les 62 765 entreprises du secteur des services de la région ont eu un chiffre d'affaires de 8,9 milliards de dollars en 1977. Ajoutons les points d'intérêt suivants : le Midwest Stock Exchange; le principal marché céréalier à terme au monde; le Chicago Board of Trade; le Mercantile Exchange; le Mid America Commodity Exchange; l'aéroport O'Hare le plus gros et le plus achalandé au monde, où transitent annuellement 828 530 tonnes de marchandises et de courrier.

**Le Chicago Convention and Tourism Bureau/McCormick Place** : il y a, chaque année, à Chicago, plus de 650 congrès et 180 foires commerciales qui attirent 2,5 millions de visiteurs et rapportent plus d'un milliard de dollars à la ville.

**Le McCormick Place** est le lieu privilégié des foires commerciales. Il s'agit d'un centre de plusieurs niveaux dont la construction a coûté 100 millions de dollars et dont la superficie « de premier choix » réservée aux expositions et aux conférences est de 108 000 m<sup>2</sup>.

La plupart des foires commerciales qui se déroulent à Chicago sont d'envergure nationale et bon nombre ont un caractère international. Des sociétés étrangères, dont un grand nombre de

sociétés canadiennes, participent à ces foires, ce qui en confirme l'importance comme moyen pour les fournisseurs d'établir leur crédibilité non seulement sur le marché américain mais sur les marchés mondiaux. De nombreux exposants canadiens profitent des programmes d'aide qui leur sont offerts et tiennent des expositions solo ou s'intègrent à un stand canadien. Parmi les foires auxquelles les Canadiens ont participé en grand nombre, il y a le National Restaurant Association Show, le Consumer Electronics Show, le National Housewares Exposition, le National Sporting Goods Association Show et le Marine Trades Exhibit and Conference.

Le **Merchandise Mart** : c'est le plus vaste centre d'achat en gros des États-Unis et l'un des plus actifs. D'une superficie de 585 000 m<sup>2</sup> ce centre comprend le Merchandise Mart, l'Apparel Center et l'Expo Center/Chicago.

Lieu d'affaires de plus d'une douzaine d'industries, le **Mart Center** constitue une plate-forme commerciale unique pour l'industrie de l'ameublement résidentiel, l'industrie de l'ameublement commercial et des systèmes de bureau, l'industrie du recouvrement des planchers, l'industrie du vêtement, l'industrie du cadeau et, plus récemment, l'industrie des produits commerciaux. Le Mart Center accueille, chaque année, 22 marchés saisonniers et 40 foires commerciales, qui attirent des centaines de milliers d'acheteurs. Le département américain du Commerce estime que le Mart Center est le point de départ de ventes au détail totalisant plus de 30 milliards de dollars par an dans le Midwest.

Kansas City — La ville de Kansas City est souvent appelée la capitale mondiale de l'ali-

mentation; en 1981, les ventes de produits agricoles ont atteint 7,5 milliards de dollars. Les principaux employeurs sont le gouvernement américain, TWA, General Motors, Bendix, Hallmark Cards et Western Electric. Kansas City figure parmi les cinq premières villes américaines pour ce qui est de la production de farine et de la capacité d'engrangement des silos. Elle se classe au premier rang pour la superficie de sa zone franche et pour ses installations souterraines d'entreposage.

Total des ventes au détail en 1981 : plus de 8 milliards de dollars. Kansas City est au cœur d'une zone métropolitaine de sept comtés et est l'un des principaux centres ferroviaires des États-Unis.

St. Louis — Usines des sociétés Ford, GM et Chrysler; vient immédiatement après Detroit comme fabricant d'automobiles et de camions. Siège social du fabricant de l'aérospatiale McDonnell Douglas; de Interco, le plus grand fabricant de souliers aux États-Unis; de Anheuser-Busch, premier brasseur au monde; de Monsanto, General Dynamics, Ralston-Purina, Pet Inc., Chromalloy American, Consolidated Aluminum, Emerson Electric, Brown Group; 3 215 entreprises de fabrication emploient 224 300 travailleurs (premier trimestre de 1982); se classe au dixième rang pour ce qui est des sociétés inscrites sur la liste *Fortune 500*; ventes au détail de 10,1 milliards de dollars (région métropolitaine — 1981); deuxième centre ferroviaire en importance aux États-Unis.

Milwaukee — Se classe au quinzième rang aux États-Unis pour ce qui est du volume de la production industrielle — plus de 9 milliards de dollars (1981); 29 % des travailleurs sont employés dans

le secteur manufacturier; important producteur américain de moteurs diesel et à essence, de moteurs hors-bord, de motocyclettes, de tracteurs, de cadenas; grand producteur d'équipement électrique, d'équipement minier et de machines pour la construction; les arts graphiques et l'industrie alimentaire sont les principaux employeurs dans le domaine des biens de consommation non durables; 10 entreprises figurant sur la liste *Fortune 500* y ont leur siège social.

---

### III. VENDRE DANS LE TERRITOIRE DE CHICAGO

---

#### Possibilités offertes aux fabricants canadiens

Malgré les ventes déjà imposantes de produits canadiens, des possibilités énormes s'offrent aux exportateurs et aux nouveaux produits canadiens. Les acheteurs américains s'intéressent vivement à tout article pouvant concurrencer quant à la qualité, l'originalité et le prix établi par le fabricant. Bien des fournisseurs actuels sont situés dans des endroits plus éloignés du marché que certains de leurs concurrents possibles.

Ce territoire, composé de trois États, se situe au cœur même des États-Unis. En plus d'être la troisième ville américaine en superficie, Chicago reçoit plus de convois ferroviaires que toute autre ville, et son aéroport commercial O'Hare est le plus affairé au monde.

#### La réputation du Canada

Les fournisseurs canadiens peuvent tirer avantage du fait que bon nombre d'entreprises américaines ne considèrent pas les produits canadiens comme étrangers et que, par conséquent, elles achètent et facturent la marchandise canadienne par l'entremise de leurs services d'achats intérieurs. Grâce à la proximité du Canada et aux relations entre personnes et sociétés, les coûts de transport peuvent être compétitifs et la livraison plus rapide, ce qui incite certaines entreprises à acheter des produits canadiens aux mêmes conditions que pour leurs fournisseurs américains. Ce qui ne veut pas dire, toutefois, que les Canadiens ne doivent pas faire tous les efforts de commercialisation possibles pour faire accepter leurs produits, en misant sur le design et la qualité.

Avant de vendre aux États-Unis, les entreprises canadiennes devraient:

- 1) être prêtes à faire affaires sur une base permanente;
- 2) chercher à créer une impression favorable dès le premier abord, même si cette considération peut sembler moins importante au Canada; et
- 3) faire les offres de prix, livrer les marchandises et relancer les acheteurs avec autant de dynamisme et de promptitude que leurs concurrents américains.

## Démarches initiales

La meilleure façon de vous présenter est d'effectuer une visite personnelle. Vous pouvez par la suite désigner un représentant ou un distributeur, mais les gros acheteurs veulent ordinairement rencontrer leurs fournisseurs au départ.

Bien souvent, il n'est pas nécessaire de prendre rendez-vous avec les acheteurs, mais il est généralement préférable, par politesse, de commencer par rencontrer le directeur des achats ou son équivalent et, par son entremise, de faire la connaissance de ceux qui prennent les décisions. Il convient aussi, en pareil cas, de prévenir l'intéressé de votre visite.

