

Améliorez votre stratégie d'exportation et expédiez efficacement du Canada vers les É.-U.

Un guide pratique pour
s'y retrouver dans les
complexités de l'expédition
transfrontalière



San Francisco, CA, États-Unis



Vous songez à étendre vos activités aux É.-U., mais la paperasse et les frais et droits additionnels vous découragent un peu? Dommage. Vous ratez probablement une énorme occasion de croissance. Le vaste territoire des É.-U., le processus de dédouanement simplifié et les accords commerciaux (comme l'[ACEUM](#)), sans oublier la proximité du Canada, font en sorte que bien des entreprises canadiennes qui envisagent la prochaine étape de leur expansion optent pour nos voisins du Sud.

Avantages d'une expansion aux É.-U. :

- ✓ Accroître la notoriété de la marque dans de nouveaux marchés et devancer la concurrence.
- ✓ Étendre ses activités à de nouvelles régions, atteindre une nouvelle clientèle et un plus grand éventail de segments de marché.
- ✓ Accéder à un plus grand bassin de données sur le marché.

Les entreprises canadiennes ont la cote chez nos voisins du Sud

- ✓ L'ACEUM et l'article 321 simplifient la tâche des entrepreneurs canadiens qui veulent faire affaire avec les É.-U..
- ✓ Les [importations](#) des É.-U. en provenance du Canada continuent d'augmenter : en 2021, elles totalisaient 357,2 milliards de dollars, soit une hausse de 32,1 % (86,8 milliards de dollars) par rapport à l'année précédente.
- ✓ Le marché américain est la plus grande économie nationale du monde, et on estime son PIB à plus de 20 billions de dollars.

Ce guide détaillé vous aidera à comprendre comment exporter du Canada vers les É.-U. Il vous fournira aussi des outils pratiques ainsi que des conseils pour bien vous préparer à tirer parti d'un nouveau marché.

Étape 1: Évaluer le marché – Le marché américain convient-il à votre entreprise? Commencez par évaluer votre potentiel commercial aux É.-U. et par comprendre votre concurrence.

Étape 2: S'assurer de l'adhésion au projet – Vos intervenants sont-ils intéressés par une expansion vers le marché américain? Votre stratégie d'exportation a-t-elle leur aval? Il faudra peut-être investir un certain montant pour vous assurer de réaliser des gains à long terme.

Étape 3: Exigences douanières – Que faut-il savoir sur les codes SH, les documents et les droits de douane? Préparez les bons documents pour vous assurer que vos envois ne sont pas retenus à la frontière et prenez soin d'examiner les dispositions de l'article 321 pour déterminer si votre envoi peut être dédouané en franchise de droits et de taxes aux É.-U.

Étape 4: Capacité de la chaîne d'approvisionnement – Votre chaîne d'approvisionnement peut-elle répondre à la demande du marché américain? Prenez en considération la capacité de votre chaîne d'approvisionnement à l'égard de la demande du marché.

Étape 5: Percer le marché américain – Votre stratégie d'exportation est-elle adaptée au marché des É.-U.? Planifiez la croissance de votre entreprise de façon à cibler des segments de marché bien précis de l'autre côté de la frontière. Demandez-vous si vous voulez vous attaquer à l'ensemble du pays ou seulement à certaines régions en particulier.

Étape 6: Work with the right shipping partner - Choose a reliable and trusted shipping partner to help you simplify the process of cross-border shipping.

Étape 1

Évaluer le marché – Le marché américain convient-il à votre entreprise?

La première étape pour déterminer si votre entreprise est prête à exporter vers les É.-U. consiste à évaluer les éventuels débouchés. Y a-t-il un marché pour vos produits ou services? Les forces et les avantages de votre produit sont-ils attrayants pour le marché américain? Votre entreprise est-elle bien positionnée pour se démarquer de la concurrence? La bonne nouvelle, c'est que le marché américain est **10 fois plus** grand que le marché canadien.

New York, NY, États-Unis



Le marché américain est

10x

grand que le marché canadien.

À vous de faire des études de marché pour déterminer [où vous devez exporter aux É.-U.](#) et dans quelles catégories vous voulez concentrer vos efforts. Voici trois cadres de travail de base pour vous aider à évaluer votre potentiel sur le marché :



C'est votre première fois? Cette [liste de vérification pour l'exportation aux É.-U.](#) est un excellent outil pour évaluer votre capacité à percer le marché américain.

