

marchés  
pour  
l'exportation  
canadienne

**EMMANS-UNIS**

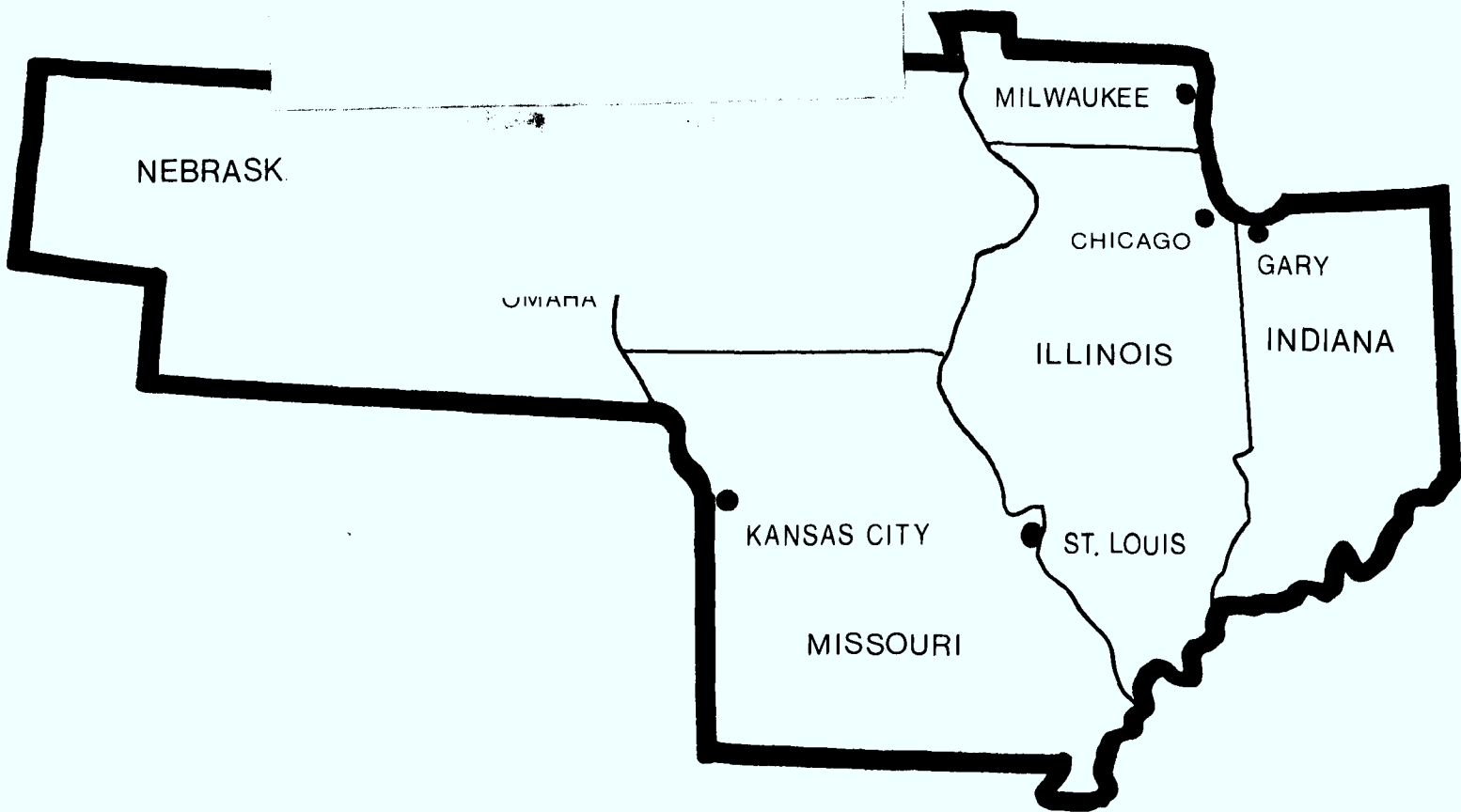
**CHICAGO ET LE MIDWEST**



Gouvernement  
du Canada

Government  
of Canada

Industrie  
et Commerce



# MARCHÉS POUR L'EXPORTATION CANADIENNE

## CHICAGO ET LE MIDWEST

BUREAU COMMERCIAL:

CHICAGO

TERRITOIRE:

l'Illinois, l'Iowa, le Missouri, le Nebraska,  
le Wisconsin (partie sud).

POUR DE PLUS AMPLES  
RENSEIGNEMENTS, S'ADRESSER À LA:

Division commerciale  
Consulat général du Canada  
310 South Michigan Avenue  
Suite 2000  
Chicago (Illinois) 60604  
Tél. (312) 427-1031  
Télex: 00254171 (DOMCAN CGO)

Division des États-Unis  
Bureau de l'hémisphère occidental  
Ministère de l'Industrie et du Commerce  
Édifice C.D. Howe  
235, rue Queen  
Ottawa (Ontario) K1A 0H5  
Tél. (613) 992-4638  
Télex: 053-4124

© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1979  
No de cat. C2-39/1979-66  
ISBN 0-662-50317-1

## TABLE DES MATIÈRES

	<b>PAGE</b>
<b>LE MARCHÉ</b> .....	5
<b>I GÉNÉRALITÉS</b> .....	6
<b>II ÉCONOMIE ET INDUSTRIE</b> .....	7
<b>III LA VENTE DANS LE TERRITOIRE DE CHICAGO</b> .....	8
<b>IV SERVICES AUX EXPORTATEURS</b> .....	12
<b>V DOCUMENTS ET RÈGLEMENTS DOUANIERS</b> .....	12
<b>VI VOYAGE D’AFFAIRES DANS LE TERRITOIRE DE CHICAGO</b> .....	20
<b>VII ADRESSES UTILES</b> .....	22



## LE MARCHÉ

### Illinois

Superficie: 146 332 km<sup>2</sup> (56 499 milles carrés)  
 Population: 11 229 000 habitants  
 Capitale: Springfield (97 250 habitants)  
 Principal centre commercial: Chicago (3 108 700 habitants)  
 Revenu par habitant: \$7432  
 Principales industries: agriculture, machines, machines électriques,  
 traitement des produits alimentaires,  
 métaux primaires et matériel de transport.

### Iowa

Superficie: 145 790 km<sup>2</sup> (56 290 milles carrés)  
 Population: 2 870 000 habitants  
 Capitale: Des Moines (201 404 habitants)  
 Revenu par habitant: \$6439  
 Principales industries: agriculture, instruments aratoires.

### Missouri

Superficie: 180 486 km<sup>2</sup> (69 686 milles carrés)  
 Population: 4 778 000 habitants  
 Capitale: Jefferson City (32 407 habitants)  
 Principaux centres commerciaux: St. Louis (534 100 habitants)  
 Kansas City (527 766 habitants)  
 Revenu par habitant: \$6005  
 Principales industries: agriculture, aérospatiale, matériel de  
 transport, assemblages d'aéronefs et  
 d'automobiles.

### Nebraska

Superficie: 200 017 km<sup>2</sup> (77 227 milles carrés)  
 Population: 1 553 000 habitants  
 Capitale: Lincoln (149 518 habitants)  
 Principal centre commercial: Omaha (377 000 habitants)  
 Revenu par habitant: \$6240  
 Principales industries: agriculture, traitement des produits  
 alimentaires, machines électriques.