Il importe de faire une présentation complète de vos produits dès la première visite. Vous devez présenter vos documents, les spécifications, les échantillons si possible et tous les renseignements sur les prix, la livraison et le contrôle de la qualité, dont l'acheteur a besoin pour évaluer vos possibilités et les comparer à celles de ses fournisseurs habituels. Beaucoup d'acheteurs tiennent des fiches à jour sur leurs fournisseurs. Le client sera favorablement impressionné si, à votre première visite, vous lui présentez un résumé contenant les renseignements suivants:

- vos nom, adresse et numéro de téléphone
- les nom, adresse et numéro de téléphone de votre représentant local si vous en avez un
- la date de fondation de votre entreprise
- les dimensions de votre usine
- le nombre de vos employés
- vos principaux produits
- l'emplacement de votre usine

- une description de vos moyens de production et de votre outillage
- une description de vos moyens et méthodes de contrôle de la qualité
- les moyens de transport disponibles
- le volume approximatif de vos ventes annuelles
- une liste représentative de vos clients et
- votre solvabilité.

Avant de visiter ce territoire, toutefois, nous vous suggérons d'écrire au consulat général du Canada à Chicago pour obtenir des informations préliminaires sur les possibilités de faire affaire dans cette région. Votre lettre, adressée au Consulat général du Canada, Division commerciale, Suite 1200, 310 South Michigan Avenue, Chicago, Illinois 60604-4295, devrait contenir les renseignements suivants:

- 1) un résumé de votre expérience du marché de ce territoire;
- 2) le réseau de distribution que vous avez l'intention d'exploiter;
- 3) vos prix f.o.b. à votre usine et également c.a.f. à Chicago ou à un point d'entrée américain;
- 4) les délais de livraison à compter de la réception d'une commande;
- 5) la garantie offerte; et
- 6) la commission versée au représentant du fabricant ou l'échelle des remises (en pourcentage) accordées au distributeur.

## Visites réciproques

Nombreux sont les services d'achats qui examinent sur place les installations de leurs nouveaux fournisseurs avant de conclure une entente permanente. Si les clients ne suivent pas cette pratique, il est de bonne stratégie commerciale de les inviter.

## Relance de la première visite

Les acheteurs américains s'attendent à des visites plus fréquentes que leurs homologues canadiens (jusqu'à une visite par quinzaine durant les périodes les plus actives de l'année). Certaines entreprises canadiennes n'ont pas un personnel de vente suffisamment nombreux pour s'acquitter d'un aussi grand nombre de visites, mais il est possible de résoudre le problème en nommant un représentant ou en vendant

par l'entremise de courtiers, de revendeurs ou de distributeurs, selon les circonstances.

## Prix

Le vendeur doit établir deux prix fermes: à l'usine ou à l'entrepôt de l'acheteur ou à un point d'entrée aux États-Unis, et f.a.b. à son usine canadienne, sans les taxes de vente et d'accise. Indiquez toujours vos prix en devises américaines, sauf s'il vous est expressément demandé de ne pas le faire. Le prix de la marchandise livrée doit comprendre les frais de transport, les droits de douane américains (le cas échéant), les frais de courtage et l'assurance. Les offres doivent être présentées de la même façon que celles des fournisseurs américains. On ne peut s'attendre à ce que l'acheteur soit au courant de toutes les questions des droits de douane ou des autres questions liées au commerce international: c'est là la responsabilité exclusive de l'exportateur et une des exigences des transactions internationales.

Il se peut que les exportateurs canadiens ne jouissent pas du privilège de réviser les prix initiaux comme ils en ont l'habitude dans leur pays. C'est que les acheteurs américains doivent souvent travailler en fonction de délais d'achats et de prix cibles beaucoup plus serrés. Ils peuvent être contraints de considérer la première offre comme définitive.

## Représentant du fabricant

Le représentant ou le vendeur à commission est plus généralement employé comme intermédiaire aux États-Unis qu'au Canada. Les représentants les plus compétents se distinguent par leur éducation, leur formation et leur expérience. Ils connaissent leurs clients et rendent visite périodiquement non seulement aux acheteurs, mais aussi aux ingénieurs, aux concepteurs et aux agents de contrôle de la qualité. Le recours aux représentants offre les avantages suivants: économie, relations plus suivies (et parfois para-professionnelles) avec les acheteurs, et rapidité d'intervention pour résoudre les problèmes possibles. Le consulat général du Canada à Chicago tient à jour des fiches sur la majorité des représentants dans son territoire commercial, et son personnel est souvent en mesure de donner des conseils utiles aux fabricants canadiens.

## Livraison

Il faut que la livraison réponde aux attentes du client, qui peut être extrêmement exigeant. De nombreuses usines américaines travaillent avec des réserves de matériel qui s'épuisent en l'espace d'un ou deux jours, et un retard de quelques heures peut les forcer à fermer. Si l'on ne respecte pas les délais de livraison, on peut être sûr de ne pas obtenir de nouvelles commandes.

## Le marché du matériel de défense

L'accès au marché américain du matériel de défense est facilité par les Accords canado-américains de partage du développement et de la production du matériel de défense, en vertu desquels des produits canadiens peuvent être importés en franchise aux États-Unis sans être soumis aux restrictions du « Buy America Act ». Les acheteurs locaux évaluent donc les soumissions des sociétés canadiennes selon la même formule de prix-qualité-livraison qu'ils appliquent aux fournisseurs américains.

Le Midwest est loin de rivaliser avec les régions de l'est ou de l'ouest du pays pour ce qui est de la concentration de services d'approvisionnement du ministère de la Défense ou de sièges des grands fournisseurs. Néanmoins, les entreprises du Midwest reçoivent chaque année des contrats de matériel de défense d'une valeur de plus de 7 milliards de dollars.

Trois grands commandements de l'armée américaine chargés des achats ont leurs quartiers généraux dans cette région:

1. Le *U.S. Army Aviation Systems Command (AVSCOM)* est établi à St. Louis (Missouri). Il est responsable de la conception, de la mise au point et de l'achat d'avions, de l'entretien des pièces détachées et des services de soutien.
2. Le *U.S. Army Troop Support Command (TROSCOM)*, est également établi à St. Louis. Il supervise l'achat du matériel de soutien logistique.
3. Le *U.S. Army Armament, Munitions & Chemical Command (AMCCOM)* est situé à Rock Island (Illinois). Il est responsable de l'achat des munitions, des pièces d'artillerie, des systèmes d'arme pour l'infanterie

et la défense aérienne, des composants de systèmes d'arme et de matériel connexe.

Il convient de noter que la Corporation commerciale canadienne (CCC) reçoit des appels d'offres de l'armée américaine. Les fournisseurs peuvent donc communiquer avec la CCC pour obtenir des renseignements sur ces marchés. Ils peuvent recevoir les appels d'offres directement s'ils sont inscrits sur la liste des fournisseurs des services d'approvisionnement. Cependant, les soumissions doivent être présentées par l'entremise de la CCC.

La ville de St. Louis (Missouri) est le siège social et l'emplacement de la principale usine de fabrication de la société McDonnell Douglas, l'un des plus importants fournisseurs américains de matériel de défense. McDonnell Douglas fabrique également le CF-18 pour les Forces armées canadiennes et coordonne ses activités canadiennes à partir de St. Louis.

De nombreuses filiales importantes de grands fournisseurs dans le domaine de la défense, jouissant d'une autonomie d'achat, sont situées sur le territoire desservi par la mission canadienne, ce qui augmente les chances pour les fabricants canadiens de composants et de systèmes à haute technicité de décrocher des contrats dans le cadre de programmes de défense avancée et de programmes commerciaux connexes. Les firmes canadiennes peuvent pénétrer ce marché:

a) en présentant des soumissions à l'égard des contrats qui sont annoncés par les divers services d'approvisionnement du ministère de la Défense ou qui leur sont communiqués par l'intermédiaire de la CCC;

et b) en vendant leurs produits à des sociétés américaines qui ont décroché d'importants contrats. Le délégué commercial responsable de la défense pourra fournir des renseignements sur les pratiques de soumission et aider les sociétés canadiennes à identifier les sociétés avec lesquelles elles pourraient faire affaire.