Cadre de travail	L'objectif principal	Questions à poser
Test d'attractivité du marché	Évaluer le potentiel d'un marché en posant des questions pertinentes pour votre industrie et votre marché cible.	<ul style="list-style-type: none"> • Est-ce que mon secteur présente un potentiel de croissance suffisant? • Les gens sont-ils prêts à payer pour ce produit en ce moment? • Y a-t-il des marchés mal desservis sur lesquels je devrais d'abord me concentrer? • Comment fonctionne la chaîne d'approvisionnement dans cette région : qui s'occupe de la livraison en fin de parcours et où se trouvent les centres de distribution?
Analyse de la concurrence	Se familiariser avec la concurrence dans le marché cible et déterminer la viabilité sur le marché.	<ul style="list-style-type: none"> • Ma gamme de produits ou de services est-elle d'une qualité supérieure à celle de la concurrence? • Puis-je offrir un produit ou un service qui n'est pas déjà offert? • Est-ce que j'excelle dans le service à la clientèle ou les délais de livraison?
Analyse VRIO (Valeur, Rareté, Imitabilité et organisation) analyse	Utilisez le cadre d'analyse VRIO pour déterminer si les ressources et les capacités de votre organisation lui procurent un avantage concurrentiel à long terme.	<ul style="list-style-type: none"> • Valeur : Est-ce que j'offre une ressource qui procure une valeur ajoutée pour ma clientèle? • Rareté : Est-ce que je contrôle une ressource rare? Est-ce que j'ai une capacité unique? • Imitabilité : Est-il difficile ou coûteux pour la concurrence de reproduire ou d'imiter mes capacités? • Organisation : Est-ce que les processus et les structures de gestion de mon entreprise me permettent de tirer parti de mes ressources et de mes capacités?



À la recherche d'autres astuces pour démystifier l'exportation? **Améliorez votre stratégie d'exportation** grâce à nos six conseils pratiques.



Étape 2

S'assurer de l'adhésion au projet – Vos intervenants sont-ils intéressés par une expansion vers le marché américain?

Une fois que vous avez établi que des débouchés existent pour votre produit ou service, vous devez vous assurer qu'il y a au sein même de votre organisation un intérêt suffisant pour élaborer votre stratégie d'exportation.

Si les efforts du personnel peuvent certes contribuer à la croissance, il faut au départ un engagement de la part de toute l'équipe de direction.

Votre équipe est-elle prête à investir dans ce projet d'expansion vers les É.-U.?

L'expansion ne se fait pas sans investissements : recrutement, formation, déplacements fréquents à destination et en provenance des États-Unis... Il faudra également investir dans

l'exécution, notamment en ce qui concerne l'achat de boîtes, de sacs et d'étiquettes spéciales, les livraisons en fin de parcours et les trajets plus longs. Si tout se déroule comme prévu, le retour sur l'investissement se fera en un rien de temps. Mais il faut être prêt à mettre la main au portefeuille.

Votre entreprise est-elle engagée dans une démarche de croissance durable?

Les frais d'[expédition du Canada vers les É.-U.](#) peuvent être plus élevés. Vous devez tenir compte de ce qu'un déménagement au sud de la frontière signifiera, de la façon dont vous arriverez à maintenir vos activités, puis à les développer. Et comment allez-vous obtenir l'adhésion de vos employés? Sans cet engagement envers une croissance durable, vous devrez peut-être revoir votre approche.



Le Canada et les États-Unis sont des marchés semblables à bien des égards, mais leurs positions en matière de développement durable et leurs engagements à cet égard, eux, diffèrent.

Étape 3

Exigences douanières – Que faut-il savoir sur les codes SH, les documents et les droits de douane?

Les [documents](#) manquants et incomplets figurent parmi les principales causes des retards de dédouanement. Préparez-vous et assurez-vous de remplir toute la documentation nécessaire.

Précisions sur l'article 321

Saviez-vous qu'il n'est pas nécessaire de remplir un formulaire de douane pour les envois de minimis (dédouanement en vertu de l'article 321)? Il s'agit d'envois qui respectent les règlements décrits à l'article 321. Pour s'y conformer, les vôtres :

- Doivent avoir une valeur maximale de 800 \$ US;
- Ne doivent être assujettis à aucune exigence des organismes gouvernementaux partenaires;
- Ne doivent être assujettis à aucun quota;
- Ne doivent être assujettis à aucuns droits antidumping et compensateurs.

Consultez [ce guide](#) du Service des délégués commerciaux du Canada pour en savoir plus sur l'article 321.

Que signifie *de minimis*?

La valeur *de minimis* est le seuil établi en vertu de l'article 321. Il est actuellement fixé à 800 \$ US. Ce seuil fait en sorte que les marchandises (à quelques exceptions près) importées aux États-Unis peuvent se prévaloir de l'article 321. Tant que leur valeur n'excède pas le seuil *de minimis* et qu'elles ne sont pas regroupées en plusieurs lots, elles peuvent être considérées comme faisant partie d'une seule commande ou d'un seul contrat.

Déclarations officielles et non officielles

[Deux autres possibilités](#) s'offrent à vous pour faire en sorte que vos marchandises traversent la frontière américaine :

- **Déclarations officielles** : La plupart des marchandises qui entrent aux É.-U. s'inscrivent dans cette catégorie. Il s'agit d'exportations d'une valeur de 2 500 \$ US ou plus qui sont assujetties à un quota ou à des droits antidumping ou compensateurs. Pour ces envois, il faut recourir aux services d'un courtier en douanes autorisé aux États-Unis et présenter des documents de douane complets.
- **Déclarations non officielles** : Il s'agit d'exportations d'une valeur inférieure à 2 500 \$ US qui ne sont pas assujetties à un quota ni à des droits antidumping ou compensateurs. Pour les déclarations non officielles, il suffit de présenter une facture commerciale et un certificat d'origine. Il n'est pas nécessaire de recourir aux services d'un courtier en douanes si l'exportateur est présent ou que le destinataire prend possession de l'envoi au point d'entrée.



