

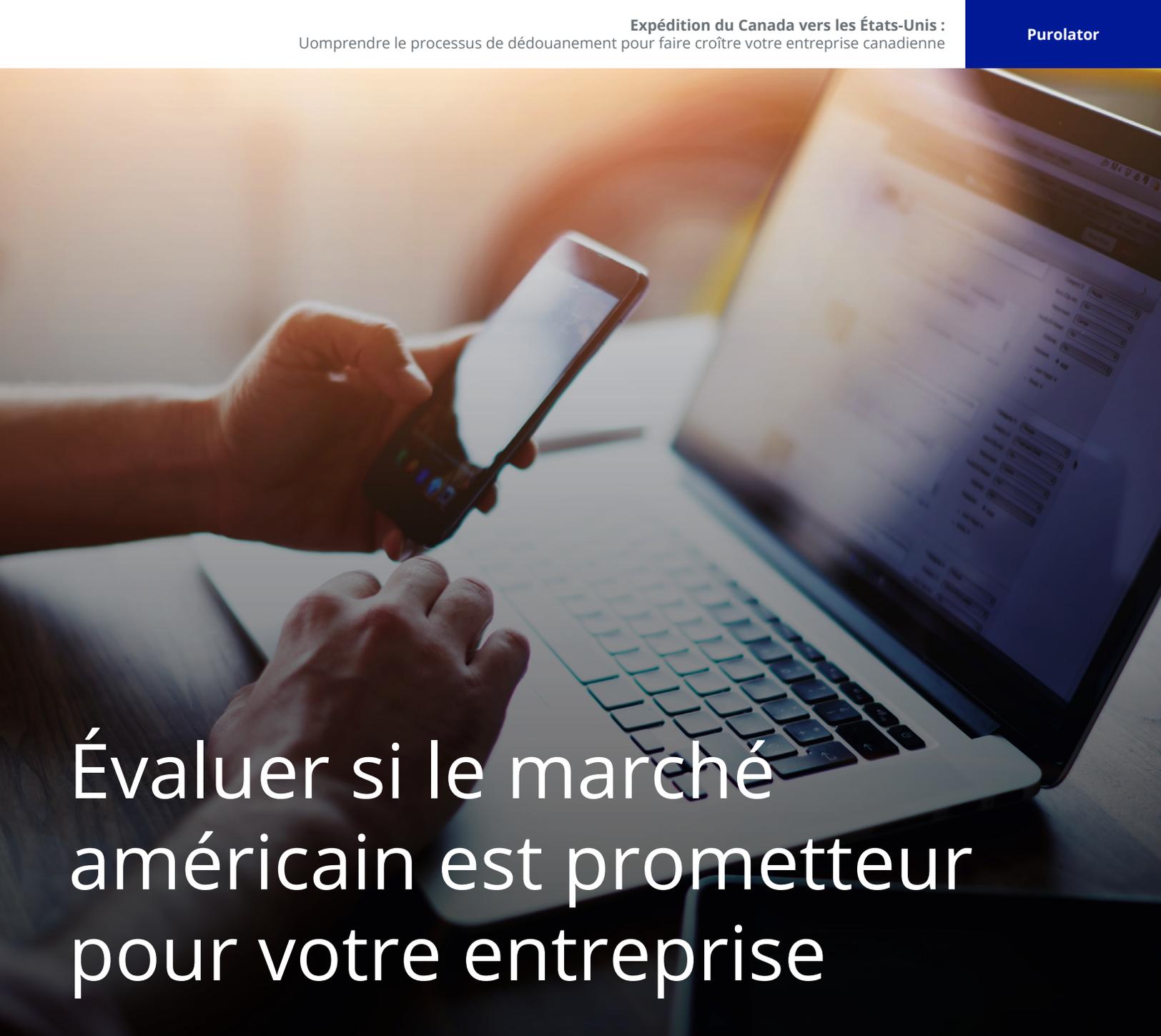


Expédition du Canada vers les États-Unis :

Comprendre le processus de
dédouanement pour faire croître
votre entreprise canadienne

Table des matières

Évaluer si le marché américain est prometteur pour votre entreprise	3
Les études de marché et la planification préalable sont essentielles	
Commerce électronique : Une « terre d'avenir » pour les entreprises canadiennes	
Planifier son entrée sur le marché—Choisir un partenaire avec soin	
Début de la planification : Étapes de l'établissement d'une stratégie d'expédition transfrontalière et de dédouanement	7
Dédouanement aux É.-U. : une étape inévitable du processus d'exportation ...	10
Déterminer l'admissibilité (certains produits nécessitent une licence ou un permis spécial)	
Produits interdits d'importation ou assujettis à des quotas	
Déclaration officielle, déclaration non officielle et programmes régis par l'article 321	
Exigences en matière de documentation—Accorder la priorité à la précision pour réduire les délais	
Éviter les erreurs et les défis courants	
Vous pouvez obtenir de l'aide! Ressources pour faciliter la conformité aux douanes	19
Assurer l'efficacité logistique—Compter sur Purolator comme partenaire pour les services transfrontaliers	23



Évaluer si le marché américain est prometteur pour votre entreprise

La première étape lorsque vous songez à [exporter du Canada vers les États-Unis](#) consiste à vérifier qu'il y a une demande pour vos produits. Il y a de bonnes chances qu'il y en ait, étant donné la taille et la portée du marché américain. Mais vous devrez, entre autres, déterminer où se situe cette demande, cerner les clients potentiels et veiller à ce que vos produits se démarquent.