Pour obtenir des renseignements sur les ventes au ministère de la Défense des États-Unis et aux fabricants américains de matériel de défense, ou sur l'Accord canado-américain de partage de la production de matériel de défense, prière d'écrire à l'adresse suivante:

Direction des États-Unis (TDU)  
Direction générale des programmes de défense  
Ministère des Affaires extérieures  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

---

## IV. SERVICES AUX EXPORTATEURS

---

### Services bancaires

Six banques canadiennes font des affaires à Chicago. En outre, les divisions internationales des banques de Montréal et de Toronto sont en mesure d'aider les exportateurs.

*Vous trouverez la liste des banques locales qui desservent ce marché au chapitre VII de cette brochure, intitulé « Adresses utiles ».*

### Brevets, marques de commerce et droits d'auteur

On peut obtenir la brochure intitulée *General Information Concerning Patents* en écrivant au Superintendent of Documents, U.S. Government Printing Office, Washington, DC 20302, U.S.A.

**Brevets** — Tout contact avec le Bureau des brevets (*Patent Office*) doit se faire par écrit et toutes les lettres doivent être adressées au Commissioner of Patents, Washington, DC 20231, U.S.A.

Les lois américaines sur les brevets ne font aucune distinction quant à la citoyenneté de l'inventeur. Toutefois, il appartient à ce dernier de présenter une demande de brevet et généralement de signer les documents requis.

La plupart des inventeurs ont recours aux services de mandataires. Le Bureau des brevets publie une liste de tous les mandataires disposés à accepter de nouveaux clients, et ce, par État, ville et pays.

**Marques de commerce** — La marque de commerce est le nom ou le symbole employé pour indiquer la source ou l'origine des marchandises. Elle empêche d'autres personnes d'utiliser la même marque sur des produits identiques, mais non de fabriquer les mêmes produits sans marque de commerce.

La procédure d'enregistrement des marques de commerce et quelques renseignements d'ordre général

sont exposés dans une brochure intitulée *General Information Concerning Trademarks*, qu'on peut obtenir du Bureau des brevets.

**Droits d'auteur** — Le droit d'auteur protège l'œuvre d'un auteur contre tout plagiat; ce droit s'attache aux œuvres littéraires, dramatiques, musicales et artistiques; dans certains cas, la loi confère aussi les droits d'exécution et d'enregistrement. Le droit d'auteur s'applique à la forme d'expression plutôt qu'au contenu.

Les droits d'auteurs sont enregistrés au Bureau des droits d'auteur (*Copyright Office*) de la Bibliothèque du Congrès: **le Bureau des brevets ne s'occupe pas des droits d'auteur**. On peut se renseigner sur les droits d'auteur auprès du Register of Copyrights, Library of Congress, Washington, DC 20540, U.S.A.

## Commission canado-américaine d'arbitrage commercial

Cette commission est souvent citée dans les contrats commerciaux entre sociétés canadiennes et américaines. En cas de différend, la firme canadienne s'en remet tout simplement à la Chambre de commerce du Canada, 1080, côte du Beaver Hall, pièce 712, Montréal (Québec) H2Z 1T2, et la firme américaine, à l'American Arbitration Commission, 140 West 51st Street, New York, NY 10020.

---

# V. DOCUMENTS ET RÈGLEMENTS DOUANIERS

---

## Documents

Toutes les marchandises exportées du Canada vers les États-Unis, y compris les marchandises d'origine américaine retournées, doivent être accompagnées du formulaire d'exportation B-13 des douanes canadiennes. Ce service exige normalement que trois copies du formulaire en question soient présentées au moment de l'exportation. L'une de ces copies est retournée à l'exportateur. Il est bon de noter également que les douanes canadiennes offrent aux sociétés dont le volume d'exportation est élevé la possibilité de produire des déclarations sommaires mensuelles. On peut obtenir des renseignements additionnels concernant ce système, de même que des stocks de formulaires B-13 en s'adressant aux douanes canadiennes.

Généralement, les seuls autres documents exigés pour l'envoi de marchandises aux États-Unis sont le connaissement ou bordereau d'expédition aérienne, et la facture commerciale. Il faut remplir de manière lisible les formulaires et documents requis, de préférence à la machine à écrire. **Ne pas utiliser d'encre rouge.**

*NOTE: Les exportateurs doivent s'assurer que l'information contenue dans les documents présentés à la douane américaine est complète et exacte. Cela facilite le dédouanement des marchandises et élimine la possibilité d'amendes coûteuses.*

### **Connaissement ou bordereau d'expédition aérienne**

Les autorités douanières américaines exigent habituellement un connaissement ou un bordereau d'expédition aérienne dans le cas de marchandises canadiennes, mais elles peuvent accepter le reçu d'expédition si elles sont convaincues qu'aucun connaissement ou bordereau d'expédition aérienne n'a été émis. La douane permet l'entrée ou la mainlevée des marchandises sans connaissement ou bordereau d'expédition

aérienne, sur versement d'un cautionnement égal à une fois et demie la valeur facturée du produit. Dans certains cas, un certificat du transporteur ou un double du connaissement ou du bordereau d'expédition aérienne suffira.

### **Facture**

Quoique toujours acceptable, le formulaire 5515 de la douane américaine n'est plus requis. Chaque envoi doit plutôt être accompagné d'une facture commerciale dûment signée et contenant les renseignements requis (c'est-à-dire essentiellement ceux du formulaire 5515).

La douane américaine n'exige qu'une copie, mais on en présente habituellement trois: la première est utilisée par la douane lors de l'examen des marchandises, la deuxième est jointe aux documents d'entrée et la troisième est versée aux dossiers du courtier en douane. Les directeurs des bureaux de district de la douane peuvent ne pas exiger la production de factures commerciales s'ils ont l'assurance que l'importateur, pour des raisons qui ne dépendent pas de lui, ne peut produire une facture aux données exactes et complètes; ou que l'inspection des marchandises, la détermination des droits à verser et la collecte de données statistiques peuvent se faire sans cette facture. Dans ces cas, l'importateur doit joindre les documents suivants:

- 1) toute facture reçue du vendeur ou de l'expéditeur;
- 2) une déclaration indiquant en détail toutes les inexactitudes ou les omissions de la facture;
- 3) une facture *pro forma* en bonne et due forme;
- 4) tout autre renseignement nécessaire à la classification, à l'évaluation, ou aux relevés statistiques.

Dans le cas de certaines catégories de marchandises, il faut parfois joindre des renseignements particuliers lorsque la facture commerciale ne contient pas suffisamment de données pour permettre la classification et l'évaluation de ces marchandises.

### **Liste d'emballage**

Les autorités douanières américaines exigent que l'exportateur joigne en trois copies une liste d'emballage détaillée dans laquelle figure le contenu de

chaque boîte, baril ou colis compris dans l'envoi. Si tous les emballages de l'envoi sont identiques, on peut le déclarer sur la facture et indiquer la quantité d'articles dans chaque contenant.

## Déclaration en douane

Les marchandises peuvent être introduites pour fins de consommation ou d'entreposage au point d'arrivée aux États-Unis, ou elles peuvent être transportées en transit à un autre point d'entrée et y être introduites aux mêmes conditions qu'au point d'arrivée.

Dans le cas du transport en transit à un point d'entrée intérieur, des arrangements doivent être faits au point d'arrivée par le consignataire, le transporteur, le courtier en douane américain ou toute autre personne qui s'intéresse à l'importation de ces marchandises. Lorsque l'exportateur canadien est responsable de l'entrée des marchandises à la douane américaine, il peut trouver avantageux de déclarer les produits pour la consommation au point d'arrivée le plus proche ou le plus approprié. Ainsi, il peut rester en étroite communication avec le courtier en douane et la douane américaine à ce point d'entrée. Cependant, si l'acheteur américain a l'intention de faire lui-même les déclarations, il lui conviendra peut-être mieux de faire transporter les produits en transit du point d'arrivée au point d'entrée intérieur le plus près de l'importateur.