À la recherche d'information fiable sur l'expédition de vos marchandises? Grâce à l'[assistant commercial de Purolator](#), accédez facilement aux documents pour les douanes aux États-Unis et les formulaires propres aux organismes gouvernementaux.



Obtenir un numéro d'identification de l'importateur et s'inscrire comme exportateur

Lorsque vous expédiez des envois d'une valeur supérieure à 2 500 \$ US, vous devez indiquer le numéro d'inscription de l'entreprise du consignataire final auprès de l'IRS, son numéro d'identification de l'employeur ou son numéro de sécurité sociale. Ces méthodes constituent ce qu'on appelle le numéro d'identification de l'importateur. En outre, toutes les entreprises doivent s'inscrire comme exportateur auprès de l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) et obtenir un [numéro d'entreprise](#).



Rassembler les bons documents

✓ Connaissance/Bordereau d'expédition

Un connaissance désigne tout document d'expédition, toute étiquette, tout bordereau d'expédition, tout manifeste ou tout autre document similaire utilisé par le transporteur pour accepter des envois pour transport. Il contient des renseignements sur les marchandises expédiées, notamment le type, la destination, la quantité, la taille et le poids, ainsi les coordonnées de la personne-ressource.

✓ Facture commerciale

La facture commerciale est le document de dédouanement principal. Elle fournit des renseignements sur les produits expédiés, à savoir leur description, leur valeur, le pays d'origine, la quantité et les modalités et conditions de la transaction. Certains transporteurs vous permettent de transmettre cette information par voie numérique. Cette façon de faire accélère les démarches et permet un processus plus écologique, surtout lorsque vous expédiez plusieurs envois à la fois. Pour les factures papier, apposez une copie sur le côté du colis à destination des États-Unis et ajoutez-en une autre à l'intérieur de celui-ci.

✓ Permis d'importation ou d'exportation

Un permis spécial d'importation ou d'exportation pourrait être exigé si votre produit ou envoi est réglementé. Les exportateurs de dispositifs médicaux, par exemple, doivent disposer d'une licence d'établissement d'instruments médicaux (LEIM) valide.

✓ La Certification de l'origine de l'ACEUM)

Ce document sert à demander un traitement tarifaire préférentiel en vertu de l'[ACEUM](#) pour les envois admissibles.



Comprendre les codes du Système harmonisé, ainsi que les droits et les tarifs applicables

Les droits de douane sont calculés sur les envois importés en fonction du traitement tarifaire applicable aux produits qu'ils contiennent. Ces frais sont payés à la U.S. Customs Border and Protection Agency (CBP). Tous les types de produits négociés sont dotés d'un code correspondant à dix chiffres du Système harmonisé (SH). Vous pouvez utiliser l'[assistant commercial de Purolator](#) pour trouver des renseignements exacts sur le code SH et calculer les droits à payer.

Quels sont les principaux changements découlant de la transition de l'ALENA à l'ACEUM? Ce que les exportateurs doivent savoir

L'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) est l'accord qui a remplacé l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) en juillet 2020. L'ACEUM facilite l'expédition transfrontalière grâce à la simplification de la documentation, à des règlements rédigés dans un langage simple et à un accès plus facile aux chaînes d'approvisionnement des États-Unis et du Mexique.

Maintenant que l'ACEUM est en place, les exportateurs doivent être au courant de changements importants, notamment les seuils minimums, les procédures pour la certification de l'origine et les règles particulières pour les secteurs comme l'agriculture et l'automobile. Assurez-vous de comprendre les répercussions de ces changements sur votre entreprise et ce que vous devez faire pour être conforme, faute de quoi vous pourriez devoir payer des tarifs, des amendes et des suppléments, ou même des pénalités en cas de fraude alléguée aux douanes.

Vous trouverez ci-dessous les réponses aux principales questions au sujet de l'expédition à partir du Canada dans le cadre de l'ACEUM :

- **Quelles sont les nouvelles exigences pour la certification de l'origine?**

Les exportateurs ne sont plus tenus de remplir un document officiel de certification d'origine. Les expéditeurs peuvent plutôt utiliser des documents informels, comme des factures commerciales, à faire remplir par l'importateur, l'exportateur ou le producteur. Bien qu'il n'y ait pas de certificat officiel, [une liste d'exigences](#) indique les conditions à respecter pour qu'un document soit considéré comme un [certificat d'origine](#).

- **Y aura-t-il une période pendant laquelle la Certification de l'origine de l'ALENA et les règles relatives à la certification de l'ACEUM pourront être utilisées simultanément?**

Non, maintenant que l'ACEUM est en vigueur, la certification de l'origine de l'ALENA ne sera plus acceptée.

- **Quels sont les seuils de minimis pour les ventes en ligne aux États-Unis?**

Aux États-Unis, le seuil de minimis est de 800 \$ US, ce qui est beaucoup plus élevé qu'au Canada. Cela signifie que les résidents des États-Unis peuvent acheter jusqu'à 800 \$ US de marchandises canadiennes sans avoir à payer de droits ou taxes, ce qui favorise les entreprises canadiennes.