Au début du processus, il faut comprendre que le « marché américain » ne constitue pas une entité unique. Les États-Unis devraient plutôt être considérés comme plusieurs

sous-marchés, chacun axé sur une industrie, une région géographique, un groupe de consommateurs, un groupe culturel, etc. Par exemple, chacun des 50 États du pays exploite son propre bureau commercial et fait fièrement la promotion des occasions d'importation et d'exportation à l'intérieur de ses frontières.

Un fabricant d'équipement agricole ou de ferme ne voudrait probablement pas cibler le centre-ville de Manhattan ou de Los Angeles. De la même façon, une entreprise d'équipement de hockey ne s'intéresserait pas à Miami Beach ou au sud de l'Arizona, mais plutôt au Minnesota ou au Wisconsin.

Votre entreprise devra également s'assurer que ses produits sont « prêts pour les États-Unis ». Vous devez notamment vous assurer de pouvoir traiter les ventes transfrontalières, tant du côté des stocks que du personnel, en plus de prendre en considération d'autres facteurs. Le gouvernement canadien a préparé une [liste de questions pertinentes](#) pour les exportateurs potentiels. En voici quelques-unes :

- Quels sont les avantages de votre produit ou service qui vous aideront à réussir dans le marché très concurrentiel des É.-U.?
- Votre produit ou service devra-t-il être adapté au marché américain? Par exemple, vos armoires en chêne se déformeront-elles sous l'effet de l'humidité du sud des États-Unis?
- Votre produit ou service aura-t-il besoin d'emballages et de matériel promotionnel différents? Par exemple, les dépliants devront-ils être traduits en anglais et en espagnol?
- Pouvez-vous obtenir le financement nécessaire pour faire la promotion de votre produit ou service aux É.-U.?

Voici une autre question importante à laquelle il faut répondre :

- Avez-vous élaboré une stratégie d'expédition pour atteindre le marché américain? Selon vos activités, vous pourriez avoir besoin d'un plan pour assurer la livraison à temps aux résidences des consommateurs, ainsi que d'une stratégie d'expédition pour les détaillants, les installations industrielles et d'autres établissements professionnels.



Le saviez-vous?

La population des États-Unis, qui compte 330 millions d'habitants, est presque 10 fois plus grande que celle du Canada. À elle seule, la Californie, qui compte 39,1 millions d'habitants, dépasse la population totale du Canada qui s'élève à 38,2 millions d'habitants.



Les études de marché et la planification préalable sont essentielles

Les études de marché sont une étape essentielle pour toute entreprise canadienne qui vise le marché américain. Un examen exhaustif des conditions du marché aux É.-U. permettra à une entreprise canadienne d'évaluer la demande pour ses produits, de trouver des concurrents potentiels et de déterminer les régions du pays où se trouveraient probablement ses clients.

[Innovation, Sciences et Développement économique Canada \(ISDE\)](#) offre quelques outils et bases de données en ligne pouvant aider les entreprises à évaluer la demande et à trouver des marchés potentiels. ISDE suggère d'étudier les activités d'exportation canadiennes récentes afin de déterminer la demande pour vos produits. Le [Service des délégués commerciaux du Canada](#) offre d'autres ressources, notamment l'accès à des professionnels du commerce, à des événements commerciaux et à des sources de financement potentielles.

Le saviez-vous?

Les ventes en ligne aux É.-U. Devraient dépasser 1 billion de dollars en 2022, alors que les prévisions globales de ventes au détail s'élèvent à près de 5 billions de dollars.

Le commerce électronique : une « terre d'avenir » pour les entreprises canadiennes

Toute discussion sur l'expansion aux États-Unis doit donner une vue d'ensemble de l'environnement du commerce électronique du pays. Exportation et développement Canada considère le marché du commerce électronique aux É.-U. comme une « terre d'avenir » pour les marques canadiennes, soulignant que la taille du marché, la facilité relative d'accès et la proximité font des É.-U. une cible attrayante pour les entreprises canadiennes qui cherchent à prendre de l'expansion.

Les entreprises canadiennes ont donc une occasion en or de tirer profit du marché dynamique, diversifié et en pleine croissance du commerce électronique aux É.-U.

- Les États-Unis sont [le deuxième plus grand marché du commerce électronique](#) au monde. Ils représentent près de 20 % des dépenses mondiales totales. (La Chine se classe première avec 52 % des dépenses totales.)
- Selon une étude menée en 2022 par [eMarketer](#), la moitié des adultes américains magasinent en ligne au moins une fois par semaine, et 16 % le font chaque jour!
- Les détaillants canadiens profitent d'une disposition du droit commercial américain communément appelée l'article 321. En vertu de [l'article 321](#), les envois d'une valeur inférieure à 800 \$ US entrant aux États-Unis sont exemptés des droits et des taxes. Le seuil de minimis défini dans [l'article 321](#) aide les entreprises canadiennes à rivaliser avec les entreprises américaines.
- Les détaillants en ligne bénéficient également d'un traitement préférentiel en vertu d'une disposition de [l'Accord Canada-États-Unis-Mexique \(ACEUM\)](#) qui permet la déclaration non officielle des envois d'une valeur inférieure à 2 500 \$ US. Généralement, les envois accompagnés de déclarations non officielles nécessitent moins de documentation et bénéficient d'un processus de dédouanement simplifié.

Lisez notre article : [Comprendre l'ACEUM : les réponses à vos principales questions.](#)

Toutefois, même si le marché du commerce électronique aux É.-U. est attrayant et potentiellement lucratif, il est très concurrentiel. Comme les consommateurs américains ont beaucoup d'options pour magasiner en ligne, les détaillants se font constamment rappeler la nécessité de répondre aux attentes, notamment en ce qui concerne les stocks, la sélection, la tarification, la convivialité du site Web, l'expédition et la livraison.

