



GUIDE D'EDC

CONSEILS POUR FAIRE BONNE FIGURE AUX ÉTATS-UNIS

Voici comment y maximiser votre succès

Canada


EDC
UN MONDE À CONQUÉRIR

En matière d'étiquette des affaires, ce qui est acceptable ou non peut varier d'un pays à l'autre. Pour connaître du succès en affaires à l'étranger, vous devez bien comprendre la culture, les traditions et les habitudes commerciales de vos clients et partenaires dans vos marchés cibles, et adapter vos communications et vos stratégies d'affaires en conséquence.

C'est ce qui pourrait faire toute la différence entre l'obtention ou la perte d'un contrat.

Les États-Unis sont reconnus sur de nombreux plans : innovation technologique, puissance militaire, dominance économique, moyenne élevée des revenus et taux de chômage modéré. On les connaît aussi pour leurs merveilles naturelles fascinantes, comme le Grand Canyon, ainsi que leur empreinte sur la culture à l'échelle mondiale, dont la musique, les films, les émissions de télévision, le sport et l'alimentation. Avec une population de plus de 330 millions de personnes, les États-Unis continuent d'offrir aux entreprises canadiennes des possibilités d'investissement et d'exportation.

Les États-Unis sont notre plus important partenaire commercial, allié et ami. En 2019, nos échanges commerciaux en produits et services totalisaient 1000 milliards de dollars. La même année, les exportations canadiennes de marchandises vers ce pays représentaient 446,6 milliards de dollars. Le Canada est le principal partenaire commercial de la plupart des États américains et nos entreprises qui mènent des activités au sud de la frontière emploient directement plus de 870 000 États-Uniens.

Nos valeurs et intérêts communs renforcent le partenariat multifacette et la solide alliance qui unissent nos deux pays. Ils ont tous deux à cœur de promouvoir la diversité et l'inclusion, par exemple, en établissant des partenariats avec les peuples autochtones.

Grâce à nos accords sur le commerce et l'investissement, les entreprises canadiennes ont accès au marché états-unien. Par exemple, l'Accord Canada–États-Unis–Mexique (ACEUM) a pour but de stabiliser le commerce entre ces trois pays et d'abolir les barrières tarifaires et autres obstacles commerciaux.

Les projets canadiens d'investissements directs aux États-Unis touchent principalement les logiciels et les services de TI, les services financiers et commerciaux, l'immobilier, l'équipement industriel et les aliments et boissons.

5 RÈGLES D'ÉTIQUETTE À OBSERVER

- 1. Ponctualité.** Les États-Uniens accordent de l'importance à cette qualité. Arriver en retard à une réunion est perçu comme un manque de respect envers votre partenaire ou votre client, d'autant plus qu'aux États-Unis, il est généralement admis que « le temps c'est de l'argent ». Normalement, les réunions durent de 30 à 60 minutes et l'ordre du jour est clair.
- 2. Langage corporel.** Commencez toujours la rencontre en offrant une bonne poignée de main en regardant votre interlocuteur dans les yeux. Rappelez-vous que les États-Uniens n'aiment pas qu'on les touche. Faites vos devoirs pour pouvoir bavarder et éviter les silences embarrassants. En effet, les États-Uniens aiment bien parler de choses et d'autres avant les négociations, histoire de détendre l'atmosphère. Ils n'aiment pas les silences parfois lourds avant le début d'une rencontre, comme on le voit parfois dans d'autres cultures.
- 3. Communications.** Les États-Uniens ne tournent pas autour du pot. Ne soyez donc pas surpris et ne vous offusquez pas de leur franchise. Ils adoptent une approche pragmatique face aux négociations et aux réunions d'affaires et ils disent ce qu'ils pensent sans détour. Évitez les termes agressifs pour exprimer votre désaccord (dites plutôt « Je vois ce que vous voulez dire, mais... »). Optez pour l'approche « gagnant-gagnant ». Nos voisins du sud disent ce qu'ils pensent vraiment; ainsi « oui » veut dire « oui », « non » veut dire « non » et « peut-être » n'est pas une façon polie de dire « non » – ça veut vraiment dire « peut-être »).
- 4. Relations d'affaires.** En affaires, les États-Uniens recherchent certains éléments clés :
 - › un bon rapport prix-rendement;
 - › un avantage technologique ou commercial;
 - › le respect rigoureux des délais de livraison.Les États-Uniens laissent peu de place à l'imprévu. Vous devez les convaincre que votre produit ou votre service leur apportera une valeur ajoutée et que grâce à votre proposition, ils pourront générer des revenus. Vous n'avez que quelques minutes pour les convaincre, ne perdez donc pas de vue l'importance de l'argumentaire. Pour eux, c'est la transaction et le résultat qui comptent. Ils n'ont pas besoin de nouer des liens pour conclure un marché. La relation peut se tisser au fil du temps. En revanche, ils recherchent « l'amabilité » et les signes de confiance chez leurs partenaires d'affaires, comme l'honnêteté et une attitude amicale.
- 5. Réseau, réseau, réseau.** Le réseautage est essentiel à l'établissement de contacts d'affaires aux États-Unis (les déjeuners, les séminaires, les dîners, etc. sont des occasions importantes). Dans la plupart des activités de réseautage, on donne sa carte professionnelle pour échanger les coordonnées. Habituellement, les États-Uniens laissent tomber les formalités et s'adressent à l'autre en employant son prénom. Mais s'il s'agit d'une première rencontre, mieux vaut utiliser le titre de civilité et le nom de famille de votre interlocuteur