FPour en savoir plus, consultez la page [Comprendre l'ACEUM : Les réponses à vos principales questions](#).



Étape 4

Capacité de la chaîne d'approvisionnement – Votre chaîne d'approvisionnement peut-elle répondre à la demande du marché américain?

✓ Vous avez une chaîne d'approvisionnement bien adaptée

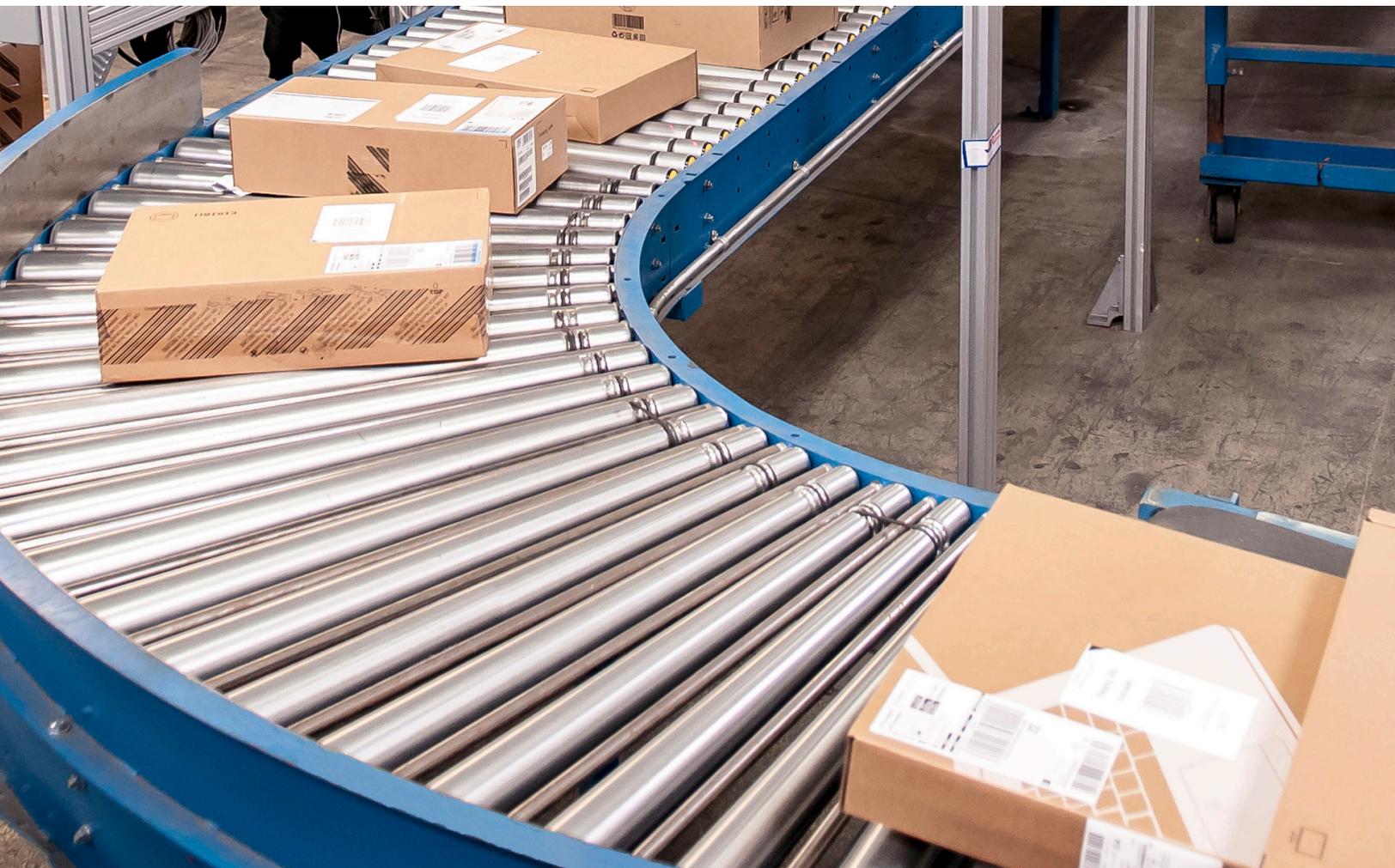
Vous devrez vous assurer que tous les secteurs de votre entreprise, y compris votre site Web, votre inventaire et votre équipe, peuvent gérer un afflux de clients, de ventes ou d'activités, et ce, sans nuire à la qualité ou au rendement. Pour [bâtir une chaîne d'approvisionnement capable de résister aux changements drastiques](#) tout en répondant aux attentes de la clientèle, il faut se doter d'une stratégie logistique complète et de solutions novatrices.