### Wisconsin (partie méridionale)

Superficie: 64 750 km<sup>2</sup> (25 000 milles carrés)  
 Population: 3 500 000 habitants  
 Capitale: Madison (168 671 habitants)  
 Principal centre commercial: Milwaukee (666 400 habitants)  
 Revenu par habitant: \$6293  
 Principales industries: agriculture, produits laitiers, traitement des  
 produits alimentaires.

## I. GÉNÉRALITÉS

### Superficie et géographie

La Division commerciale du Consulat général du Canada à Chicago dessert les États de l'Illinois, de l'Iowa, du Missouri, du Nebraska et la partie méridionale du Wisconsin, soit une superficie totale de 737 119 km<sup>2</sup> (284 603 milles carrés).

L'un des sols les plus fertiles du monde entier constitue les vastes plaines de l'Illinois et de l'Iowa. En outre, de basses terres fertiles, de légères collines ondulantes donnent du relief au Missouri, au Nebraska et au Wisconsin. Les sinueux fleuves Missouri et Mississippi traversent le territoire.

### Climat

Le climat est typique du Midwest: varié et changeant; on note des chutes de neige modérément abondantes en hiver ainsi que des orages et des tornades en été.

### Heure locale

L'heure normale du Centre et l'heure avancée de l'Est sont de règle dans la région.

### Poids et mesures — Électricité

Voici les mesures américaines qui diffèrent des mesures canadiennes:

- 1 chopine américaine = 16 onces liquides = 473,12 millilitres
- 1 pinte américaine = 32 onces liquides = 946,24 millilitres
- 1 gallon américain = 128 onces liquides = 3784,96 millilitres
- 1 gallon impérial d'alcool titré = 1,36 gallon américain d'alcool titré = 5,15 litres

Pour l'usage ménager, le courant électrique alternatif est de 115 volts, 60 cycles.

### Jours fériés

Voici les jours fériés observés dans la région:

Jour de l'An	1 <sup>er</sup> janvier
Anniversaire de Lincoln	12 février
Anniversaire de Washington	troisième lundi de février
Vendredi saint	
Jour du souvenir	dernier lundi de mai
Fête de l'indépendance	4 juillet
Fête du travail	premier lundi de septembre
Fête de Colomb	deuxième lundi d'octobre
Jour des élections	premier mardi après le premier lundi de novembre de l'année des élections à la présidence
Fête des anciens combattants	11 novembre
Jour de l'action de grâce	quatrième jeudi de novembre
Noël	25 décembre



Le Consulat général du Canada observe les jours américains de congé les plus importants en plus de la fête du Canada (le 1<sup>er</sup> juillet) et la journée nationale d'Action de grâce (au mois d'octobre).

En pratique, les affaires ralentissent au cours des périodes de Noël et du Jour de l'An et de juillet et août.

## II. ÉCONOMIE ET INDUSTRIE

Les États du Midwest, desservis par le Bureau de Chicago du ministère de l'Industrie et du Commerce, sont riches en minerais. Il y a, en Illinois, de vastes gisements de pétrole et de charbon bitumineux. La production du plomb, au Missouri, est la plus considérable du pays tandis que la production de ciment, de chaux et de zinc de cet État est égale à celle de l'Iowa, du Nebraska et du Wisconsin.

Tous les cinq États dominent dans les secteurs manufacturiers et agricoles. En 1975, la valeur globale ajoutée par la fabrication a dépassé les \$46,7 milliards. De plus, les rentrées agricoles se sont chiffrées, dans cette région, à \$16,5 milliards, au cours de la même année.

On compte quelque 40 000 établissements manufacturiers dans la région et un nombre considérable de sociétés multinationales y ont leur siège social. Voici, en termes de valeur ajoutée, les principaux secteurs de l'industrie manufacturière:

1. Machines: machines de construction et machines aratoires, en particulier;
2. Métaux primaires: principalement le fer et l'acier;
3. Matériel de transport: matériel roulant pour les chemins de fer, aéronefs et automobiles;
4. Produits chimiques;
5. Conditionnement des produits alimentaires et machines électriques; et
6. Équipement de télécommunications et appareils électroménagers.

Chicago constitue pour les États du Midwest, le centre des finances, de la distribution et de la commercialisation. Chicago est aussi le centre industriel le plus important des États-Unis (il n'y a que neuf (9) pays au monde dont le produit brut surpasse celui de Chicago). Voici, à l'intention du fabricant canadien qui songe à exporter aux États-Unis, quelques faits intéressants, concernant Chicago:

- Chicago est le centre du marché le plus dense du pays; 40% de la demande américaine provient d'un rayon de 800 km (500 milles) et 20% de celle-ci, d'un rayon de 480 km (300 milles) de Chicago;
- Dans un rayon de 800 km (500 milles) de Chicago, le total des ventes au détail atteint le tiers des ventes nationales de \$197 milliards et, les ventes globales au détail, dans la région métropolitaine de Chicago, dépassent les \$21 milliards;
- Un tiers du total des ventes au détail des articles d'ameublement de maison est effectué dans un rayon de 800 km (500 milles) de Chicago. Ces ventes atteignent quelque \$10 milliards dont plus d'un milliard de dollars dans la région métropolitaine de Chicago.

Cette région de cinq États offrent aux fabricants canadiens, des possibilités commerciales remarquables. Les principaux objectifs de marché se situent dans les secteurs des biens de consommation, du matériel de défense et de l'industrie.

Les principales régions métropolitaines du territoire connaissent un accroissement soutenu de nouvelles mises en chantier de logements, de restaurations de vieilles habitations et de rénovations urbaines. Cette situation, jointe à un essor dans le domaine de la construction de maisons unifamiliales a imprimé un nouvel élan à l'industrie du bâtiment, favorable à la vente des matériaux de construction ainsi qu'à celle des biens de consommation durables, comme l'ameublement et les appareils électroménagers, ce qui rend ces marchés attrayants.

Les fabricants canadiens de biens de consommation devraient savoir que le centre d'achats

en gros et de commerce de gros le plus considérable du monde entier est situé à Chicago. Ce centre, le *Merchandise Mart — Apparel Centre Complex*, attire à la longueur d'année, des milliers de détaillants, d'importateurs, de grossistes, d'architectes, de designers et d'acheteurs institutionnels. Ce sont tous des décideurs-clés dans les domaines de la commercialisation et de la distribution des produits aux États-Unis.

Comme centre de marché et d'équipement, le *Merchandise Mart Complex* rivalise avec New York et ne le cède en rien comme centre d'ameublement à forfait.

Plus de foires commerciales, de congrès et de salons ont lieu à Chicago que dans toute autre ville américaine. Environ un millier d'événements de cette nature attirent annuellement plus de deux millions de personnes. Avec ses 65 000 m<sup>2</sup> (700 000 pieds carrés) d'espace d'étalage, le *McCormick Place Exhibition Hall* est le théâtre de quelques-unes des plus grandes foires mondiales.

Un revenu disponible égal au tiers du total national (environ \$155 milliards dans un rayon de 800 km (500 milles) de Chicago) et ses importants points de vente par correspondance (y compris la Sears Roebuck et Cie et la Montgomery Ward et Cie) ont fait de Chicago, un important marché de biens de consommation.