Cela signifie que les détaillants canadiens devront prendre en considération le temps et les coûts additionnels associés à l'expédition transfrontalière, tout en répondant aux principales attentes des consommateurs américains. Une recherche de [Jungle Scout](#) a révélé ce qui suit au sujet des attentes actuelles :



des consommateurs s'attendent à une livraison gratuite pour les commandes qui atteignent un certain montant, 66 % s'attendent à une livraison gratuite pour toutes les commandes en ligne.



des consommateurs ont affirmé qu'ils cherchaient le produit au prix d'expédition le plus bas.



des consommateurs s'attendent à recevoir une commande en ligne dans la semaine, alors que 9 % s'attendent à la livraison le



des consommateurs ont affirmé qu'ils seraient contrariés si une commande n'était pas livrée à temps.



préfèrent magasiner chez des détaillants qui offrent des options de livraison flexibles.

Planifier votre entrée—Choisir un partenaire avec soin

De nombreuses entreprises canadiennes choisissent de vendre directement aux É.-U., soit en ouvrant une succursale aux É.-U. ou en établissant une filiale distincte aux É.-U. Bien que chacune de ces options puisse connaître beaucoup de succès et qu'il s'agisse d'une bonne façon de présenter vos produits au marché américain, elles ont des répercussions juridiques et fiscales. Le [Service des délégués commerciaux](#) du Canada conseille à toute entreprise canadienne visant à faire de la vente directe aux États-Unis « d'avoir recours à un avocat américain ou à un avocat canadien connaissant bien le droit américain ».

D'autres entreprises jugent préférable d'établir un partenariat avec une entreprise américaine, évitant ainsi la tâche difficile de trouver des clients et d'établir une présence à partir de zéro.



Notre [liste de vérification](#) aide à comprendre les exigences liées à l'exportation aux É.-U.



A photograph of two business professionals, a man and a woman, in an office setting. The man, wearing a light blue button-down shirt, is looking at a document held by the woman, who is wearing a red blazer over a white shirt. They appear to be in a collaborative discussion. The background is slightly blurred, showing office shelves and a window. The overall tone is professional and focused.

Début de la planification :
Étapes de l'établissement
d'une stratégie d'expédition
transfrontalière et de
dédouanement

Début de la planification : Étapes de l'établissement d'une stratégie d'expédition transfrontalière et de dédouanement

Mener des activités de vente est très différent aux É.-U. par rapport au Canada. C'est pourquoi une entreprise canadienne doit prendre en considération tous les aspects des activités aux États-Unis et élaborer des plans écrits qui tiennent compte de plusieurs scénarios. Voici quatre étapes à suivre pour vous orienter :

ÉTAPE 1

Évaluez vos besoins en [logistique transfrontalière](#). Commencez par vous poser les questions suivantes :

1. Comment allez-vous assurer la livraison à temps à vos clients américains?
2. Quel volume prévoyez-vous expédier?
3. À quels types d'établissements expédieriez-vous? À des installations de fabrication? À des bureaux professionnels? À des commerces de détail? Aux domiciles des consommateurs?
4. Comment pouvez-vous assurer des niveaux de service uniformes aux clients des différentes régions du pays?
5. Comment traiterez-vous les [retours de produits](#)?

Il s'agit de quelques facteurs dont il faut tenir compte lors de [l'élaboration d'une stratégie de logistique aux É.-U.](#)

Lorsque vous aurez une idée de vos besoins en logistique, vous devrez faire appel à un partenaire logistique ayant les [capacités transfrontalières](#) et [l'expertise douanière](#) nécessaires. Prenez le temps de trouver un fournisseur de services de logistique ayant des capacités avancées aux É.-U. et au Canada, ainsi que les ressources pour mettre en place une solution qui répond à vos besoins uniques. Cela peut comprendre, par exemple, le recours à des services de messagerie et de [transport de fret routier](#) et express pour certains envois, mais à [des services aériens](#) pour d'autres. Vous souhaiterez également faire appel à un fournisseur qui offre plusieurs options de livraison, selon les exigences de chaque envoi. Les autres caractéristiques recherchées comprennent [l'expertise douanière](#), la ponctualité, les capacités de distribution et d'exécution des commandes, les [services en fin de parcours](#) et, bien entendu, un engagement solide envers le service à la clientèle.



[L'assistant commercial de Purolator](#) aide à simplifier le processus de dédouanement.

ÉTAPE 2

Faites du processus de dédouanement, qui est expliqué ci-dessous, une priorité. Le dédouanement est une étape inévitable du commerce transfrontalier. Prenez le temps de comprendre le fonctionnement du processus et de vous familiariser avec les renseignements et la documentation que vous devrez fournir.

ÉTAPE 3

Déterminez si vous devez faire appel à un [courtier en douanes](#) pour gérer le processus en votre nom.

L'agence U.S. Customs and Border Protection (CBP) conseille fortement, mais n'exige pas, le recours à un courtier en douanes pour la production de déclarations commerciales. Un courtier en douanes facilitera le processus et veillera à assurer la conformité à toutes les exigences. Toutefois, n'oubliez pas qu'en tant qu'importateur officiel, vous demeurez responsable de l'exactitude de tous les renseignements soumis à la CBP en votre nom.

ÉTAPE 4

Convenez de vos modalités d'expédition. Voulez-vous que vos envois arrivent aux É.-U. avec des droits de douane payés ou non payés? Allez-vous agir à titre d'importateur officiel ou préférez-vous que vos clients ramassent leurs envois aux douanes? Ce sont quelques-unes des nombreuses questions auxquelles vous devrez répondre avec vos acheteurs au préalable.