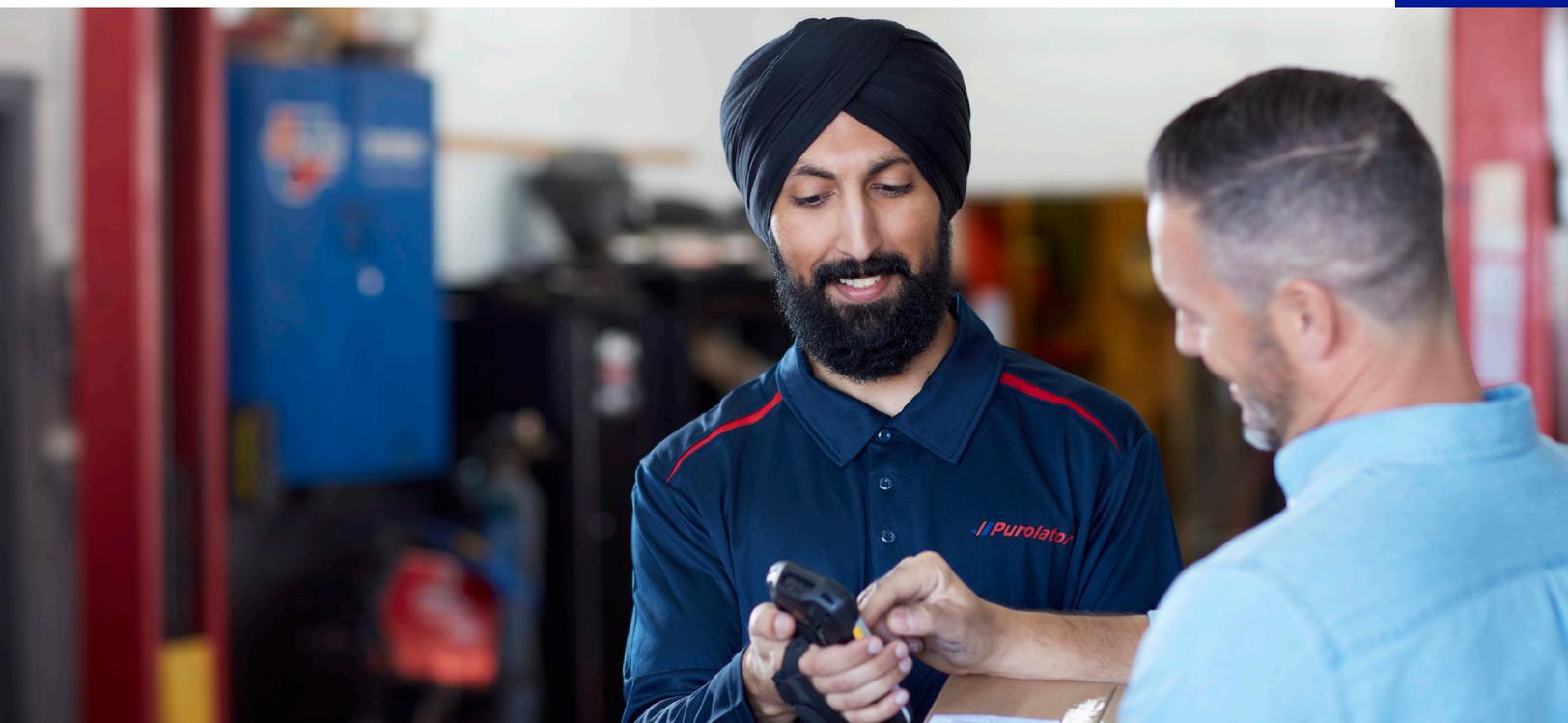
✓ Votre emballage est conçu pour les parcours semés d'embûches

L'expédition transfrontalière peut comprendre de longs déplacements, souvent avec de nombreux transferts, une manutention additionnelle et des accidents de parcours, qui sont inévitables. Même lorsque les marchandises exportées ne sont pas fragiles, il existe un risque que des articles plus lourds et plus volumineux transportés avec vos envois endommagent vos emballages. Lors de chaque expédition, assurez-vous que votre emballage est adéquat et suffisamment robuste pour se rendre à destination en bon état. Vérifiez aussi que les étiquettes sont bien collées et faciles à repérer.

✓ Votre service à la clientèle est prêt pour l'expédition du Canada vers les É.-U.

Chaque fois que votre entreprise apporte des changements à ses activités, vos clients vous poseront des questions. Vos clients internationaux pourraient poser des questions au sujet de l'expédition vers les É.-U. auxquelles vous n'avez pas l'habitude de répondre. Pour assurer une transition en douceur, il est important que votre équipe du Service à la clientèle soit bien informée. C'est donc l'occasion de mettre à jour vos conditions, FAQ et tout autre renseignement en ligne dont elle pourrait avoir besoin.





Étape 5

Percer le marché américain – Votre stratégie d'exportation est-elle adaptée au marché des É.-U.?

Vous avez donc pris la décision d'exporter vos produits aux É.-U. Il faut commencer à planifier votre expansion, maintenant. Sans une stratégie d'exportation optimale, il peut être difficile d'expédier vos produits de l'autre côté de la frontière et aux É.-U. Ces quelques conseils vous aideront à tirer votre épingle du jeu et à mettre sur pied une stratégie solide :

Établir une stratégie en vue de percer le marché américain

Il est essentiel d'élaborer une stratégie solide avant d'entrer sur le marché américain. Commencez par comprendre les [complexités des systèmes de droits et de tarifs douaniers](#) pour éviter les pénalités et les retards. Ensuite, obtenez des partenaires d'exécution des commandes aux É.-U. qui vous aideront à maintenir l'intégrité de votre marque. Pour finir, assurez-vous que votre stratégie comprend un plan pour les clients et les distributeurs afin d'éviter toute complication liée aux aspects financiers ou à l'expédition.