Cette région constitue un marché facilement accessible aux fabricants canadiens de matériel industriel et de matériel pour la défense. Les exportateurs canadiens bénéficient de débouchés privilégiés sur ce marché, plus particulièrement dans le cas des produits visés par le Pacte de l'automobile et le Programme canado-américain de partage de la production de défense. Dans tous les autres cas, les succès remportés dans le domaine des ventes sont attribuables à la proximité des deux pays, à la comptabilité des technologies et des normes et à des pratiques commerciales analogues et leur adaptabilité. Le fait que le Canada est un marché substantiel pour les manufacturiers américains contribue aussi à cette situation.

Un marché industriel qui offre aux exportateurs canadiens, des possibilités intéressantes est celui des composants utilisés par les fabricants de matériel de construction et de machines aratoires. Des entreprises importantes, peu nombreuses, établies dans le territoire du poste de Chicago constituent ce marché. On compte notamment parmi celles-ci, Allis Chalmers, Deere et Cie, International Harvester, Caterpillar et Massey-Ferguson. En 1976, la valeur globale des expéditions de ce secteur industriel a été de \$21 milliards et les achats de composants, de matières premières et de services de fabrication se sont chiffrés à quelque \$10 milliards.

La liste des composants achetés par ce secteur est fort longue et comprend à peu près n'importe quoi. Ainsi, l'usine de Waterloo de tracteurs John Deere a acheté environ 240 catégories différentes de composants entrant dans la fabrication de son matériel.

### III. LA VENTE DANS LE TERRITOIRE DE CHICAGO

#### Possibilités offertes aux fabricants canadiens

Malgré les ventes déjà substantielles de biens canadiens, des possibilités énormes s'offrent aux exportateurs et aux nouveaux produits canadiens. Les acheteurs sont intéressés à pratiquement tout article susceptible d'être concurrentiel sur les plans de la qualité, du caractère particulier et du prix établi par le fabricant. Un grand nombre de fournisseurs américains actuels sont installés dans des endroits plus éloignés que des fournisseurs possiblement concurrentiels.

Vu leur situation géographique, les cinq États desservis par le Bureau de Chicago sont situés au centre stratégique des États-Unis. La région métropolitaine de Chicago est la troisième, en importance, en Amérique; plus de trains de marchandises circulent à Chicago que dans toute autre ville et on prétend que son aéroport commercial est le plus achalandé au monde entier.

## La réputation du Canada

Nombre d'entrepreneurs américains ne sont pas informés de la haute qualité de l'industrie canadienne et se font une idée erronée de la conception et du fini des produits canadiens. Les entreprises américaines ne considèrent généralement pas le Canada comme un pays étranger; en conséquence, elles achètent et facturent la marchandise canadienne par l'entremise de leurs services d'achat intérieurs, ce qui peut tourner à votre avantage. La proximité du Canada, les relations entre personnes et sociétés, font que les entreprises américaines sont accueillantes et disposées à acheter les produits canadiens selon les mêmes modalités que ceux de leurs fournisseurs américains.

## Psychologie positive de vente

Les exportateurs canadiens ont à relever un double défi: servir le client à la manière du vendeur américain et dissiper les idées erronées sur les possibilités du Canada. L'acheteur doit être convaincu qu'il ne court aucun risque en traitant avec le Canada ou avec un nouveau fournisseur.

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

1. rechercher constamment des clients;
2. créer une impression favorable dès le premier abord dans une mesure qui n'est pas toujours considérée importante au Canada;
3. faire les offres de prix, livrer les marchandises et relancer les acheteurs avec autant de dynamisme et de promptitude que les 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 faire la connaissance personnelle de leurs fournisseurs.

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 homologue, et de faire par son entremise la connaissance de l'acheteur compétent. Il convient aussi, en pareil cas, de prévenir l'intéressé de votre visite.

Il est important de faire une présentation complète de vos produits dès la première visite. Vous devez présenter votre documentation, 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 sa première visite, son fournisseur lui présente un résumé donnant les renseignements suivants:

- ses nom, adresse et numéro de téléphone,
- nom, adresse et numéro de téléphone du représentant local, s'il y a lieu,
- date de fondation de l'entreprise,
- dimensions de l'usine,
- nombre d'employés,
- principaux produits,
- emplacement de l'usine,
- description des moyens de production et de l'outillage,
- description des moyens et des méthodes de contrôle de la qualité,
- moyens de transport,
- volume approximatif des ventes annuelles,
- nom de clients représentatifs, et
- solvabilité

Avant de visiter ce territoire toutefois, nous vous suggérons d'écrire à la Division commerciale du Consulat général du Canada, Bureau 2000, 310 South Michigan Avenue, Chicago (Illinois), 60604, pour obtenir des informations préliminaires sur les possibilités commerciales de cette région. Votre lettre devrait contenir les renseignements suivants:

- 1) un résumé de votre expérience antérieure du marché de ce territoire;
- 2) le réseau de distribution que vous avez l'intention d'établir;
- 3) vos prix FOB à votre usine et également CAF Chicago (y compris les droits américains de douanes);
- 4) les délais de livraison suite à la réception d'une commande;
- 5) la garantie offerte; et
- 6) le taux de la commission versée au représentant du fabricant ou l'échelle des pourcentages d'escompte d'un distributeur.

### **Visite des acheteurs**

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

### **Visites subséquentes**

Les acheteurs américains s'attendent à de plus fréquentes visites que leurs homologues canadiens. La fréquence des visites peut atteindre une par quinzaine aux périodes les plus actives de l'année. Bien que certaines des entreprises canadiennes n'aient pas un personnel de vente assez nombreux pour tant de visites, il est possible de résoudre le problème en nommant un représentant, ou en vendant par l'entremise de courtiers, de grossistes ou de distributeurs, selon les circonstances.

### **Prix**

Le vendeur doit établir deux prix: à l'usine ou à l'entrepôt de l'acheteur et FOB à son usine canadienne, sans la taxe de vente et d'accise. Indiquez toujours vos prix en devises américaines, sauf avis contraire. 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 celle des fournisseurs américains. On ne peut demander à l'acheteur de comprendre ou de s'intéresser aux droits de douane ou aux autres problèmes du commerce international qui sont uniquement du ressort de l'exportateur et représentent le prix des transactions internationales.

Il se peut que les exportateurs canadiens ne jouissent pas du privilège de réviser les prix initiaux comme ils sont accoutumés dans leur pays. C'est que les acheteurs américains doivent souvent travailler en fonction des délais d'achat et des objectifs de prix beaucoup serrés. Il se peut qu'ils soient obligés de considérer la première offre comme définitive.

### **Représentant du fabricant**

L'agent ou le vendeur à commission sont plus généralement employés comme intermédiaires aux États-Unis qu'au Canada. Les meilleurs représentants sont très compétents à cause de leur éducation, de leur formation et de leur expérience. Ils connaissent leurs clients et rendent visite périodiquement non seulement aux acheteurs mais aussi aux ingénieurs, aux designers

et aux agents de contrôle de la qualité. Les représentants offrent les avantages suivants: économie, relations plus suivies et parfois para-professionnelles avec les acheteurs et rapidité d'intervention pour résoudre les problèmes éventuels. Le Consulat du Canada à Chicago tient à jour ses renseignements sur la majorité des représentants sur son territoire commercial et il est souvent en mesure de donner des conseils utiles aux fabricants canadiens.