Un ensemble de 11 modalités d'expédition reconnues à l'échelle internationale, appelées [Incoterms](#), clarifie les responsabilités des acheteurs et des vendeurs, y compris les coûts, les risques et le rendement. Il n'y qu'une seule Incoterm, soit « Rendu droits acquittés », relative à la gestion des douanes et au paiement des droits, qui attribue la responsabilité du processus douanier au vendeur. De nombreuses variables entrent en jeu quand on doit déterminer la bonne Incoterm, ce qui signifie qu'une entreprise doit examiner attentivement les avantages et les inconvénients de chaque option et choisir à l'avance les modalités de service appropriées.



La Chambre de commerce internationale (CCI) offre des [renseignements détaillés](#) sur IncoTerms





Dédouanement aux
États-Unis : une étape
inévitable du processus
d'exportation

Dédouanement aux É.-U. : une étape inévitable du processus d'exportation



Le saviez-vous?

Bien que l'ACEUM offre le statut d'exemption de droits de douane pour les marchandises qualifiées, un expéditeur doit spécifiquement réclamer les avantages qui lui sont dus. Or ces avantages ne sont pas appliqués automatiquement. Un expéditeur qui omet de réclamer des avantages pourrait rater des économies considérables.

Tous les produits qui entrent aux États-Unis doivent respecter des exigences douanières strictes et précises demandées par l'agence [U.S. Customs and Border Protection \(CBP\)](#). Il faut donc vérifier qu'il est possible d'importer les produits aux États-Unis, de fournir des renseignements détaillés sur les envois, d'obtenir les licences et permis nécessaires, de payer les droits et les taxes et de se conformer aux autres protocoles.

Les exigences particulières varieront en fonction des caractéristiques d'un envoi. Il incombe à l'expéditeur d'évaluer la portée complète des exigences qui s'appliquent à ses produits et de veiller à une pleine conformité.

L'assistant commercial de Purolator vous aide à identifier les codes de classement tarifaire et à déterminer les droits à payer.



Déterminer l'admissibilité (certains produits nécessitent une licence ou un permis spécial)

La première étape consiste à déterminer si vos produits sont admissibles à l'importation. La plupart des produits le sont, mais certains, comme des types précis [d'équipement médical](#), nécessitent une approbation explicite d'un organisme fédéral de contrôle. On les connaît sous le nom d'organismes gouvernementaux partenaires (OGP).

La CBP applique les lois et les règlements commerciaux au nom de près de [50 OGP différents](#). Chaque OGP est responsable de l'importation des produits qui relèvent de sa compétence. La U.S. Food and Drug Administration (FDA), par exemple, établit les exigences d'importation pour les appareils médicaux, les cosmétiques, les produits pharmaceutiques et d'autres produits de santé.

Selon le contenu de l'envoi, différents permis et licences peuvent être requis, en plus d'échantillons de produits et d'autres types de renseignements. Un envoi peut également être assujéti à des droits et à des taxes ou être visé par un traité international. Les importations de certains produits en bois (meubles, guitares, bols décoratifs, etc.) par exemple, peuvent être assujétiées aux dispositions de la [Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction \(CITES\)](#) qui régit les déplacements des espèces d'espèces sauvages et végétales menacées.

Dans la plupart des cas, l'importation d'un produit est autorisée lorsque la documentation requise, généralement un permis ou une licence, est fournie. Toutefois, sans les approbations requises, un article réglementé par un OGP ne sera pas autorisé à entrer au pays.



Restrictions et articles interdits aux États-Unis

Exemples d'articles faisant l'objet de restrictions



Produits
de beauté



Café



Fruits
et noix



Produits
du poisson



Insectes
et reptiles



Produits
pharmaceutiques

Exemples d'articles interdits



Viande séchée
et salaisonnée



Briquettes
de charbon



Plantes et produits
végétaux



Produits électroniques
émettant des radiations



Réimpressions d'œuvres
soumises au droit d'auteur
aux États-Unis





Produits interdits d'importation ou assujettis à des quotas

Bien que la plupart des produits soient admissibles à l'importation, certains d'entre eux sont limités, assujettis à un quota ou carrément interdits. Par exemple, les produits fabriqués par le travail forcé, les produits de contrebande et certains produits agricoles ou d'élevage sont interdits. En outre, les produits considérés comme faisant l'objet d'un dumping par un gouvernement étranger et qui affichent un prix réduit peuvent également être interdits.

D'autres produits peuvent être assujettis à des quotas et se voir refuser l'entrée une fois le niveau d'importation fixé atteint. Selon la [CBP](#), les quotas sont établis pour contrôler la quantité d'une marchandise particulière importée aux États-Unis. Voici les différents types de quotas :

- **Contingents tarifaires :** Dans certains cas, un quota détermine la quantité d'un produit qui peut entrer aux États-Unis à un taux tarifaire réduit. Les produits peuvent encore entrer aux États-Unis lorsque cette quantité est atteinte, mais à un taux tarifaire plus élevé.
- **Quotas absolus :** Un quota absolu fixe une limite ferme. Aucun produit additionnel n'est admissible à l'importation lorsque ce niveau est atteint.

À l'heure actuelle, [aucun produit](#) n'est assujetti à des quotas absolus. Les produits assujettis aux [contingents tarifaires](#) comprennent les produits laitiers, les balais, le coton de montagne, le thon et l'alcool éthylique, entre autres.

Bien que la plupart des produits ne soient pas assujettis à des quotas ou à des interdictions, un importateur ne doit pas présumer de leur admissibilité. Selon les conseils de la CBP, l'expéditeur doit plutôt communiquer avec l'agence qui régit ses produits afin de déterminer les protocoles appropriés.