Saviez-vous que le bon fournisseur de services de livraison peut vous aider à **favoriser la fidélité à votre marque**, et même améliorer la réputation de cette dernière?

Sur quelle région des É.-U. orienterez-vous vos efforts de vente?

Le marché américain vous ouvrira les portes d'une toute nouvelle clientèle. Avant de vous lancer, prenez soin de déterminer les segments et les régions où il sera le plus avantageux d'exporter vos produits. Posez-vous certaines questions :

- ✓ Est-ce que mon secteur présente un potentiel de croissance suffisant?
- ✓ Les gens sont-ils prêts à payer pour ce produit en ce moment?
- ✓ Y a-t-il des marchés mal desservis sur lesquels je devrais d'abord me concentrer?
- ✓ Comment fonctionne la chaîne d'approvisionnement dans la région visée?
- ✓ Ma gamme de produits ou de services est-elle supérieure?
- ✓ Est-ce que je suis en mesure d'offrir un produit ou un service qui n'est pas déjà offert?
- ✓ Est-ce que j'excelle dans le service à la clientèle ou les délais de livraison?

Étendez vos activités de vente en ligne

Vous songez à [faire croître vos activités de vente en ligne](#) en vue de percer le marché américain? Tâchez de vous concentrer sur quatre secteurs clés qui vous offriront le plus de valeur.

1. Investissez dans l'automatisation

En investissant dans des outils ou des services qui réduisent les heures passées à effectuer des tâches, vous pourrez exporter davantage de marchandises pour un plus grand nombre de clients, et ce, à un taux d'exécution plus rapide. La gestion des courriels, le suivi du temps, la planification des médias sociaux et la sauvegarde des données sont autant de tâches qui sont généralement faciles à automatiser.

2. Améliorez votre service à la clientèle

Votre entreprise peut se démarquer de ses concurrents et augmenter son taux de fidélisation en personnalisant ses services de soutien à la clientèle et en y apportant une touche humaine (clavardage en direct, FAQ, réponses aux courriels et aux messages de vive voix, présence active sur les réseaux sociaux, etc.).

3. Adaptez votre boutique en ligne

Mettez à jour votre boutique en ligne actuelle ou créez une version qui convient à vos clients américains grâce au référencement naturel à jour, aux méthodes de paiement et aux tarifs adaptés à leurs besoins. N'oubliez pas : les mots-clés de référencement que vous utilisez pour votre boutique aux É.-U. ne généreront pas les mêmes volumes de recherche ni les mêmes cotes que de ce côté-ci de la frontière. Par

conséquent, il convient de prendre soin d'adapter les mots-clés à votre nouveau public. Donnez-lui donc la possibilité de choisir le site.ca ou le site.com! les clients des É.-U. Sauront ainsi qu'ils sont sur la bonne page.

4. Simplifiez la navigation

L'interface de votre site Web doit permettre aux clients de sélectionner vos produits et passer leur commande facilement. Voici quelques conseils pratiques:

- Soyez cohérent. Les couleurs et les motifs utilisés dans votre barre de navigation doivent être les mêmes sur chaque page. De cette façon, votre client saura où regarder s'il veut consulter une autre page. Chaque page doit également être présentée de la même façon.
- Ensuite, essayez de vous en tenir à la règle des trois clics, selon laquelle un client doit pouvoir effectuer une action (comme l'achat d'un produit) en trois clics maximum. Par exemple, à la page du produit, il peut cliquer sur un bouton d'achat, puis faire un clic pour confirmer les détails du paiement et faire un troisième clic pour soumettre sa commande.
- Pour finir, ajoutez un [chemin de navigation](#) convivial. Celui-ci aidera les clients à visualiser leur emplacement sur votre site Web et leur permettra de faire marche arrière facilement.



Vous voulez en savoir plus sur la façon de faire croître votre commerce électronique?



Voici [sept autres conseils utiles](#).



Étape 6

Faire affaire avec le bon partenaire d'expédition

La livraison simplifiée est essentielle à l'expérience de vos clients, surtout lorsque vous tentez [de gagner leur loyauté](#) dans un nouveau marché. En fin de compte, une [stratégie d'exportation](#) aux É.-U. de qualité n'aura pas grande valeur si vous ne pouvez pas y envoyer vos produits à prix abordables. Travailler avec un expéditeur de confiance peut vous aider à déterminer le service qui convient le mieux à vos produits et au marché, à vérifier l'emballage pour optimiser le transport, à réduire les risques de dommages et les coûts, à offrir des solutions logistiques et à ajouter de la valeur à votre stratégie d'exportation.