## Qui peut déclarer des marchandises

Les marchandises peuvent être déclarées par le consignataire, ses employés autorisés ou son agent. Les seuls agents qui peuvent représenter les importateurs, pour tout ce qui a trait aux questions douanières, sont les courtiers en douane agréés des États-Unis. Ils préparent et classent les déclarations douanières nécessaires, s'occupent du paiement des droits et de la mainlevée des marchandises.

Les marchandises peuvent être déclarées par le consignataire dont le nom figure sur le connaissement d'accompagnement, ou par le porteur d'un connaissement dûment endossé par le consignataire. Lorsque les marchandises sont consignées « à l'ordre de », elles peuvent être déclarées par le porteur du connaissement dûment endossé par le consignataire. Un bordereau d'expédition aérienne peut être produit si les

marchandises arrivent par avion. En général, la déclaration est faite par un particulier ou par une société que le transporteur a reconnue, pour fins de dédouanement, comme propriétaire des marchandises. Lorsque les marchandises ne sont pas importées par un transporteur public, le fait de les posséder au moment de leur arrivée aux États-Unis est une preuve suffisante du droit de déclarer des marchandises.

Une déclaration peut être faite par un non-résident des États-Unis, une société en nom collectif non résidente ou une société étrangère, par le biais d'un agent ou d'un représentant de l'exportateur, un membre de la société ou un agent de la société étrangère. Mais la société de garantie, qui émet tout cautionnement douanier exigé d'un non-résident (particulier ou société), doit être constituée en société aux États-Unis. Quand des marchandises sont déclarées au nom d'une société canadienne, celle-ci doit avoir un agent résident qui soit autorisé à accepter au nom de la société une sommation à comparaître dans l'État où se trouve le point d'entrée.

En général, afin de faciliter le dédouanement, il est préférable de s'adresser à un courtier en douane agréé aux États-Unis qui puisse donner un aperçu des services qu'il offre, ainsi que des précisions sur les frais de courtage et d'autres questions connexes.

## Acquittement des droits

Il n'existe aucune disposition permettant de payer les droits de douane avant l'exportation aux États-Unis, mais l'exportateur canadien peut communiquer avec un courtier en douane ou un autre agent qui le fera en son nom, et lui permettra par conséquent d'offrir ses produits dédouanés aux acheteurs américains.

La responsabilité d'acquitter les droits est habituellement établie au moment de l'enregistrement de la déclaration (pour consommation ou entreposage) au bureau de la douane américaine. Le montant à verser n'est cependant qu'évalué au moment de la déclaration d'entrée et ce n'est qu'après avoir liquidé la déclaration que le taux final et les droits à acquitter sont établis. Il incombe alors à la personne ou à la société au nom de laquelle la déclaration d'entrée est enregistrée de les payer.

## Expéditions postales

Les envois dont la valeur totale n'excède pas 5 \$ÉU sont admis en franchise.

Pour les expéditions commerciales dont la valeur excède 5 \$, il faut joindre une facture commerciale, une déclaration en douane (formulaire disponible dans les bureaux de poste canadiens) ainsi qu'une description précise du contenu et de sa valeur. Le formulaire de déclaration en douane doit être solidement fixé au colis.

Lorsque l'expédition se compose de plusieurs colis, il faut inscrire sur celui qui renferme la facture commerciale la mention « Invoice Enclosed » (facture incluse); les autres colis de la même expédition peuvent porter une mention telle que « N° 2 of 3, Invoice Enclosed in Package N° 1 » (deuxième colis de trois; facture incluse dans colis n° 1).

Les expéditions dont la valeur totale est inférieure à 250 \$ sont livrées au destinataire. Le facteur se charge de la perception des droits ainsi que des frais de livraison. Les colis contenant des cadeaux, à l'exception des boissons alcooliques, des produits de tabac et des parfums, et adressés à des résidents des États-Unis sont admis en franchise. Toutefois, une personne ne peut recevoir pour plus de 25 \$ en cadeaux le même jour. Il n'y a pas de frais de livraison postale dans le cas des cadeaux. Il faut par ailleurs préciser sur le colis qu'il s'agit effectivement d'un cadeau et en indiquer la valeur et le contenu.

## Importation temporaire en franchise

Certains articles qui ne sont pas importés pour la vente, ou vendus sous réserve d'approbation, peuvent entrer en franchise aux États-Unis, sur versement d'un cautionnement équivalent d'ordinaire au double du droit. Dans la plupart des cas, ces articles doivent être réexportés dans l'année qui suit leur importation. Sur demande au directeur de district ou du point d'entrée, il est possible d'étendre cette période jusqu'à un maximum de trois ans, en comptant la période initiale d'un an.

Les articles ainsi visés comprennent:

- les articles servant aux réparations, aux modifications et à la transformation;

- les modèles de vêtements féminins de confection;
- les articles utilisés comme modèles par les illustrateurs et les photographes, uniquement à des fins d'illustration;
- les échantillons pour commandes;
- les articles utilisés pour examen et reproduction, à l'exception des clichés de photogramme;
- les films publicitaires;
- les articles servant à des tests, des expériences et des examens (on peut inclure dans cette catégorie les plans, les spécifications, les esquisses, les bleus ou les photographies utilisés dans le cadre d'études ou d'expériences). Dans ces cas, une preuve satisfaisante de destruction au cours des tests (attestation pertinente) dégagera l'importateur de l'obligation de réexporter le produit en question;
- les automobiles, les motocyclettes, les bicyclettes, les avions, les dirigeables, les ballons, les bateaux, les périssaires de course et autres véhicules et embarcations similaires et l'équipement connexe importés par des non-résidents pour participer à des courses ou autres compétitions spécifiques;
- les locomotives et autres équipements ferroviaires utilisés pour combattre les incendies, libérer les voies ou effectuer des réparations d'urgence aux États-Unis;
- les contenants pour gaz comprimés et autres contenants et articles servant à retenir ou à couvrir la marchandise durant le transport, et réutilisables;
- l'équipement professionnel, les outils de travail, les éléments servant à la réparation de l'équipement ou des outils admis dans la présente catégorie, et le matériel de camping. Ces articles doivent être importés par ou pour des non-résidents qui séjournent temporairement aux États-Unis et réservés à l'usage de ces derniers;
- les articles de conception spéciale servant temporairement et exclusivement à la production d'articles d'exportation;
- les animaux (y compris la volaille) importés à des fins de reproduction, ou de participation à des foires ou des compétitions;
- les décors, accessoires et costumes de théâtre devant être utilisés par les propriétaires ou directeurs de troupes de théâtre;
- les œuvres d'art, les photographies, et les aides et appareils utilisés en philosophie et en sciences et apportés aux États-Unis par des

artistes professionnels, des conférenciers ou des scientifiques qui ont l'intention de s'en servir à l'occasion d'expositions et de campagnes de promotion de l'art, de la science et de l'industrie;

- les automobiles, châssis, carrosseries (pièces finies, non finies ou détachées) s'ils ne doivent servir qu'à des fins d'exposition. Le cautionnement d'importation temporaire se limite à six mois pour ces articles et le délai ne peut être prolongé.

## Échantillons des voyageurs de commerce

Les échantillons qu'un voyageur de commerce transporte avec lui peuvent être admis au pays en tant que produits temporairement importés sous cautionnement. Dans ce cas, il faut fournir une liste descriptive précise ou une facture commerciale. Le cautionnement personnel du voyageur de commerce peut habituellement garantir l'exportation des échantillons en temps voulu, sous la surveillance de la douane américaine. Si les échantillons ne sont pas exportés, ou que le voyageur de commerce ne satisfait pas d'autre façon aux conditions liées à l'entrée temporaire, la douane américaine imposera une pénalité au contrevenant. *NOTE:* Il n'existe pas de disposition qui permette de payer les droits voulus plutôt que d'exporter les échantillons importés sous cautionnement.