Déclaration officielle, déclaration non officielle et programmes régis par [l'article 321](#)

Le saviez-vous?



U.S.
2/3 SPENDING



CANADA
1/2 SPENDING

Les dépenses de consommation aux É.-U. représentent les deux tiers du produit intérieur brut (PIB) global du pays. En comparaison, les dépenses des consommateurs canadiens représentent un peu plus de la moitié du PIB.

Les importations aux É.-U. sont généralement classées comme nécessitant une déclaration officielle ou non officielle, selon leur valeur et si elles sont considérées comme des marchandises contrôlées. D'autres produits peuvent être assujettis à une disposition du droit commercial américain, connue sous le nom [d'article 321](#), qui exempte les produits d'une valeur inférieure à 800 \$ des droits et des taxes. Voici un aperçu de chacun d'eux :

- **Déclarations non officielles :** Les envois d'une valeur inférieure à 2 500 \$ US peuvent faire l'objet d'une déclaration officielle. Ces envois ne nécessitent pas de courtier en douanes ni de cautionnement en douane. Les exigences en matière de documentation sont généralement

moins rigoureuses pour les déclarations non officielles que pour les déclarations officielles.

- **Déclarations officielles :** Une déclaration officielle est requise pour tout envoi d'une valeur supérieure à 2 500 \$ et nécessite le dépôt d'un cautionnement en douane. Les déclarations officielles doivent respecter les exigences détaillées en matière de documentation et d'information. La CBP recommande fortement le recours à un courtier en douanes pour gérer les déclarations officielles, même si cette pratique n'est pas obligatoire.
- **Déclaration de minimis/Article 321 :** La CBP exempte de droits et de taxes les produits d'une valeur inférieure à 800 \$. Cette exemption est appelée une déclaration de minimis et est fondée sur [l'article 321](#) de la Tariff Act de 1930. L'exemption vise à faciliter l'entrée d'envois de faible valeur, ce qui permet aux agents de la CBP de se concentrer sur les envois de plus grande valeur qui sont potentiellement plus risqués.

Exigences en matière de documentation—Accorder la priorité à la précision pour réduire les délais

Les expéditeurs ont l'obligation de remplir toute la documentation requise, y compris les [factures commerciales](#), avec précision et exhaustivité. Bien que cela puisse sembler évident, la plupart des retards d'expédition sont causés par des documents manquants, erronés ou incomplets. Le plus souvent, des problèmes surviennent lors de l'identification du classement tarifaire, du pays d'origine ou de la valeur d'un produit. Voici un aperçu de chacun d'eux :

- **Classement tarifaire :** Le commerce international fonctionne, car les commerçants du monde entier suivent le même ensemble de règles décrites dans le système de classification connu sous le nom de [Système harmonisé \(SH\)](#). Le SH est géré par [l'Organisation mondiale des douanes](#), située à Bruxelles, en Belgique. Il consiste en un catalogue de codes à six chiffres qui couvrent 98 % des marchandises échangées entre les pays. Grâce à ce système de classification, les descriptions des produits sont harmonisées afin que toutes les parties aient la même compréhension des caractéristiques précises d'un produit. En raison du SH, par exemple, un envoi de pommes rouges délicieuses cultivées en Grande-Bretagne aura le

même code SH qu'un envoi de pommes rouges délicieuses cultivées aux États-Unis.

Chaque pays est libre d'étendre le code SH à six chiffres pour indiquer des renseignements additionnels sur les envois. Au Canada, le système de classification tarifaire, appelé [tarif des douanes](#), contient une liste de codes à dix chiffres. Les six premiers chiffres proviennent du SH et les quatre autres chiffres sont propres au Canada. Ils servent à faire le suivi des importations et des exportations, ainsi que d'autres données.

Les États-Unis comptent également sur un système de classification à dix chiffres, appelé [tarif douanier fondé sur le Système harmonisé](#). Ce système est géré par la U.S. International Trade Commission (ITC). Chaque produit qui arrive à la frontière américaine doit être accompagné d'un code de classement tarifaire provenant du système de tarif douanier fondé sur le Système harmonisé.

Comme il existe des milliers de codes de classification parmi lesquels choisir, il peut être difficile de trouver le bon code. D'une part, les descriptions de produits peuvent varier légèrement d'un code à l'autre. Cependant, un code peut être associé à un taux tarifaire plus élevé ou déterminer l'admissibilité aux avantages d'un accord de libre-échange. Même si le processus peut être difficile, il est important d'attribuer le bon code. Voici quelques outils pour aider les expéditeurs durant ce processus :

- **Outil de recherche de tarif douanier fondé sur le Système harmonisé :** il s'agit d'une base de données interactive en ligne gérée par l'ITC. Ce système intuitif aide les utilisateurs à déterminer le bon classement tarifaire et offre un canal pour demander de l'aide aux professionnels du commerce de l'ITC.
- **Assistent commercial de Purolator :** les expéditeurs peuvent également accéder à l'outil commercial en ligne de Purolator, qui les aide à déterminer la bonne classification.
- **Décisions anticipées :** les expéditeurs peuvent communiquer avec la CBP avant l'arrivée d'un envoi à la frontière pour demander la détermination du bon code de tarif douanier fondé sur le Système harmonisé. Il s'agit d'une décision anticipée. Même si cela permet d'éviter l'incertitude, un expéditeur est tenu d'indiquer le code déterminé par la CBP, même s'il a des raisons de douter de son exactitude.