Cette liste de vérification vous aidera à orienter le choix du bon partenaire d'expédition transfrontalière:

- Votre entreprise est-elle à la recherche d'un partenaire d'expédition qui peut aider au dédouanement, au courtage et à la documentation?
- Compte tenu des attentes de vos clients en matière de délais d'expédition, est-il indispensable que votre partenaire d'expédition potentiel soit en mesure d'égaliser, voire de surpasser ces attentes?
- Les solutions de logistique inverse sont-elles une exigence pour votre entreprise?
- Les produits que vous exportez nécessitent-ils des services spéciaux?
- Votre entreprise a-t-elle besoin de conseils sur l'emballage pour s'assurer que vos articles arrivent intacts?
- Souhaitez-vous faire affaire avec un partenaire d'expédition comptant de nombreuses années d'expérience dans votre secteur?

De nombreuses ressources sont à votre disposition pour vous aider à élaborer une stratégie d'exportation efficace. Purolator offre un large éventail de [services de livraison au Canada, aux É.-U. et à l'international](#) pour répondre à toutes vos exigences en matière d'expédition. Et nous pouvons compter sur notre vaste réseau d'expédition au Canada et aux É.-U. pour nous assurer que vos marchandises arrivent à destination, sans retard ni frais à la frontière.

Par où commencer?

Vous voilà bien outillé pour commencer à expédier des envois du Canada vers les É.-U. Vous vous demandez maintenant comment vous lancer? Commencez par consulter l'un des [guides de l'ASFC sur l'exportation de marchandises commerciales en provenance du Canada](#). Pour approfondir les règles et règlements du gouvernement canadien concernant le commerce électronique, ne manquez pas ce guide sur la [vente sur le marché des É.-U. Par des canaux de commerce électronique de détail](#). Ces deux guides expliquent en détail comment vous enregistrer comme exportateur et décrivent vos rôles et responsabilités. Vous aurez ainsi une base solide pour donner le coup d'envoi à votre expansion de l'autre côté de la frontière.

Le saviez-vous?

Purolator offre des services d'expédition transfrontalière simplifiés.



Expertise en dédouanement.

Pour vous assurer que vos envois transfrontaliers respectent toutes les [exigences nécessaires](#).



Retours transfrontaliers

Pour offrir une expérience de retour uniforme et sans tracas à vos clients au Canada et aux É.-U.



Purolator ExpressMD É.-U.

Pour les livraisons le jour suivant aux É.-U.



Purolator RoutierMC É.-U.

Pour les envois moins urgents qui peuvent être acheminés en quelques jours ouvrables.