## **Livraison**

Il faut que la livraison suive exactement les exigences du client, qui sont aussi strictes qu'en n'importe quel autre pays du monde. De nombreuses usines américaines travaillent avec des réserves suffisantes pour un ou deux jours seulement, et un retard de quelques heures peut les forcer à fermer. Un programme de livraison non respecté est l'un des plus sûrs moyens de ne plus recevoir d'appels d'offres.

## **Le marché du matériel de défense**

Le territoire desservi par le Consulat est actuellement la troisième région en importance dans le domaine des exportations aux États-Unis du matériel canadien de défense mais il est toujours manifestement sous-exploité.

Deux commandements importants de l'armée américaine ont leurs quartiers généraux dans le territoire du poste de Chicago.

Le *U.S. Army Troop Support & Aviation Materiel Readiness Command (TSARCOM)* est établi à St. Louis (Missouri). Le TSARCOM consacre annuellement \$1,1 milliard à l'achat de matériel de soutien logistique aérien pour l'armée.

Le *U.S. Army Armament Materiel Readiness Command (ARRCOM)* de Rock Island (Illinois) dépense \$2,3 milliards par année pour l'achat de munitions et d'armes pour satisfaire aux besoins de l'armée américaine.

St. Louis est aussi le siège social et l'emplacement de la principale usine de fabrication du plus important entrepreneur américain en matière de matériel de défense, la société McDonnell Douglas Corporation.

De nombreuses filiales principales et filiales importantes de grands entrepreneurs dans le domaine de la défense, jouissant de l'autonomie d'achat, sont disséminées dans les cinq États du territoire du Bureau. Les fournisseurs doivent être inscrits auprès des différents commandements pour être admis à soumettre des offres directes; toutefois, il faut faire état de vos connaissances auprès des différents officiers d'approvisionnements en vue d'occasions de ventes constantes.

Les acheteurs locaux désirent évaluer les sociétés canadiennes selon la même formule de prix-qualité-livraison utilisée à l'égard de leurs fournisseurs américains et les exportateurs canadiens doivent s'assurer que le dédouanement ne présente aucune difficulté. On peut obtenir une connaissance pratique du rôle de la Corporation commerciale canadienne dans les ventes au secrétariat à la Défense des États-Unis et des dispositions sur l'entrée en franchise des produits, dans le cadre de l'Accord canado-américain de partage de la production de défense, en s'adressant au

Chef de la Division des États-Unis  
Direction des programmes de défense (32/2)  
Ministère de l'Industrie et du Commerce  
235, rue Queen  
Ottawa (Ontario)  
Canada  
K1A 0H5



Le personnel du Bureau est en mesure de conseiller les exportateurs tant sur le plan des exigences que sur celui des possibilités commerciales du secteur.

## **IV. SERVICES AUX EXPORTATEURS**

### **Services bancaires**

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

Veillez vous reporter au chapitre VII de cette brochure, intitulé "Adresses utiles"; vous y trouverez la liste des banques locales qui desservent ce marché.

## **V. DOCUMENTS ET RÈGLEMENTS DOUANIERS**

### **Exportations américaines au Canada**

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

### **Documents d'exportations canadiennes**

Toutes les marchandises canadiennes exportées aux États-Unis doivent être accompagnées de la formule d'exportation B-13 de la Douane canadienne, même si elles sont envoyées avec des marchandises retournées aux États-Unis. La douane canadienne exige trois copies de la formule à l'exportation, mais il serait sage d'en préparer au moins cinq. Deux copies numérotées seront retournées à l'exportateur, à moins d'indication contraire sur la formule B-13. Ainsi l'exportateur n'a pas à remplir la formule C-6 pour obtenir d'autres copies conformes de la formule B-13 si, pour quelque raison, il fallait retourner certaines marchandises au Canada. Il faut toujours joindre, à titre de preuve d'exportation, deux copies numérotées de la formule B-13 à la déclaration douanière. On peut obtenir des formules B-13 à la douane canadienne.

### **Renseignements sur les douanes américaines et l'accès au marché**

Pour réussir sur le marché américain, un exportateur canadien a besoin de renseignements sur l'accès au marché, qui figurent dans deux catégories fondamentales: les renseignements sur les douanes et les autres renseignements. La première catégorie vise la documentation, la classification tarifaire, la valeur des droits de douane; la deuxième catégorie englobe les diverses lois américaines touchant les importations, notamment celles portant sur les aliments et les drogues, la sécurité des produits de consommation, la protection de l'environnement et le reste. Les exportateurs sont priés d'obtenir tous les renseignements sur l'accès au marché pour tous les nouveaux produits à commercialiser aux États-Unis, auprès de la Division des États-Unis du ministère de l'Industrie et du Commerce, à Ottawa. La Division entretient des liens avec la douane américaine et d'autres organismes au nom d'exportateurs canadiens; au cours des années, elle a

acquis des connaissances approfondies des règlements d'interprétation et d'implantation régissant l'accès des importations au marché américain. L'adresse est la suivante:

Division des États-Unis  
Bureau de l'Hémisphère occidental  
Ministère de l'Industrie et du Commerce  
235, rue Queen  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0H5  
Tél. (613) 996-5471

## **Règlements douaniers, documentation, classification tarifaire et valeur en douane aux États-Unis**

### **Demande concernant les décisions anticipées**

La Division des États-Unis peut obtenir **une décision douanière anticipée** de Washington, au compte d'un exportateur canadien, pour les articles qui n'ont pas été exportés et qui ne sont pas actuellement à l'étude au bureau de la douane américaine (Customs Service), à condition que les renseignements suivants soient fournis. Tout manquement à cette règle entraînera des retards et la confusion pour l'exportateur.

### **Renseignements généraux**

- a) Nous avons besoin d'une demande écrite, signée par une personne directement intéressée à la question, en indiquant que la marchandise ou l'objet de la demande n'a pas été étudié ou n'est pas à l'étude au bureau de district de la douane américaine.
- b) En outre, il faut inclure une déclaration concernant tous les faits se rapportant à la transaction, notamment les noms et adresses, et autres renseignements portant sur les parties intéressées (si elles sont connues), le "port" d'arrivée prévu aux États-Unis et une description de la transaction dont les détails sont pertinents à la décision demandée.

### **Décision sur la classification tarifaire**

Outre les renseignements susmentionnés, il faut fournir les renseignements suivants pour obtenir une décision concernant la classification tarifaire:

- 1) une description complète de l'article,
- 2) la principale utilisation de l'article aux États-Unis,
- 3) la description commerciale, usuelle ou technique,
- 4) pour les objets de métal, de bois et de minéraux, ou de combinaisons de ces matériaux, inclure une déclaration des quantités relatives (poids et volume) et la valeur de chacun pour en déterminer le matériau principal (valeur et poids),
- 5) pour les produits de textiles, décrire suivant la méthode mentionnée au numéro 4) et inclure la méthode de confection, par exemple tricot ou tissé, les fibres présentes en pourcentage de valeur et s'il s'agit d'un vêtement, à qui il est destiné,
- 6) pour les produits chimiques, les déterminer suivant leurs spécifications et analyse chimique et inclure un échantillon aux fins de la douane américaine; il faut mentionner si la formule comprend un produit chimique du type benzénique ou ses dérivés, indiquant la fonction d'un tel produit chimique dans l'article;
- 7) présenter des photographies, dessins ou autres illustrations des articles, lorsqu'il n'y a pas d'échantillons.