- **Pays d'origine :** Selon la CBP, le [pays d'origine](#) d'un produit fait référence à son pays de fabrication, de production ou de croissance. Pour certains produits, les récoltes agricoles, les minéraux ou le pétrole, par exemple, le pays d'origine est évident. D'autres fois, cela peut être plus compliqué. En effet, le pays d'origine d'un produit prend en considération l'origine de chaque composante, ainsi que le pays dans lequel le produit a été assemblé ou fabriqué.

Un fabricant de robes, par exemple, doit prendre en considération le ou les pays d'où il se procure les fermetures à glissière, les boutons, les tissus, les rubans et les fils, par exemple, ainsi que le pays où la robe est cousue et confectionnée. Une fois tous ces renseignements pris en considération, le pays considéré comme le bon pays d'origine est déterminé.

Il est important de déterminer le bon pays d'origine pour de nombreuses raisons. Les avantages d'un accord de libre-échange sont basés sur le pays d'origine du produit. Dans le cas de l'ACEUM, les dispositions relatives au contenu en produits nationaux déterminent le pourcentage des composantes d'un produit qui peuvent provenir de l'extérieur du Canada, des É.-U. ou du Mexique pour qu'il soit tout de même admissible à l'exemption de droits de douane.

- **Valeur du produit :** La CBP exige que les expéditeurs indiquent la [valeur](#) des produits qui entrent aux États-Unis. En général, la valeur indiquée sur une facture commerciale doit être le prix payé par l'acheteur aux É.-U. pour un produit (et non le montant pour lequel les marchandises seront vendues aux É.-U.). Il s'agit de la valeur transactionnelle du produit. Elle doit également refléter les sommes versées en commissions, en aides, en redevances, en coûts de production et en emballages. Ces renseignements doivent être indiqués sur la facture commerciale. Il est important de noter que la valeur transactionnelle ne doit pas comprendre les frais de transport ou d'assurance ni les taxes payées sur l'article

Selon la CBP, omettre d'inclure les éléments ci-dessus se traduit par une sous-évaluation des marchandises et pourrait entraîner des pénalités. L'agence indique également que tous les prix doivent être convertis en dollars américains sur les factures et les autres documents de déclaration.

Dans certains cas, il n'est pas toujours possible d'attribuer une valeur à la transaction. D'autres processus doivent alors être utilisés, comme le [relève minutieusement](#) la CBP.



Le saviez-vous?

Les États-Unis affichaient le [revenu disponible moyen par habitant le plus élevé](#) en 2020 par rapport aux autres pays. En moyenne, les consommateurs américains avaient 54 854 \$ en revenu disponible. Le Luxembourg arrivait au deuxième rang avec 49 860 \$, suivi de la Suisse avec 43 035 \$. Le Canada se classait au 10e rang avec un revenu disponible moyen par habitant de 37 171 \$.

Niagara Falls, Ontario



Éviter les erreurs et les défis courants

Les documents inexacts ou incomplets sont la cause la plus courante des retards à la frontière. Prenez le temps de vérifier (et de revérifier) que tous les renseignements sont exacts et que la documentation est remplie correctement avant de soumettre la documentation à la CBP.

- **Trois grandes erreurs à éviter.** La plupart des erreurs se produisent dans les catégories suivantes :

- Valeur du produit
- Classement tarifaire
- Pays d'origine

Il peut être compliqué de déterminer la bonne information, mais comme expliqué ci-dessous, des ressources sont disponibles pour vous aider.

- **Demandes erronées auprès de l'ACEUM.** [L'ACEUM](#) offre le statut d'exemption de droits de douane pour les marchandises qualifiées transportées entre les trois pays signataires. Il peut toutefois être difficile de déterminer si un produit est admissible. Les demandes erronées peuvent retarder l'importation de l'envoi. L'expéditeur doit consulter les règles relatives à l'origine de l'accord commercial, qui décrivent les critères d'admissibilité pour chaque produit. Un expéditeur ne doit pas demander à bénéficier des avantages du libre-échange à moins d'avoir une certitude absolue que l'envoi est admissible.
- **Tenue de dossiers :** La CBP exige des importateurs qu'ils conservent tous les dossiers douaniers pendant cinq ans. L'ASFC du Canada exige que les dossiers d'exportation soient conservés pendant [six ans](#). Assurez-vous d'avoir un système en place pour une gestion transparente des documents et veillez à ce que ceux-ci soient facilement accessibles. Un système de gestion des documents bien géré sera très utile si votre entreprise est soumise à une vérification par la CBP ou l'ASFC.

- **Défaut d'obtenir un permis des OGP :** Près de 50 services et agences du gouvernement américain sont responsables du processus d'importation et de la définition des exigences pour les produits sous leur contrôle. Ces entités sont appelées [organismes gouvernementaux partenaires \(OGP\)](#). La CBP agit en leur nom pour faire respecter toutes les exigences d'importation. Il incombe à chaque expéditeur de déterminer si ses produits sont régis sous un OGP et de se conformer à toutes les exigences.

La CBP s'attend à ce que tous les importateurs fassent preuve d'une diligence raisonnable en fournissant des renseignements précis et complets sur leurs envois. Parfois, il arrive que, malgré les efforts de bonne foi de l'expéditeur, des erreurs se produisent. Un expéditeur doit informer immédiatement la CBP d'une erreur potentielle et apporter les corrections nécessaires. Il peut ainsi aider à réduire au minimum les frais ou les pénalités pouvant découler de l'erreur.



Le saviez-vous?