## Droits de douane sur les contenants

Les contenants des catégories suivantes qui font la navette peuvent entrer en franchise:

- 1) les contenants et récipients, y compris les pièces et les douves, fabriqués aux États-Unis et destinés à y revenir sous forme de boîtes et de tonneaux chargés de marchandises;
- 2) les contenants étrangers qu'on a précédemment importés et dont les droits de douane, le cas échéant, ont été acquittés;
- 3) les contenants que le secrétaire du Trésor qualifie d'instruments d'échanges internationaux.

Les autres contenants sont inclus dans la valeur en douane de la marchandise.

## Marquage des marchandises

### Nom du pays d'origine

Le pays d'origine des marchandises doit être inscrit en anglais, lisiblement et bien en vue afin que l'acheteur ultime aux États-Unis puisse identifier l'origine du produit.

Il est permis d'utiliser des étiquettes; toutefois, il faut les apposer assez solidement pour qu'elles puissent, à moins d'être retirées volontairement, rester en place jusqu'à ce que l'acheteur ultime prenne possession des articles.

Certains petits instruments et ustensiles doivent être marquées à l'étampe, ou par lettrage du moule, par gravure ou au moyen de plaques métalliques solidement fixées.

La douane américaine peut exempter certains articles de cette obligation. Dans ce cas, le contenant doit être marqué correctement.

### Indication de la composition

Tous les produits contenant de la laine (sauf les moquettes, tapis, carpettes, rembourrages et articles fabriqués plus de 20 ans avant l'importation), doivent porter lisiblement les renseignements suivants: 1) le nom du fabricant ou de la personne qui commercialise le produit; 2) la teneur en fibres du produit (en pourcentage); et 3) le pourcentage maximum du poids total du produit qui puisse être constitué de matière altérante et de bourre ne contenant pas de fibres. À défaut de ces renseignements, les produits pourront être marqués sous la surveillance de la douane américaine.

Si le produit est fait de fibre importée, il faut préciser le pays d'origine de la fibre.

Quant aux produits en fourrure, il faut indiquer le type (espèce d'animal), le pays d'origine et le nom du fabricant ou de la personne qui commercialise le produit; de plus, il faut préciser si ces produits sont usagés ou endommagés, s'ils sont décolorés, teints ou colorés par un procédé quelconque et s'ils sont composés principalement de pattes, de queues, de ventres ou de reste de fourrure.

## Étiquetage des aliments

Les aliments, les boissons, les médicaments, les cosmétiques et les appareils médicaux importés sont inspectés en vertu de la Food and Drug Administration (FDA) des États-Unis au moment de leur entrée. La FDA n'est pas autorisée à déterminer si un chargement satisfait aux exigences avant qu'il ne soit présenté à la douane. Toutefois, elle est toujours disposée à offrir ses commentaires sur les projets d'étiquettes et à répondre aux demandes de renseignements qui viennent des importateurs et des exportateurs. On peut obtenir des conseils sur les étiquettes pour aliments de la Direction du marketing — États-Unis du ministère des Affaires extérieures à Ottawa.

## Interdictions et restrictions à l'importation

Outre les marchandises dont l'entrée est interdite dans la plupart des pays (tels que les ouvrages obscènes ou séditieux, les stupéfiants, la fausse monnaie), l'importation de certains produits commerciaux est interdite ou restreinte. De plus, divers genres de marchandises doivent se conformer aux lois appliquées par des organismes gouvernementaux autres que le Service des douanes des États-Unis. Les produits en fourrure étant aussi assujettis à la « Endangered Species Act » (Loi sur les espèces en voie d'extinction), il est interdit d'importer certaines peaux.

### **Animaux**

Afin d'éviter des mises en quarantaine, il est conseillé d'envoyer, avec toute expédition de bovins, d'ovins, de chèvres, de porcs et de volailles, un certificat établi par un vétérinaire du ministère canadien de l'Agriculture.

Il est défendu d'importer des animaux et des oiseaux sauvages s'ils ont été pris, expédiés, possédés ou exportés contrairement aux lois du pays d'origine. De plus, la capture, la vente, la possession ou l'achat de ces animaux sont interdits s'ils contreviennent aux lois de tout État ou de tout territoire des États-Unis.

### **Végétaux et produits végétaux**

L'importation de végétaux et de produits végétaux est sujette aux règlements du ministère de l'Agriculture et peut être restreinte ou prohibée. Les végétaux et

produits végétaux comprennent les fruits, les légumes, les plantes, les plants, les bulbes, les racines, les graines, certaines fibres incluant le coton et le sorgho, les fleurs coupées, la canne à sucre, certaines céréales et les billes d'orme avec écorce. Des permis d'importation sont requis. De même, pour certaines espèces en voie d'extinction, l'importation peut être prohibée ou exiger des licences ou des certificats.

### Graines

L'importation aux États-Unis de graines et de criblures à des fins d'agriculture ou d'exploitation végétale est assujettie aux dispositions du « Federal Seed Act » de 1939 et aux règlements du service de marketing agricole du département de l'Agriculture. Les envois sont généralement retenus jusqu'à ce que des échantillons soient prélevés et analysés.

### Retour de marchandises américaines

Les produits américains peuvent être retournés en franchise aux États-Unis pour autant que leur valeur ne se soit pas accrue ou que ces produits n'aient pas été bonifiés alors qu'ils étaient à l'étranger.

Quand on exporte un article des États-Unis pour le réparer ou le modifier, la valeur des réparations ou des modifications est sujette à des droits de douane. L'expression « réparation ou modifications » signifie restauration, transformation, adjonction de pièces, rénovation, nettoyage ou tout autre traitement qui ne change pas la nature de l'article, ou ne crée pas un article nouveau ou différent. Tout article de métal (sauf de métal précieux), fabriqué aux États-Unis, exporté pour subir certaines transformations et retourné aux États-Unis pour d'autres transformations est sujet à des droits de douane sur la valeur des transformations effectuées à l'extérieur du pays.

Le coût ou la valeur des pièces d'origine américaine exportées et prêtes à être utilisées uniquement dans l'assemblage de marchandises importées subséquentement par les États-Unis peut être déduit des droits de douane pourvu que les pièces n'aient subi que des traitements reliés au montage, tels que le nettoyage, la lubrification et la peinture.

Des formalités de douane particulières s'appliquent à l'exportation et au retour de marchandises américaines.

On peut obtenir des renseignements à ce sujet en communiquant avec des spécialistes en importation des États-Unis aux postes frontières ou avec la Direction du marketing — États-Unis, du ministère des Affaires extérieures à Ottawa.

## Aide à l'accès au marché américain

Afin d'aider les exportateurs canadiens à pénétrer le marché des États-Unis, le ministère des Affaires extérieures met à leur disposition des renseignements concernant entre autres la classification tarifaire, l'évaluation des marchandises, les taux des droits applicables la documentation douanière ainsi que les lois et règlements américains ayant un impact sur les importations (les lois et règlements sur les produits alimentaires et les médicaments, les normes de sécurité applicables aux biens de consommation, la protection de l'environnement, etc.).

Ces renseignements peuvent être obtenus auprès de la:

Direction du marketing — États-Unis (UTM)  
Ministère des Affaires extérieures  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0G2

Tél.: (613) 993-7484

Cette Direction a des contacts réguliers avec la Douane américaine et divers autres organismes afin d'assurer un service adéquat aux exportateurs canadiens. Elle a ainsi pu développer, au cours des années, une connaissance approfondie de l'interprétation et de l'application des tarifs, de même que de la réglementation américaine régissant l'importation de produits canadiens aux États-Unis. La Direction peut également fournir aide et conseils aux exportateurs dans divers domaines: étiquetage des produits alimentaires, des médicaments, des cosmétiques et des produits alcoolisés; estimation des amendes; évaluation en douane; normes de sécurité applicables aux biens de consommation, et autres questions liées à l'accès au marché américain.