### **Appréciation des marchandises**

Outre les renseignements mentionnés aux numéros a) et b), il faut inclure:

- 1) tous les renseignements requis sur une facture douanière spéciale des États-Unis, formule 5515;
- 2) la nature de la transaction, soit FOB, CAF à l'usine ou autre disposition;

- 3) les rapports entre les parties (s'il y a lieu), s'il s'agit d'un rapport entre groupes traitant à distance et, s'il y a eu d'autres ventes de marchandises semblables dans le pays d'exportation, l'existence d'un organisme et une explication ou copie de tout accord, contrat ou autre document pertinent;
- 4) une description complète de la marchandise dans le but de déterminer si l'article 402 ou 402 a) du *Tariff Act of 1930* (Tarif des douanes de 1930) s'applique et autres renseignements pertinents requis aux termes de l'article approprié.

**Remarque:** il faut indiquer clairement tout renseignement privilégié ou confidentiel, en joignant une explication quant à son caractère confidentiel.

#### **Demande concernant les décisions sur avis interne**

Le paragraphe 177.1 (a) (2) du *Customs Regulations of the United States* (Règlements douaniers des États-Unis) exige que les questions découlant des transactions en cours ou achevées soient résolues pour la PROCÉDURE D'AVIS INTERNE (Internal Advice Procedure) au port d'entrée. La demande d'avis interne peut être présentée par l'importateur ou son agent en douane. Le bureau du district examinera la demande et informera l'importateur de tout point avec lequel il n'est pas d'accord. La Division des États-Unis peut fournir des suggestions et des conseils précieux quant aux questions de droit et aux pratiques douanières qui pourraient appuyer le cas des importateurs.

Les demandes d'avis à la Division des États-Unis doivent renfermer:

- 1) des copies de **tous** les documents rattachés à l'entrée de la marchandise à laquelle se rapporte la demande, y compris ceux émis par la douane américaine;
- 2) une déclaration de **tous** les faits rattachés à la transaction d'un point de vue commercial, notamment les pratiques de facturation nationales et étrangères, la politique des listes de prix, l'utilisation finale des marchandises, la documentation, les dessins, photographies, mode d'expédition et tous les autres renseignements pertinents;
- 3) une déclaration selon les grandes lignes contenues sous la rubrique "Demande concernant les décisions anticipées"; la douane américaine peut, à son gré, refuser d'examiner une demande d'avis interne si elle juge qu'il y a un précédent clair et net qui appuie sa position; si l'importateur n'est pas d'accord avec cette position, il peut la contester et demander une révision de cette décision par la procédure dite "Protest Review Decision".

#### **Demande de révision d'une décision de la douane**

Lorsqu'un importateur n'est pas d'accord avec une décision de la douane, il peut demander un "Protest Review", dans les 90 jours qui suivent la date de liquidation. La Division des États-Unis peut aider l'importateur et son agent en fournissant des conseils et des suggestions sur lesquels peut s'appuyer le cas de l'importateur.

#### **Déclaration en douane**

Les produits peuvent être "déclarés de consommation" au "port" d'entrée aux États-Unis, situé sur le littoral ou à la frontière à l'intérieur, ou ils peuvent être transportés en douane (in bond) et déclarés de consommation au bureau d'entrée intérieur.

Dans le cas du transport en douane à un port d'entrée intérieur, une déclaration de transport immédiat (I.T.) doit être remplie sur les lieux 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 de consommation au bureau d'arrivée le plus proche ou le plus approprié. Ainsi, il peut rester en étroite communication avec l'agent en douane et les douaniers américains de ce bureau. Cependant, si l'acheteur américain a l'intention de faire lui-même les déclarations, il lui conviendra peut-être de faire transporter les produits en douane du bureau d'arrivée au bureau 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 agents 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 compagnies de messagerie par chemin de fer, ou autres compagnies de transport, peuvent être appelées, dans certains cas, à déclarer les marchandises à la douane au nom de l'exportateur. Si un envoi suscite un problème ou une difficulté particulière à cet égard, les transporteurs peuvent s'en remettre à un courtier en douane américain et les frais sont supportés par l'exportateur.

Les marchandises peuvent être déclarées par le consignataire dont le nom figure sur le connaissement d'accompagnement, ou par le porteur du 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. En général, la déclaration est faite par un particulier ou une société que le transporteur, pour la douane, a certifié comme propriétaire des marchandises. Lorsque les marchandises ne sont pas déclarées par un transporteur public, le fait de les posséder, à l'entrée aux États-Unis, est une preuve suffisante du droit d'importation.

Un non-résident des États-Unis, de même qu'une société en nom collectif non-résidente et une société étrangère, peut déclarer ses propres marchandises. Mais la société de garantie, qui émet tout cautionnement douanier exigé d'un non-résident, d'une société en nom collectif ou d'une société étrangère, peut déclarer ses propres marchandises. Mais la société de garantie, qui émet tout cautionnement douanier exigé d'un non-résident, d'une société en nom collectif ou d'une société étrangère 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 résidant dans l'État d'entrée qui soit autorisé à accepter une sommation de comparaître, au nom de la société.

En général, afin de faciliter le dédouanement, il est préférable de s'adresser à un agent en douane qui détient un permis aux États-Unis et qui peut donner des renseignements au sujet des services qu'il offre, des droits de courtage et d'autres questions connexes.

## Documentation

Normalement, un connaissement et une facture spéciale de la douane américaine 5515 et (ou) une facture commerciale (les deux de préférence) sont les seuls documents requis lors d'un envoi aux États-Unis. Il est préférable de se servir d'une machine à écrire pour remplir ces documents ou s'assurer, du moins, qu'ils sont lisibles. Remarque: l'emploi d'encre rouge est proscrit.

## Le connaissement

Les autorités douanières américaines exigent habituellement un connaissement pour l'envoi de marchandises canadiennes, mais elles acceptent le reçu d'expédition si elles sont convaincues qu'on n'a pas émis de connaissement. La douane permet l'entrée ou la mainlevée des marchandises sans connaissement, 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 suffira.

## La facture

On doit joindre à la déclaration d'entrée une facture douanière (formule 5515) pour les envois supérieurs à \$500, frappés d'un taux du droit ad valorem, exemptés de droits à certaines conditions ou passibles de droits à cause de leur valeur. Des exemplaires de la facture commerciale suffisent toutefois pour les envois de marchandises d'une valeur globale inférieure à \$500 pour les envois en franchise ou ceux frappés d'un taux de droit particulier.

## Remplir la formule 5515

On peut se procurer gratuitement les formules douanières aux consulats des États-Unis au Canada ou dans les papeteries commerciales. La douane n'exige qu'un exemplaire de la formule, mais on en présente habituellement trois: le premier est conservé par la douane aux fins d'examen des marchandises, le deuxième est joint aux documents d'entrée et le troisième est versé aux dossiers de l'agent en douane.