Les expéditeurs peuvent s'assurer de l'exactitude de l'information en demandant une [décision anticipée](#) à la CBP. La CBP évalue tous les renseignements fournis au sujet d'un produit en particulier et rend une décision exécutoire en ce qui a trait au classement tarifaire ou au pays d'origine. La décision anticipée ne peut être contestée. Il est également possible d'accéder aux directives non contraignantes par l'entremise de la [base de données CROSS](#) de la CBP, qui est un répertoire interrogeable de toutes ses décisions antérieures.

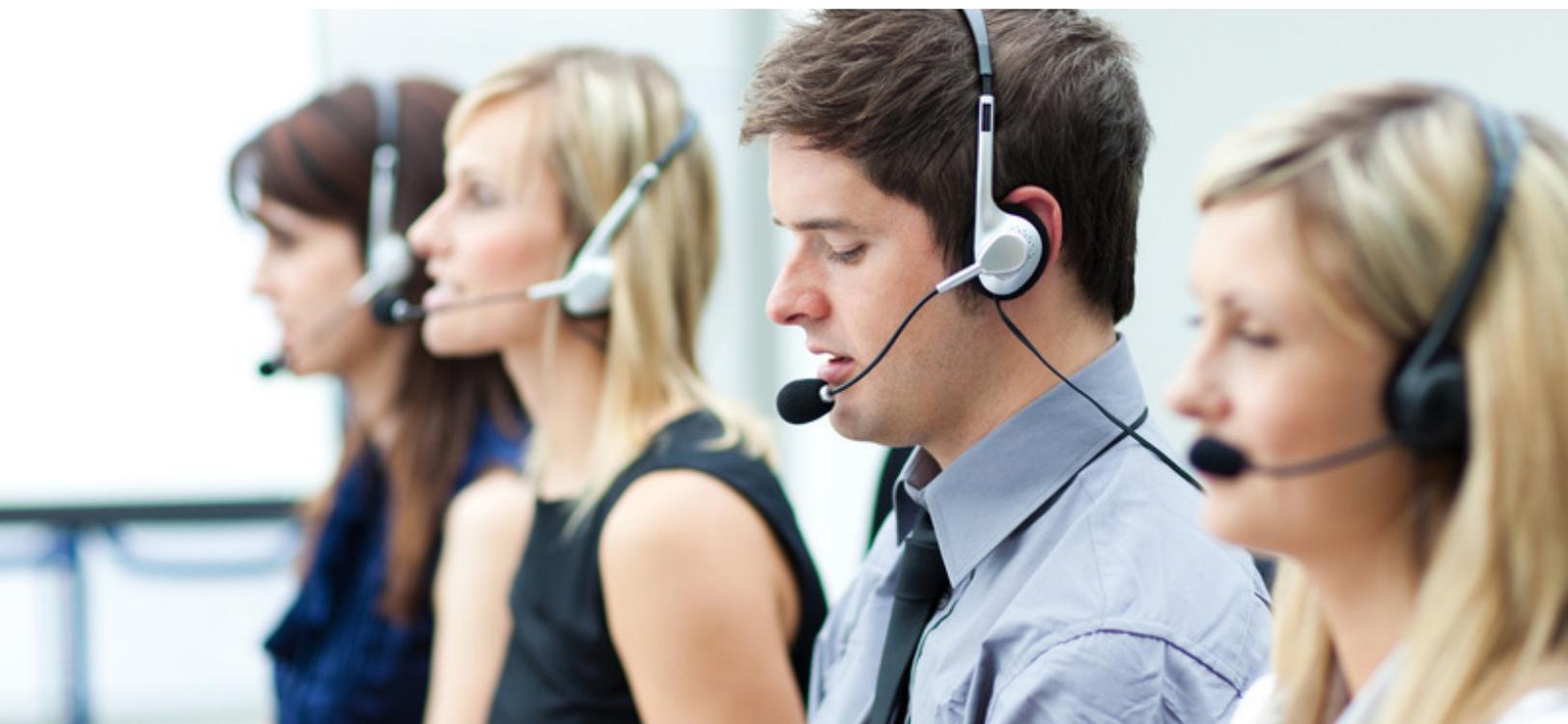


Vous pouvez obtenir de l'aide! Ressources pour faciliter la conformité aux douanes

Comme ce survol des exigences de la CBP l'indique clairement, le dédouanement peut être assez compliqué, déroutant et chronophage si vous n'avez pas le bon soutien. Mais n'ayez crainte : beaucoup de ressources sont à votre disposition pour vous aider à comprendre les différentes exigences.

- **Centres de l'excellence et de l'expertise :** La CBP gère un réseau de [centres de l'excellence et de l'expertise](#) propres à l'industrie qui supervisent l'application de la politique commerciale et servent de ressources pour la communauté commerciale. Chaque centre est un fournisseur de solutions uniques pour l'industrie qu'il dessert. Les centres sont dotés de spécialistes du commerce qui sont des experts dans leur domaine et qui ont le pouvoir de prendre des décisions et de donner une orientation sur les questions d'importation et d'exportation connexes.
- **Courtiers en douanes :** Les [courtiers en douanes](#) offrent un énorme service aux importateurs commerciaux en gérant le processus douanier en leur nom. Selon la CBP, il y a près de 14 500 courtiers en douanes actifs aux États-Unis. Toutefois, il est important de noter que, même si un courtier en douanes peut soumettre des renseignements et des paiements à la CBP au nom de ses clients, la responsabilité ultime incombe à l'expéditeur.