Il est donc fortement recommandé aux exportateurs éventuels et aux exportateurs de nouveaux produits de communiquer avec la Direction pour profiter de l'assistance que celle-ci est en mesure de leur offrir dans le cadre de leurs projets d'exportation.

## Classification tarifaire, avis internes et contestations

La Direction du marketing — États-Unis peut en outre obtenir de la douane américaine, au nom d'un exportateur canadien, une décision officielle relative à la classification de marchandises devant être exportées aux États-Unis (*transaction à venir*). Elle peut aussi prêter son concours à l'exportateur et à son courtier en douane dans la préparation de demandes d'avis internes visant à régler tout désaccord important entre l'importateur et les autorités américaines au sujet du dédouanement d'une expédition à un point d'entrée (*opération en cours*). Elle peut enfin aider l'exportateur à préparer un appel afin d'obtenir le réexamen d'une décision rendue par la Douane américaine concernant une déclaration liquidée (*opération terminée*).

### Décision relative à la classification tarifaire — transaction à venir

La Direction du marketing — États-Unis peut, pour le compte d'un exportateur canadien, obtenir de la douane américaine une décision officielle de classification tarifaire aux fins d'une *transaction douanière à venir* (en d'autres termes, la transaction n'a pas été traitée par un bureau de la douane américaine du fait que la marchandise n'est pas arrivée en territoire américain, ou que la documentation relative à la marchandise destinée aux États-Unis n'a pas encore été présentée à la douane). Une telle décision est considérée comme « exécutoire », car elle garantit à l'exportateur un traitement tarifaire uniforme quel que soit le poste de douane choisi pour l'entrée des marchandises aux États-Unis.

Pour obtenir une telle décision, il faut fournir les renseignements suivants par écrit à la Direction du marketing — États-Unis:

- 1) une déclaration indiquant si la Douane américaine ou un tribunal quelconque sont saisis — ou ont déjà été saisis — de cette transaction ou d'une ou plusieurs transactions identiques. Dans l'affirmative, des détails doivent être donnés;
- 2) une description complète et précise de la marchandise. Habituellement, il suffit de présenter un échantillon ou une illustration. S'il est impossible d'envoyer un échantillon, on fournira une

photographie, un dessin ou une autre représentation de l'article. Si l'on désire qu'un échantillon soit retourné, il faut en faire la demande en précisant le mode d'expédition. (Note: Il **peut** évidemment arriver que les échantillons soumis soient complètement ou partiellement détruits ou utilisés au cours des examens ou analyses effectués suite à la demande de classification);

- 3) l'utilisation principale de cette marchandise aux États-Unis;
- 4) la description commerciale, courante ou technique de la marchandise;
- 5) si la marchandise est faite de deux composants (ou ingrédients) ou plus, il faut ventiler en pourcentage a) le coût de chaque composant ou ingrédient, à l'étape de leur assemblage ou de leur mixture en un produit fini; et b) la quantité relative en poids ou en volume, selon le cas;
- 6) les tissus et autres produits textiles devront être identifiés comme en 5) et leur description devrait inclure la méthode de fabrication (tricot ou tissage, par exemple), les fibres utilisées et, s'il s'agit de vêtements, les personnes auxquelles ils sont destinés (hommes, femmes, enfants ou unisexe);
- 7) les produits chimiques doivent être identifiés d'après leurs caractéristiques et leur composition (c.-à-d. la liste des composants, les pourcentages étant établis en fonction de la désignation chimique et non de la désignation commerciale). Un échantillon doit être présenté pour fins d'analyse par les laboratoires de la douane américaine;
- 8) les renseignements d'ordre confidentiel devront être clairement identifiés et accompagnés des raisons pour lesquelles cette information ne devrait pas être rendue publique.

**ATTENTION! DES RENSEIGNEMENTS INCOMPLETS NE PEUVENT QU'ENTRAÎNER DES RETARDS, AU DÉTRIMENT DE L'EXPORTATEUR.**

#### **Avis interne — Opération douanière en cours**

Tout désaccord sérieux avec la Douane américaine sur une décision relative à une *opération douanière en cours* (c.-à-d. un opération dont est saisi un bureau de district des services de la douane) devrait faire l'objet

d'une demande d'avis interne par l'exportateur ou son courtier en douane au poste d'entrée où la marchandise a été déclaré, avant la liquidation de la marchandise. La demande d'avis interne peut être faite par l'importateur ou par son courtier en douane. La douane américaine examinera la demande et avisera le requérant des points avec lesquels elle n'est pas d'accord.

La Direction du marketing — États-Unis peut apporter une aide précieuse en faisant certaines suggestions concernant des points de droit et la pratique douanière en la matière qui pourraient venir appuyer la demande de l'importateur.

À cette fin, une demande écrite devra être présentée à la Direction du marketing — États-Unis et inclure:

- 1) le détail de la transaction en question et généralement suivant la procédure utilisée dans le cas d'une décision relative à la classification tarifaire — *transaction à venir* ;
- 2) des exemplaires de *tous* les documents et de la correspondance se rapportant à la déclaration d'entrée des marchandises en question, y compris ceux qui sont délivrés par la Douane américaine.

Si l'importateur s'oppose à la décision de la Douane américaine en réponse à la demande d'avis interne et qu'il est en mesure de justifier sa position, il est en droit d'en appeler de la décision en présentant une demande d'examen de contestation au poste d'entrée, *après la liquidation de la déclaration d'entrée et dans les 90 jours qui suivent cette liquidation.*

*NOTE: La Douane américaine peut refuser de considérer une demande d'avis interne pour peu que ce refus soit fondé sur des précédents établis. Il est recommandé, le cas échéant, de solliciter conseil auprès de la Direction du marketing — États-Unis.*

### **Contestation — Opération terminée**

La contestation est une forme d'appel; elle peut être introduite lorsqu'il s'agit d'une *opération douanière terminée* (c.-à-d. une transaction liquidée par le bureau de district de la Douane américaine).

*NOTE: La demande de contestation doit être soumise au poste d'entrée américain où la marchandise a été déclarée, dans les 90 jours qui suivent la date de la liquidation.*

La Direction du marketing — États-Unis peut aider l'importateur et son courtier en douane à préparer leur dossier en leur donnant conseils et suggestions sur l'argumentation propre à appuyer leur cas.

Pour que cette assistance soit efficace, la Direction doit disposer de tous les renseignements pertinents, dont les suivants:

- 1) toute l'information figurant à la rubrique « Décision relative à la classification tarifaire — *transaction à venir* »;
- 2) une copie de la déclaration d'entrée et de la facture commerciale qui fait l'objet de la contestation;
- 3) un exemplaire de toute la correspondance (même si elle ne semble pas porter à conséquence) entre l'importateur, le courtier en douane et les autorités douanières américaines concernant l'objet du litige; et
- 4) une appréciation a) du volume des expéditions pouvant être touchées, b) de la valeur de ces expéditions et c) des droits éventuels à payer.

## Loi américaine sur les droits antidumping et compensateurs

Étant donné la complexité de ces mesures législatives, les exportateurs sont invités à communiquer avec la Direction du marketing — États-Unis du ministère des Affaires extérieures, qui répondra à toute question particulière.

La « U.S. Trade Agreement Act », adoptée le 26 juillet 1979, englobe les modifications à la loi américaine actuelle sur les droits antidumping et compensateurs qui permettent de mettre en œuvre les accords internationaux négociés lors des Négociations commerciales multilatérales (Tokyo Round) de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT).