Les directeurs des bureaux de district peuvent ne pas exiger de factures spéciales ou commerciales s'ils ont l'assurance que l'importateur, pour des raisons qui ne dépendent pas de lui, ne peut produire une facture exacte et complète; que le classement, l'évaluation et la liquidation peuvent se faire sans une telle facture. Dans ces cas, l'importateur doit joindre à la déclaration:

- 1) toute facture du vendeur ou de l'expéditeur,
- 2) un compte rendu indiquant en détail toutes les inexactitudes ou les omissions de la facture,
- 3) une facture pro forma validée, et
- 4) tout autre renseignement nécessaire au classement ou à l'évaluation.

Il faut parfois joindre des renseignements particuliers, dans le cas de certaines catégories de marchandises, lorsque la facture douanière ou la facture commerciale ne contient pas tous les renseignements pertinents pour le classement.

## Liste d'emballage

Les autorités douanières américaines exigent que l'exportateur joigne une liste d'emballage détaillée, dûment remplie en trois exemplaires, sur laquelle figure le contenu de chaque boîte, baril ou paquet compris dans l'envoi. Si tous les paquets de l'envoi sont identiques, on peut le déclarer sur la facture et indiquer la quantité d'articles de chaque contenant.

## Acquittement des droits

Il n'existe aucune disposition permettant de payer les droits avant l'exportation aux États-Unis, mais l'exportateur canadien peut communiquer avec un agent 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 pour entreposage) au bureau de douane, mais le montant n'est évalué qu'au moment de l'importation. Ce n'est qu'après avoir liquidé la déclaration que l'on établit le taux final et les droits à acquitter; et, il incombe à la personne ou à la société, au nom de laquelle la déclaration d'entrée est enregistrée, de les payer.

## Importation temporaire en franchise

Certains articles qui ne sont pas importés pour la vente peuvent entrer aux États-Unis en franchise, sur versement d'un cautionnement. Dans la plupart des cas, ces articles doivent être réexportés dans l'année qui suit leur importation. Sur demande au directeur de district, il est possible de faire prolonger cette période jusqu'à trois ans.

Ces articles comprennent notamment:

- les articles servant aux réparations, aux modifications et à la transformation (mais non à la fabrication);
- les échantillons de vêtements féminins fabriqués par les manufacturiers et qui ne sont pas destinés à la vente;
- les échantillons de commande non destinés à la vente (à l'exclusion des clichés de photogravure pour la reproduction);
- les films publicitaires;

- les articles servant à des tests, des expériences et des examens (on peut inclure dans cette catégorie, les plans, les bleus ou les photographies utilisés dans le cadre d'études ou d'expériences); dans ces cas, on doit produire, comme preuve satisfaisante de destruction au cours des tests, une attestation de destruction pertinente, qui dégagera l'importateur de la nécessité de réexporter le produit en question;
- les contenants utilisés pour le transport des marchandises;
- les échantillons importés par les dessinateurs et les photographes uniquement à des fins d'illustration;
- l'équipement professionnel, outils de travail, pièces de réparation pour l'équipement ou les outils admis dans la présente catégorie et matériel de camping; tous les articles susmentionnés doivent être importés par ou pour des non-résidents qui séjournent temporairement aux États-Unis et à leur intention;
- les articles de conception spéciale servant temporairement et exclusivement à la production d'articles d'exportation;
- les oeuvres d'art, photographies, appareils servant 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 dans les expositions et des campagnes de promotion de l'art, de la science et de l'industrie;
- les automobiles, châssis, carrosseries et 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 de voyageurs de commerce**

Les échantillons qu'un voyageur de commerce transporte avec lui peuvent être admis au pays et inscrits sur la déclaration de l'importateur, sans passer par les voies officielles. Dans ce cas, il faut fournir une liste descriptive précise ou une facture douanière spéciale. Le voyageur de commerce doit alors remettre un cautionnement personnel pour garantir l'exportation des échantillons en temps voulu, sous la surveillance des douanes américaines. Si les échantillons ne sont pas exportés, le voyageur de commerce perd ses privilèges pour les prochains voyages.

### **Statuts américains sur les droits antidumping et les droits compensateurs**

En raison de la complexité de ces statuts, les exportateurs sont invités à communiquer avec la Division des États-Unis du ministère de l'Industrie et du Commerce, qui répondra à toute question particulière.

#### **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 antidumping peut être déposée devant le *Treasury Department* (le Trésor) des États-Unis. La pétition d'antidumping doit renfermer des renseignements pour prouver les allégations de dumping, ainsi que des preuves de préjudice subi par l'industrie américaine touchée.

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

1. 30 jours suivant la réception de la pétition d'antidumping, le secrétaire au Trésor doit décider s'il y a lieu de mener une enquête;
2. six mois (neuf dans certains cas) suivant le début de l'enquête, le secrétaire au Trésor doit rendre une première décision sur la question de savoir si les ventes s'effectuent ou non à des prix inférieurs à la juste valeur marchande (sous-évalués);
3. si les ventes ont été effectuées à des prix inférieurs à la juste valeur marchande, la question sera transmise à la Commission américaine sur le commerce international (U.S. International Trade Commission) pour déterminer le préjudice causé, dans les trois mois qui suivent la date de renvoi à la Commission;
4. si ladite Commission trouve qu'il y a eu préjudice à l'endroit d'une industrie américaine, une décision d'antidumping sera rendue.

## **Droits compensateurs**

En vertu des statuts américains sur les droits compensateurs, des droits de douane supplémentaires peuvent être imposés sur les articles passibles de droits importés aux États-Unis s'il y a eu prime ou subvention pour la production en usine ou l'exportation. Le *Trade Act* (Loi sur le commerce) des États-Unis a élargi l'étendue du statut sur les droits compensateurs pour inclure les biens en franchise. Cette modification assujettit à cette loi 70% des exportations canadiennes à destination des États-Unis, qui étaient exemptes auparavant. L'application des droits compensateurs sur les marchandises en franchise sera assujettie à une décision sur l'existence de préjudice rendue par la Commission américaine sur le commerce international (International Trade Commission).

## **Marquage des marchandises**

### **Nom du pays d'origine**

Le pays d'origine des marchandises doit être inscrit en anglais, lisiblement et bien en vue.

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 les derniers acheteurs prennent possession des articles.

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

La douane (Customs Service) des États-Unis peut exempter certains articles de cette obligation. Dans le cas, le contenant doit être marqué correctement.

### **Indication de la composition**

Tous les produits contenant de la laine (sauf les moquettes, tapis, carpettes, tapisseries d'ameublement et articles fabriqués plus de 20 ans avant l'importation), doivent porter le nom du fabricant ou de la personne qui les commercialise, et une description de leur composition. À défaut de ces renseignements, les produits peuvent être marqués sous la surveillance des douanes américaines.

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

Il faut indiquer, sur les produits en fourrure, le type (espèce d'animal), le pays d'origine et le nom du fabricant; de plus, il faut préciser si ces produits sont usagés, décolorés ou teints et s'ils sont composés principalement de pattes, de queues, de ventres ou de restes de fourrure.

### **Étiquetage des aliments**

Tous les aliments, produits pharmaceutiques et produits de beauté importés sont inspectés par la *Food and Drug Administration* (Administration des aliments et drogues) des États-Unis au moment de leur entrée. Ladite administration ne peut pas juger si un chargement satisfait aux exigences avant qu'il ne soit arrivé et présenté à la douane. Toutefois, elle peut se prononcer sur les projets d'étiquettes ou répondre à des demandes de renseignements émanant d'importateurs et d'exportateurs.