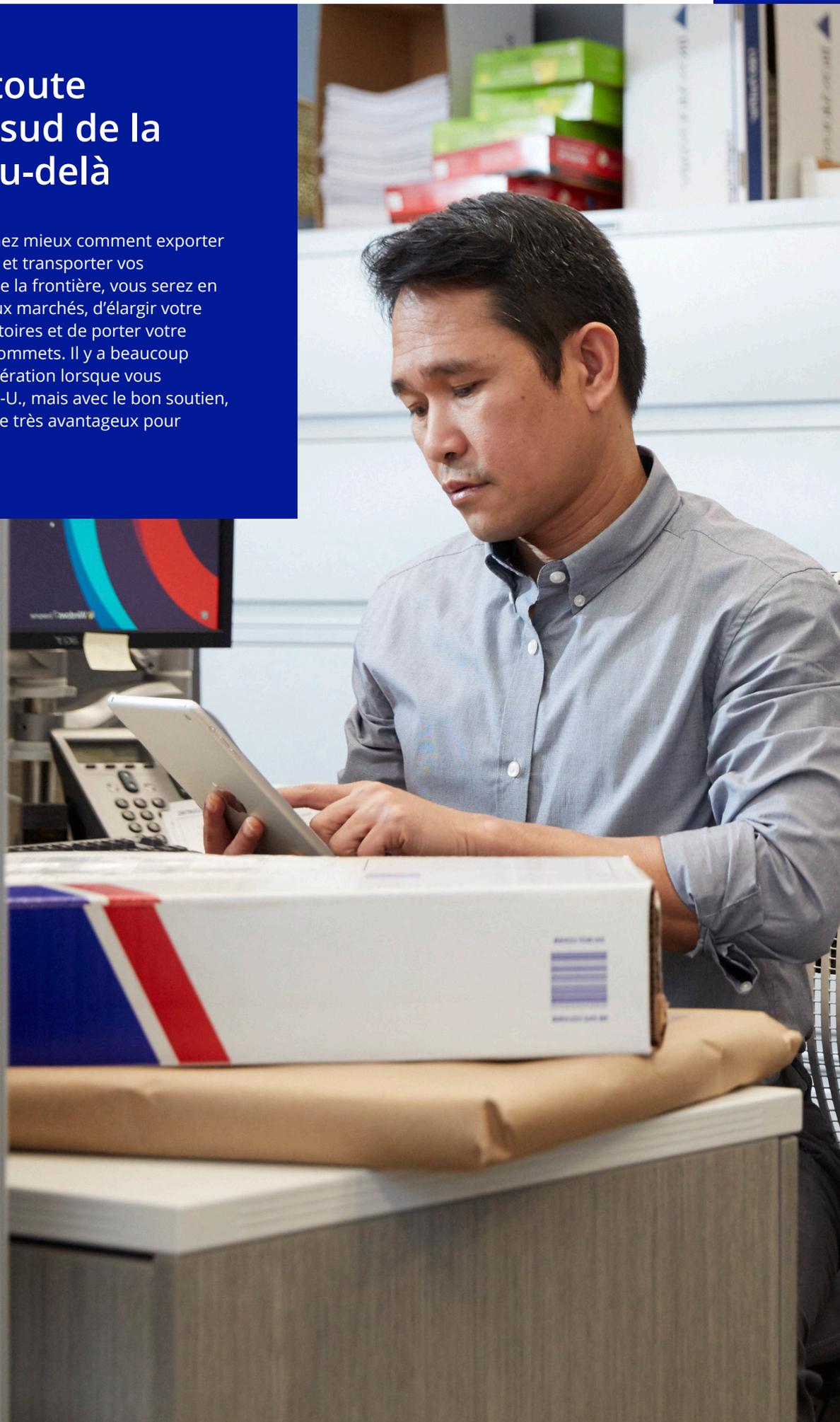
Services spéciaux de Purolator

Purolator offre un service de manutention spéciale pour les articles qui nécessitent plus d'attention, comme les marchandises dangereuses, les articles non emballés et les objets très lourds.



Livraison en toute confiance au sud de la frontière et au-delà

Maintenant que vous comprenez mieux comment exporter sans tracas à partir du Canada et transporter vos marchandises de l'autre côté de la frontière, vous serez en mesure de trouver de nouveaux marchés, d'élargir votre portée dans de nouveaux territoires et de porter votre entreprise vers de nouveaux sommets. Il y a beaucoup de choses à prendre en considération lorsque vous expédiez du Canada vers les É.-U., mais avec le bon soutien, c'est un processus qui peut être très avantageux pour votre entreprise.





Plus de 200

Plus de 170 établissements d'exploitation, le plus grand nombre de dépôts au Canada² et plus de 30 établissements régionaux aux É.-U. ayant des capacités de regroupement



Plus de 14,000

employés de Purolator Inc. dévoués³



Plus de 1,100

centres d'expédition, agents et emplacements Arrêt rapide mobile au Canada⁴



Plus de 210

boîtes de dépôt³ au Canada

La plus grande expérience de transport transfrontalier entre le Canada et les États-Unis : plus de 25 ans⁷

La meilleure entreprise de messagerie canadienne en matière de portée, de centres de distribution et de taille du parc de véhicules⁵

Service à 99,9 % des codes postaux canadiens⁵



Plus de 3,050

véhicules de messagerie (y compris plus de 300 véhicules hybrides)³



Plus de 1,000,000

de colis livrés chaque jour⁶

L'entreprise de livraison la plus fiable¹



Plus de 972

agents d'expédition autorisés⁴

Votre partenaire d'expédition privilégié

Que vous cherchiez à expédier vos produits aux É.-U., au Canada ou à l'international, nous sommes là pour vous aider tout au long du processus:

- Bénéficiez d'une portée inégalée pour [tous vos envois nationaux](#) et choisissez notre service Express pour vos livraisons le lendemain. Utilisez le [service de livraison de produits essentiels](#) pour accéder à des solutions d'expédition souples et encore plus rapides au Canada.
- Vous expédiez aussi à l'[international](#)? Notre équipe de spécialistes de la conformité commerciale et nos options d'expédition fiables sont là pour vous aider.
- Nous vous aidons à simplifier le dédouanement, les documents d'exportation, l'emballage et la gestion de l'inventaire afin que vous puissiez vous consacrer à ce qui compte le plus : la croissance de votre entreprise.

¹ L'indice de confiance Gustavson 2019 a été obtenu par une étude menée par l'école de commerce de l'Université de Victoria auprès de consommateurs canadiens francophones et anglophones âgés de 18 ans et plus. Les données du sondage ont été recueillies du 5 au 27 février 2019. Purolator se classe au premier rang dans la catégorie des services de livraison.

² Breininger & Associates Inc., « 2017 Canadian Courier Company Service Comparison Analysis Strategic Insights Report », mars 2017.

³ Purolator Inc., 2021, purolator.com/fr/historique-de-purolator-et-faits-sur-l'entreprise

⁴ Purolator Inc., 2021, purolator.com/fr/solutions-commerciales/logistique/gestion-des-retours

⁵ Canadian Courier Company Service Comparison Analysis Strategic Insights Report (2017). Brampton, ON : BGR Coaching & Strategic Solutions.

⁶ Données du tableau de bord du développement de l'OPVAT de QlikView, agrégées quotidiennement. Selon la moyenne de 2018 de plus d'un million d'articles traités (cueillis et livrés) par jour

⁷ Purolator International, 2021, purolatorinternational.com/services/canada-one



Votre entreprise est-elle prête à exporter du Canada vers les É.-U.?

Découvrez nos solutions d'expédition transfrontalière et profitez d'une expérience simple et sans tracas.

En savoir plus

Purolator
Promesses tenues[™]

[purolator.com](https://www.purolator.com)