### Droits antidumping

Si une entreprise américaine a des raisons de croire qu'un produit est vendu aux États-Unis à un prix inférieur à celui demandé sur le marché national, une plainte d'antidumping peut être déposée auprès du département du Commerce des États-Unis. La pétition d'antidumping doit renfermer les renseignements pro-

pres à étayer les allégations de dumping, ainsi que des preuves de préjudice subi par l'industrie américaine touchée.

Une enquête d'antidumping doit être instituée dans un délai précis:

- 1) Dans les 20 jours qui suivent la réception de la pétition d'antidumping, le secrétaire au Commerce doit décider s'il y a lieu d'instituer une enquête. S'il détermine qu'une pétition n'établit pas clairement la base sur laquelle des droits antidumping peuvent être imposés, la procédure est terminée. S'il détermine que la pétition contient assez de renseignements pour étayer les allégations, une enquête en bonne et due forme est alors instituée.
- 2) Dans les 45 jours qui suivent la date à laquelle une pétition est déposée, la Commission du commerce international (ITC) doit déterminer s'il y a une indication raisonnable de préjudice. Dans la négative, le dossier est fermé.
- 3) En règle générale, dans les 160 jours qui suivent la date à laquelle une pétition est présentée, le secrétaire au Commerce prend une décision préliminaire au sujet du dumping. Si cette décision est affirmative, la suspension de la liquidation de toutes les déclarations de marchandises visées par la décision est ordonnée et un droit provisoire sous forme de dépôt ou de cautionnement en espèces, équivalant au montant estimatif dont la valeur sur les marchés étrangers dépasse le prix américain, est exigé pour l'entrée des marchandises concernés.
- 4) Dans les 75 jours qui suivent la décision préliminaire, le secrétaire au Commerce doit rendre une décision au sujet des ventes inférieures à la juste valeur marchande.
- 5) La Commission doit déterminer s'il y a préjudice dans les 120 jours suivant une décision préliminaire affirmative au sujet des ventes inférieures à la juste valeur marchande. Si la Commission détermine qu'il n'y a pas préjudice, le dossier est fermé et toute somme déposée est remboursée et tout cautionnement enregistré est libéré. Si la Commission détermine qu'il y a préjudice, le secrétaire au Commerce imposera un droit antidumping sur la marchandise équivalent au montant dont la valeur

de la marchandise sur le marché national excède le prix demandé au client américain.

- 6) Tout décret sur les droits antidumping est automatiquement soumis à un examen annuel; des demandes de révision seront agréées en tout temps, pourvu que les circonstances aient suffisamment évolué pour justifier cette révision.

### **Droits compensateurs**

En vertu de la nouvelle loi américaine sur les droits compensateurs, des droits de douane supplémentaires peuvent être imposés sur des articles — qu'ils soient ou non passibles de droits — importés aux États-Unis s'il y a eu prime ou subvention pour leur production en usine ou leur exportation. Tous les cas sont toutefois susceptibles d'une décision de la Commission (ITC) quant au préjudice. Les délais sont analogues à ceux fixés pour une enquête antidumping. La décision prise par le secrétaire au Commerce sur la subvention et par la Commission à propos du préjudice peut en être appelée devant le Tribunal du commerce international des États-Unis.

Les exportateurs à qui cette loi pose des difficultés sont invités à communiquer le plus tôt possible avec la Direction du marketing — États-Unis du ministère des Affaires extérieures.

### **Exportations américaines au Canada**

Les demandes de renseignements sur l'importation de produits américains au Canada doivent être adressées à l'Ambassade des États-Unis au 100, rue Wellington à Ottawa ou au consulat ou consulat général des États-Unis, à Vancouver, Calgary, Winnipeg, Toronto, Montréal, Québec, Saint-Jean (N.-B.), Halifax ou Saint-Jean (T.-N.)

---

## VI. VOTRE VOYAGE D'AFFAIRES DANS LE TERRITOIRE DE CHICAGO

---

Rien ne peut remplacer une visite personnelle. Même si une lettre vaut mieux que rien, elle ne pique pas tellement la curiosité des gens d'affaires américains: ils veulent voir à qui ils ont affaire et avec qui ils font affaire.

### Services offerts par le délégué commercial

La division commerciale du consulat général du Canada établit la liaison entre les gens d'affaires canadiens et leurs homologues américains de la région. Elle recherche activement des débouchés pour le Canada dans le territoire qu'elle dessert et transmet les renseignements pertinents aux sociétés qu'elle croit intéressées et en mesure de relever le défi. Elle organise des rencontres entre acheteurs et vendeurs éventuels et leur fournit, au besoin, des conseils utiles. Elle effectue des études de marché à l'intention des sociétés, représentants, distributeurs ou autres organismes recommandés. La salle d'exposition du consulat général peut servir à des expositions de produits ou à des démonstrations sur place. Le consulat général est ouvert de 8h30 à 17h, du lundi au vendredi.

### Communiquez avec le délégué commercial

Lorsque vous préparez votre première tournée commerciale dans le territoire de Chicago, prenez soin de prévenir le consulat général bien avant votre arrivée. Informez le personnel du but de votre visite et faites-lui parvenir plusieurs feuillets publicitaires sur vos produits. Vous lui rendrez grandement service si vous calculez les prix c.a.f. d'une partie au moins de votre gamme de produits. Vous devriez inclure également la liste des contrats déjà établis auprès des gens d'affaires de la région.

Muni de ces renseignements, le personnel commercial se fera un plaisir de vous dresser un programme provisoire et de prendre, en votre nom, des rendez-vous que vous pourrez confirmer à votre arrivée. Vu le nombre croissant de gens d'affaires qui visitent nos consulats généraux aux États-Unis, nous vous suggérons de laisser à votre agent de voyages le soin de faire vos réservations d'hôtel.

## Quand partir?

Le meilleur moment pour visiter la région de Chicago est au cours du printemps et de l'automne. Évitez les périodes de Noël et du mois d'août. Rappelez-vous que les calendriers d'achat américains peuvent être quelque peu différents des calendriers canadiens.

## Moyens de transport

### Air

Les services suivants peuvent vous mener:

a) À Chicago, de

Toronto: Air Canada, United Airlines,  
American Airlines, U.S. Air\*

Montréal: Air Canada, American Airlines

Winnipeg: Air Canada, North Western,  
Republic\*

Calgary: Air Canada

Edmonton: Air Canada,\* North Western\*

Vancouver: United Airlines

b) À Milwaukee, de

Toronto — Republic\*

Vancouver — United\* Airlines

c) À Kansas City, de

Toronto — United\* Airlines

\* (Vol comportant au moins une escale)

On peut facilement se rendre vers toutes les villes importantes du territoire à partir de l'aéroport O'Hare de Chicago.

### Fer

Grand Trunk: Windsor - Detroit - Chicago

Soo Line: International Falls - Chicago

En collaboration avec des sociétés ferroviaires des États-Unis, le Canadien Pacifique et le Canadien

National offrent des services de transport ferroviaire à d'autres postes-frontières.