On peut obtenir des conseils sur les étiquettes pour aliments auprès de la Division des États-Unis, ministère de l'Industrie et du Commerce, 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 narcotiques, 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 la douane (Customs Service) des États-Unis. Les produits de la 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 prolongées, 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 au service du gouvernement canadien.

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

### **Végétaux et produits végétaux**

L'importateur doit détenir un permis du *Department of Agriculture* (ministère de l'Agriculture).

Certains règlements peuvent restreindre ou prohiber les importations. Les expéditions de semences et de criblures agricoles et potagères, régies par les règlements établis en vertu de la *Federal Seed Act* des États-Unis, sont retenues le temps qu'il faut pour procéder au prélèvement et à l'analyse d'échantillons.

### **Expéditions postales**

Les envois dont la valeur totale n'excède pas un dollar (en devises américaines) sont exempts de droits d'entrée. Les expéditions commerciales dont la valeur excède un dollar doivent contenir une facture commerciale ainsi qu'une déclaration en douane rédigée sur une formule fournie par la Poste canadienne; il faut également y joindre une description précise du contenu et en préciser la valeur. La formule de déclaration en douane doit être solidement fixée 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 porteront une mention telle que "No 2 of 3, Invoice Enclosed in Package No. 1". Une expédition d'une valeur totale supérieure à \$500 doit inclure une facture douanière spéciale (formule no 5515) accompagnée de toute précision nécessaire. On livre au destinataire les expéditions dont la valeur est inférieure à \$250. Le facteur se charge du recouvrement des droits ainsi que des frais de livraison. Les colis contenant des cadeaux véritables, à l'exception de boissons alcooliques, de produits de tabac et de parfums, et adressés à des résidents des États-Unis, sont admis en franchise; toutefois, une personne ne peut recevoir pour plus de \$10 de cadeaux le même jour. Il n'y a pas, dans le cas de cadeaux, de frais de livraison postale. Il faut préciser sur le colis qu'il s'agit d'un cadeau et en indiquer la valeur et le contenu.

### **Renvoi de marchandises américaines**

Les produits américains qui sont renvoyés sans preuve de revalorisation ou d'amélioration manifeste sont admis en franchise.



Quand on exporte un article des États-Unis pour lui faire subir des réparations ou modifications, la valeur des réparations ou des modifications est sujette à des droits de douane. L'expression "réparations 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 renvoyé 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, à condition que le produit transformé au Canada soit renvoyé à l'exportateur original pour lesdits travaux.

Le coût ou la valeur des pièces d'origine américaine utilisées dans la production de marchandises importées 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 nettoyage, graissage et peinture. Des formalités de douane particulières s'appliquent à l'exportation et au renvoi de marchandises américaines. On peut obtenir des renseignements à ce sujet en communiquant avec des spécialistes en importation des États-Unis, aux postes de douane ou avec la Division des États-Unis, Bureau de l'Hémisphère occidental, ministère de l'Industrie et du Commerce, Ottawa.

### **Droits de douane sur les contenants**

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

- 1) les contenants et récipients américains, y compris les pièces et les douves fabriquées aux États-Unis et destinées 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.

Par contre, on prélève des droits de douane sur les contenants n'effectuant qu'un seul voyage.

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

Rien ne peut remplacer une visite personnelle. Même si une lettre vaut mieux que rien, elle n'excite pas tellement la curiosité de l'homme d'affaires américain. En trois mots, *il veut voir*.

### **Services offerts par le délégué commercial**

La Division commerciale du Consulat du Canada à Chicago jouit d'une organisation qui lui permet d'établir la liaison entre les hommes d'affaires canadiens et leurs homologues américains de la région. Elle recherche activement les débouchés pour le Canada dans le territoire qu'elle dessert et les transmet aux sociétés qu'elle croit intéressées et en mesure d'y répondre. Elle organise des rencontres entre acheteurs et vendeurs éventuels et leur fournit des conseils utiles, s'il y a lieu. Elle effectue des études de marché d'envergure raisonnable à l'intention des sociétés, représentants, distributeurs ou autres débouchés recommandés du Canada. La salle Maple Leaf du Consulat général peut servir à des expositions de produits ou à des démonstrations sur place. Le Consulat est ouvert de 9 h. à 17 h., du lundi au vendredi.

### **Communiquez avec le délégué commercial**

Lorsque vous préparez votre première tournée commerciale à Chicago, prenez soin de prévenir la Division commerciale du 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 leur rendrez grandement service si vous calculez les prix CAF d'une partie au moins de votre gamme de produits. Vous devriez inclure également la liste des contacts déjà établis auprès des hommes d'affaires de la région.

Grâce à ces renseignements, le personnel de la Division se fera un plaisir de vous dresser un itinéraire provisoire et de prendre, en votre nom, des rendez-vous que vous pourrez confirmer à votre arrivée. Vu le nombre croissant d'hommes d'affaires qui visitent nos postes 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 du congé de Noël et du mois d'août. Rappelez-vous que les calendriers d'achats peuvent être quelque peu différents des calendriers canadiens. La Division commerciale est disposée à vous aider.

## Moyens de transport (vous et vos produits)

### Lignes aériennes

Les services suivants peuvent vous mener à Chicago, à partir de:

Toronto: Air Canada, American Airlines, United Airlines

Montréal: Air Canada, American Airlines

Winnipeg: North Central Airlines, Northwest Airlines

Calgary: Air Canada

Vancouver: Air Canada, United Airlines

Des vols de correspondance, vers toutes les villes importantes du territoire, sont faciles à obtenir à l'aéroport O'Hare de Chicago.

### Transport ferroviaire

Grand Tronc: 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 ( 492 mi.)	932 km ( 579 mi.)	1189 km ( 739 mi.)	1559 km ( 969 mi.)	1516 km ( 942 mi.)
Montréal	1332 km ( 828 mi.)	1472 km ( 915 mi.)	1730 km (1075 mi.)	2100 km (1305 mi.)	2057 km (1278 mi.)
Winnipeg	1339 km ( 832 mi.)	1221 km ( 759 mi.)	1582 km ( 983 mi.)	1361 km ( 846 mi.)	1046 km ( 650 mi.)
Calgary	2578 km (1602 mi.)	2461 km (1529 mi.)	2816 km (1750 mi.)	2500 km (1554 mi.)	2185 km (1358 mi.)
Ville de Québec	1591 km ( 989 mi.)	2110 km (1311 mi.)	1989 km (1236 mi.)	2359 km (1466 mi.)	2316 km (1439 mi.)