- **Ressources du gouvernement canadien :** Le gouvernement canadien gère un [site Web détaillé](#) qui contient des renseignements à jour et complets sur le processus de dédouanement aux É.-U. La page [Exporter aux États-Unis – Formalités auprès de la douane américaine](#) donne une vue d'ensemble du processus et des conseils pour éviter les erreurs et les retards coûteux.
- **Assistant commercial de Purolator :** Purolator aide les expéditeurs en leur offrant un outil en ligne qui les aide à identifier le bon code de classement tarifaire d'un produit ainsi que le bon taux tarifaire.
- **Facture commerciale numérique de Purolator :** Un autre outil offert par Purolator permet aux expéditeurs de produire et de soumettre électroniquement les factures commerciales requises. La solution de facturation commerciale numérique simplifie et accélère la conformité à cette exigence douanière essentielle. L'outil est particulièrement utile pour les entreprises qui expédient de grands volumes d'envois au Canada, et qui doivent produire plusieurs factures et en faire le suivi.





Assurer l'efficacité
logistique – Compter
sur Purolator comme
partenaire pour les
services transfrontaliers

Partenariat transfrontalier fiable : Comptez sur Purolator pour faciliter vos activités



Le saviez-vous?

91%

des Américains s'attendent
à recevoir leurs produits dans
la semaine

9%

s'attendent à la livraison
le jour même

Une fois que vos envois sont dédouanés et entrent aux États-Unis, quelle est la prochaine étape? Comment pouvez-vous vous assurer que les envois arriveront à leur destination finale à temps et que vos clients américains seront satisfaits de l'expérience de livraison?

N'oubliez pas que 91 % des Américains s'attendent à recevoir leurs produits dans la semaine, et que 9 % s'attendent à la livraison le jour même!

Lorsque vous songez à la [façon d'expédier des envois du Canada vers les É.-U.](#), une solution évidente consiste à [faire appel à un fournisseur de services d'expédition et de logistique de confiance](#) possédant une vaste expertise dans les marchés américain et canadien. Purolator, qui possède plus de 60 ans d'expérience au Canada, et 25 ans d'expérience en gestion d'envois transfrontaliers à destination des États-Unis, est l'un de ces fournisseurs.

Les capacités étendues de Purolator dans les marchés américain et canadien signifient qu'une entreprise peut compter sur Purolator pour tous ses besoins d'expédition transfrontalière. Le recours à un seul fournisseur offre de nombreux avantages, notamment l'uniformité du service, un éventail d'options de service, un haut niveau de responsabilisation et de visibilité ainsi que la [réduction des risques de dommages ou de vol](#).



Découvrez ce que Purolator peut vous offrir en tant que partenaire de services de logistique transfrontalière.





Service complet au Canada et service rapide à la frontière. C'est une capacité importante! Purolator possède un réseau de distribution au Canada qui dessert 99,9 % des codes postaux canadiens. Autrement dit, le service est offert, peu importe où l'envoi doit être cueilli, y compris dans les régions rurales et éloignées du pays. Une fois entrés dans le réseau de Purolator, les envois sont acheminés sans interruption à la frontière.

L'importance d'une couverture canadienne complète est capitale. La plupart des entreprises de logistique canadiennes limitent leurs services à certaines régions géographiques, ce qui signifie qu'une entreprise qui expédie des envois en provenance de plusieurs provinces pourrait devoir faire appel à plusieurs fournisseurs. Cela prolonge le délai de transit de l'envoi et peut également entraîner une perte d'efficacité et de visibilité. En offrant une couverture dans toutes les provinces et tous les territoires, Purolator garantit un service rapide à la frontière et élimine la nécessité d'avoir recours à plusieurs fournisseurs de services.

Purolator offre des services de transport de fret d'un océan à l'autre, aux États-Unis et au Canada. Le processus de distribution des envois transfrontaliers est ainsi simplifié, ce qui vous assure le plus haut niveau d'efficacité et de visibilité.

- **Processus de dédouanement fluide :** Purolator offre des [services de courtage](#) pour assurer un dédouanement sans soucis. Elle s'assure notamment que tous les renseignements d'importation requis sont exacts et complets, et qu'ils sont préclassés avec la CBP. Les services de courtage aident également les expéditeurs à tirer parti des incitatifs fiscaux et des droits applicables, y compris les dispositions appropriées de l'ACEUM et les programmes régis par l'article 321.
- **Livraisons garanties à temps aux États-Unis :** Une fois l'envoi arrivé aux É.-U., Purolator supervise la livraison à la destination finale sans tracas grâce à ses capacités essentielles:
 - Service dans les 50 États, y compris à Hawaii et en Alaska, et capacité d'offrir un éventail de solutions
 - Taille suffisante pour répondre à un vaste éventail de besoins d'expédition Services offerts :
 - Livraisons à délai fixe pour le lendemain
 - [Service de livraison de produits essentiels](#) pour les envois les plus urgents
 - Services de messagerie et de transport de fret pour les envois moins urgents
 - Accent sur les [services de livraison en fin de parcours](#) qui répondent aux attentes des consommateurs américains

Bien que les occasions abondent pour les entreprises canadiennes, l'efficacité aux douanes et l'excellence en logistique sont essentiels!

Vous avez travaillé très fort pour planifier votre entrée sur le marché américain. Alors, pourquoi risquer que vos envois arrivent en retard en raison d'une erreur de dédouanement ou d'une stratégie de logistique inefficace? Choisissez plutôt un partenaire logistique qui se spécialise dans les solutions transfrontalières et qui comprend vraiment le processus douanier. Purolator possède d'importantes capacités aux États-Unis et au Canada qui lui permettent de veiller à ce que vos envois arrivent aux É.-U. à temps. Et elle le fait avec le plus haut niveau d'innovation et d'efficacité.





Faites confiance à Purolator en tant que ressource pour obtenir de l'information sur le marché américain et de l'expertise en logistique.

[Nous contacter](#)

Purolator
Promises delivered™

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