## Tableau des distances routières

	Chicago	Milwaukee	St. Louis	Kansas City	Omaha
Toronto	792 km	932 km	1189 km	1559 km	1516 km
Montréal	1332 km	1472 km	1730 km	2100 km	2057 km
Winnipeg	1339 km	1221 km	1582 km	1361 km	1046 km
Calgary	2578 km	2461 km	2816 km	2500 km	2185 km
Québec	1591 km	2110 km	1989 km	2359 km	2316 km

---

## VII. ADRESSES UTILES

---

### Organismes gouvernementaux

#### **Consulat général du Canada**

310 South Michigan  
Avenue, 12th Floor  
Chicago, IL 60604-4295  
Tél.: (312) 427-1031

#### **Office de tourisme du Canada**

*(au consulat général du  
Canada)*

#### **Gouvernement de l'Ontario**

Ministère de l'Industrie et  
du Tourisme  
208 South LaSalle Street,  
Suite 1816  
Chicago, IL 60604  
Tél.: (312) 782-8688

#### **Délégation du Gouvernement du Québec**

35 East Wacker Drive,  
Suite 2052  
Chicago, IL 60601  
Tél.: (312) 726-0681

### Banques canadiennes

#### **Banque de Nouvelle- Écosse**

141 West Jackson  
Boulevard  
Suite 2182  
Chicago, IL 60604  
Tél.: (312) 427-7130

#### **Banque Canadienne Impériale de Commerce**

30 North LaSalle Street  
Suite 4100  
Chicago, IL 60603  
Tél.: (312) 782-2209

#### **Banque Toronto- Dominion**

One First National Plaza  
Suite 2790  
Chicago, IL 60602  
Tél.: (312) 726-8858

#### **Banque Royale du Canada**

33 North Dearborn Street  
Suite 1215  
Chicago, IL 60602  
Tél.: (312) 372-4404

#### **Banque de Montréal**

30 North LaSalle Street  
Suite 3930  
Chicago, IL 60602  
Tél.: (312) 726-4573

#### **Banque Nationale du Canada**

20 North Clark Street  
Suite 3510  
Chicago, IL 60602  
Tél.: (312) 444-7818

# Sociétés de transport

## Air Canada

300 North State Street  
Chicago, IL 60610  
Tél.: (312) 527-3940

## C P Air

233 North Michigan  
Avenue  
Chicago, IL 60601  
Tél.: (312) 565-0033

## Canadien National

105 West Adams Street  
Chicago, IL 60603  
Tél.: (312) 726-2352

## Canadien Pacifique

1 North LaSalle Street  
Chicago, IL 60602  
Tél.: (312) 346-4100

---

# Bureaux régionaux au Canada

---

Si vous n'avez jamais commercialisé vos produits aux États-Unis, communiquez avec le service de la promotion commerciale d'un bureau régional du ministère de l'Expansion industrielle régionale:

## **Alberta**

Cornerpoint Building  
10179-105th Street  
Suite 505  
Edmonton (Alberta)  
T5J 3S3  
Tél.: (403) 420-2944  
Télex: 037-2762

## **Colombie-Britannique**

P.O. Box 49178  
Bentall Centre, Tower IV  
Suite 1101  
1055 Dunsmuir Street  
Vancouver (C.-B.)  
V7X 1K8  
Tél.: (604) 666-1434  
Télex: 04-51191

## **Île-du-Prince Édouard**

P.O. Box 1115  
Confederation Court Mall  
134 Kent Street, Suite 400  
Charlottetown (Î.-P.-É.)  
C1A 7M8  
Tél.: (902) 892-1211  
Télex: 014-44129

## **Manitoba**

P.O. Box 981  
3 Lakeview Square  
4th Floor  
185 Carlton Street  
Winnipeg (Manitoba)  
R3C 2V2  
Tél.: (204) 949-4090  
Télex: 075-7624

## **Nouveau-Brunswick**

P.O. Box 578  
590 Brunswick Street  
Fredericton (N.-B.)  
E3B 5A6  
Tél.: (506) 452-3173  
Télex: 014-46140

## **Nouvelle-Écosse**

P.O. Box 940, Station M  
1496 Lower Water Street  
Halifax (N.-E.)  
B3J 2V9  
Tél.: (902) 426-7810  
Télex: 019-21829

## **Ontario**

P.O. Box 98  
1 First Canadian Place  
Suite 4840  
Toronto (Ontario)  
M5X 1B1  
Tél.: (416) 365-3737  
Télex: 065-24378

**Québec**

C.P. 247

Tour de la Bourse  
800, place Victoria  
Pièce 4328

Montréal (Québec)

H4Z 1E8

Tél.: (514) 283-8185

Télex: 055-60768

220, av. Grande-Allée est

Pièce 820

Québec (Québec)

J1R 2J1

Tél.: (418) 694-3272

Télex: 051-3312

**Saskatchewan**814 Bessborough Tower  
601 Spadina Crescent East  
Saskatoon (Sask.)

S7K 3G8

Tél.: (306) 665-4343

Télex: 074-2742

**Terre-Neuve et  
Labrador**

Parsons Building

C.P. 8950

90 O'Leary Avenue

Saint-Jean (Terre-Neuve)

A1B 3R9

Tél.: (709) 772-4884

Télex: 016-4749

**Territoires du Nord-Ouest**

Precambrian Building

P.O. Bag 6100

Yellowknife (T.N.-O.)

X1A 1C0

Tél.: (403) 873-6225

**Yukon**

108 Lambert Street

Suite 301

Whitehorse (Yukon)

Y1A 1Z2

Tél.: (403) 668-4655

## VIII. STATISTIQUES

### Exportations canadiennes vers le Midwest des États-Unis Janvier à décembre 1983

	(en milliers de dollars canadiens)			
	Illinois	Missouri	Wisconsin	TOTAL
Animaux vivants	3 234	2 202	4 609	10 045
Aliments, provendes, boissons et tabac	103 812	9 100	65 346	178 258
Matières brutes, non comestibles	772 535	10 345	102 630	885 510
Matières travaillées, non comestibles	1 125 043	221 728	681 685	2 208 456
Produits finis, non comestibles				
Machines industrielles	118 386	23 775	29 128	171 289
Machines et tracteurs agricoles	57 109	15 172	44 854	117 135
Matériel de transports et de communications	413 402	293 016	631 996	1 338 414
Matériel et outils divers	144 643	65 059	25 582	235 284
Biens personnels et ménagers	18 996	5 389	6 952	31 337
Produits finals divers	35 364	9 639	6 768	51 771
TOTAL	787 900	412 052	745 280	1 945 232
Transactions spéciales, commerciales	1 362	2 184	130	3 676
TOTAL DES EXPORTATIONS NATIONALES	2 793 887	657 611	1 599 680	5 051 178

# Principales exportations canadiennes dans le territoire de la délégation commerciale de Chicago (1983)

(millions de dollars canadiens)

## Illinois

Pétrole brut	697,6
Bois d'œuvre, résineux	99,4
Papier journal	272,6
Autre papier à imprimerie	50,3
Produits chimiques organiques	69,4
Engrais et matières fertilisantes	78,9
Autres produits chimiques	48,1
Dérivés du pétrole et du charbon	129,3
Aluminium, y compris alliages	85,0
Camions, tracteurs routiers et châssis	156,6
Pièces de véhicules auto, sauf moteurs	179,2
Autre équipement et matériel de télécommunications	42,5
Machines et matériel du bureau	51,4

## Missouri

Bois d'œuvre, résineux	59,0
Papier journal	56,9
Engrais et matières fertilisantes	21,7
Pièces de véhicules auto, sauf moteurs	271,5
Matériel de navigation et pièces	22,0

## Wisconsin

Pétrole brut	79,5
Bois d'œuvre, résineux	48,2
Pâte de bois et pâte similaire	362,7
Papier journal	94,9
Voitures particulières et châssis	298,8
Pièces de véhicules auto, sauf moteurs	318,5









Dakota du Nord

Dakota du Sud

Nebraska

Minnesota

Wisconsin

Chicago et Midwest

Légende

Échelle 0 375 750 km

- Routes principales
- ⊙ Villes principales
- Villes
- - - Frontières des États
- + - Chemins de fer



Fargo

Duluth

Superior

Green Bay

Minneapolis

St. Paul

Madison

Milwaukee

Cedar Rapids

Omaha

Des Moines

Rockford

Davenport

Chicago

Gary

South Bend

Missouri

Kansas City

Kansas City

Jefferson City

Springfield

Illinois

St. Louis

Kentucky

Louisville

Indiana

Indianapolis

Lac Michigan

Lac Supérieur

LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20084944 9

Storage

HF 1010 .G85U6114 1985 STORAGE

Etats-Unis (Chicago et le Midwest),  
guide de l'exportateur canadien. --

15234091

Canada 