## VII. ADRESSES UTILES

### Organismes gouvernementaux

Consulat général du Canada  
Suite 2000  
310 South Michigan Avenue  
Chicago, IL 60604  
Tél. (312) 427-1031

Office de tourisme du Canada  
322 South Michigan Avenue  
Chicago, IL 60604  
Tél. (312) 782-3760

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

Bureau du gouvernement du Québec  
35 East Wacker Drive  
Chicago, IL 60601  
Tél. (312) 726-0681

### Banques canadiennes

Banque de Nouvelle-Écosse  
141 West Jackson Boulevard  
Room 2182  
Chicago, IL 60604  
Tél. (312) 427-7130

Banque Canadienne Impériale de Commerce  
135 South LaSalle Street  
Suite 4100  
Chicago, IL 60603  
Tél. (312) 782-2209

Banque Toronto-Dominion  
One First National Plaza  
Suite 2790  
Chicago, IL 60670  
Tél. (312) 346-4628

Banque Royale du Canada  
33 North Dearborn Street  
Suite 1215  
Chicago, IL 60602

Banque de Montréal  
Two First National Plaza  
Suite 2330  
Chicago, IL 60603  
Tél. (312) 726-4573

### Sociétés de transport

Air Canada  
300 N. State Street  
Chicago, IL 60610  
Tél. (312) 527-3940

C P Air  
233 N. Michigan Avenue  
Chicago, IL 60601  
Tél. (312) 565-0033

Canadien National  
105 W. Adams Street  
Chicago, IL 60603  
Tél. (312) 726-2352

Canadien Pacifique  
1 N. LaSalle Street  
Chicago, IL 60602  
Tél. (312) 346-4100



**BUREAUX RÉGIONAUX**

SI VOUS N'AVEZ PAS DÉJÀ COMMERCÉ AVEC L'ÉTRANGER, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC VOTRE BUREAU RÉGIONAL DU MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE

TERRE-NEUVE LABRADOR	127 Water Street C.P. Boîte 6148 Saint-Jean (Terre-Neuve) A1C 5X8	Tél. (709) 737-5511 Télex: 016-4749
NOUVELLE-ÉCOSSE	Suite 1124 Duke Tower 5251 Duke Street Scotia Square Halifax (Nouvelle-Écosse) B3J 1N9	Tél. (902) 426-7540 Télex: 019-21829
NOUVEAU-BRUNSWICK	Suite 642 440 King Street Fredericton (Nouveau-Brunswick) E3B 5H8	Tél. (506) 452-3190 Télex: 014-46140
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	Dominion Building C.P. 2289 97 Queen Street Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard) C1A 8C1	Tél. (902) 892-1211 Télex: 014-44129
QUÉBEC	Suite 620 2, Place Québec Québec (Québec) G1R 2B5	Tél. (418) 694-4726 Télex: 051-3312
Montréal	C.P. 1270, Station B Suite 600 685, rue Cathcart Montréal (Québec) H3B 3K9	Tél. (514) 283-6254 Télex: 012-0280
ONTARIO	Commerce Court West 51st floor C.P. Box 325 Toronto (Ontario) M5L 1G1	Tél. (416) 369-3711 Télex: 065-24378
MANITOBA	507 Manulife House 386 Broadway Avenue Winnipeg (Manitoba) R3C 3R6	Tél. (204) 949-2381 Télex: 075-7624

## SASKATCHEWAN

Pièce 980  
2002 Victoria Avenue  
Regina (Saskatchewan)  
S4P 0R7

Tél. (306) 569-5020  
Télex: 071-2745

ALBERTA  
TERRITOIRES  
DU NORD-OUEST

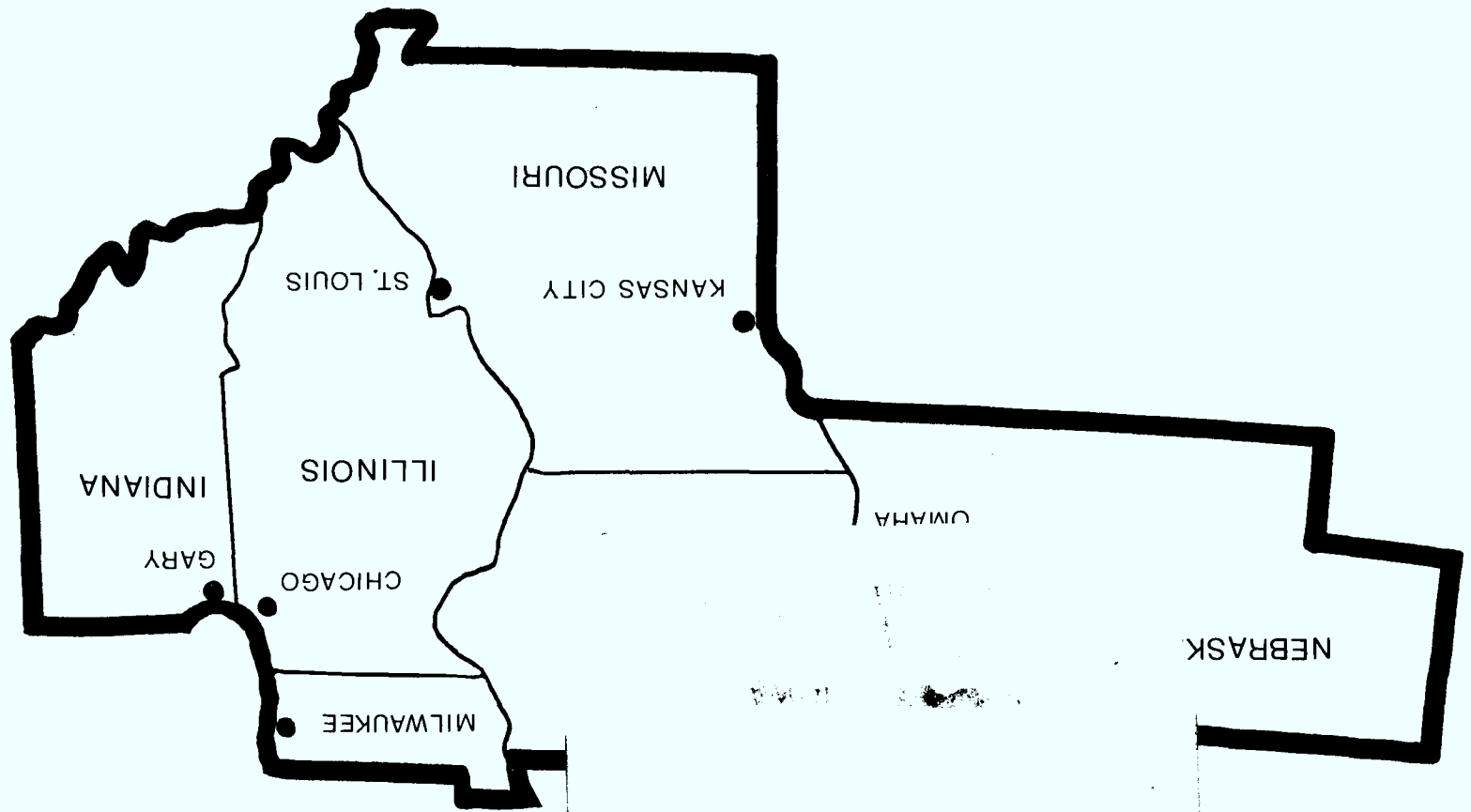
500 Macdonald Place  
9939 Jasper Avenue  
Edmonton (Alberta)  
T5J 2W8

Tél. (403) 425-6330  
Télex: 037-2762

COLOMBIE-  
BRITANNIQUE  
YUKON

C.P. 49178  
Suite 2743  
Bentall Centre  
Tower "III"  
595 Burrard Street  
Vancouver (Colombie-Britannique)  
V7X 1K8

Tél. (604) 666-1434  
Télex: 04-51191



INDUSTRY CANADA / INDUSTRIE CANADA



222372