POUR EN SAVOIR PLUS

- › Consultez la page Info-pays et info-marchés d'EDC sur [les États-Unis](#).
- › Consultez les pages Web du Service des délégués commerciaux du Canada sur [les États-Unis](#).
- › Visitez le [site](#) de la Chambre de commerce Canada–États-Unis (en anglais seulement).
- › Communiquez avec ces représentants d'EDC : [Michael Gonsalves](#), gestionnaire régional principal – Atlanta et [Sanaa El Maazi](#), gestionnaire régionale adjointe – Chicago.



FAITS INTÉRESSANTS SUR LES ÉTATS-UNIS

- › Depuis 1871, les États-Unis représentent la plus importante économie du monde; ils comptent pour près du quart de l'économie mondiale.
- › D'une superficie de 9,834 millions de kilomètres carrés, les États-Unis figurent au troisième rang des pays les plus vastes – le pays est presque aussi grand que tout le continent européen. Environ 45 millions d'immigrants y vivent, c'est plus que dans n'importe quel autre pays du monde.
- › Grande destination touristique, les États-Unis sont en tête des destinations les plus prisées des touristes internationaux, après l'Espagne et la France.
- › Les États-Unis sont un carrefour commercial important. Selon le magazine Forbes, 575 des 2000 plus grandes sociétés du monde s'y trouvent.
- › La frontière terrestre entre les États-Unis et le Canada est la plus longue du monde – elle mesure 8 891 km.
- › Plus de la moitié des 50 États – 26 – portent un nom d'origine autochtone.
- › Les États-Unis consomment 21 % de l'énergie mondiale; c'est la consommation par habitant la plus élevée de la planète. Ils sont deuxièmes au monde pour ce qui est de la production d'énergie.
- › Crée en Arkansas en 1962, Walmart est l'employeur du secteur privé le plus important au monde. La société emploie 2,2 millions de personnes.
- › Beaucoup d'inventions voient le jour aux États-Unis : avions, ordinateurs, téléphones cellulaires, croustilles et ampoules électriques ne sont que quelques exemples de l'ingéniosité américaine.
- › L'industrie cinématographique états-unienne est la plus importante, la plus ancienne et la plus rentable du monde. Selon IBISWorld, un cabinet spécialisé en recherche, elle aurait généré quelque 33 milliards de dollars en 2019.

À PROPOS D'EXPORTATION ET DÉVELOPPEMENT CANADA

Qui nous sommes

Exportation et développement Canada (EDC) est l'organisme de crédit à l'exportation du Canada. Notre mandat consiste à soutenir et à développer le commerce extérieur du Canada en aidant les entreprises canadiennes à profiter des débouchés offerts sur le marché international. Nous sommes une société d'État financièrement autonome, indépendante du gouvernement du Canada.

Avis de non-responsabilité

Le présent document est une compilation de renseignements accessibles au public. Il ne vise aucunement à donner des conseils précis et ne devrait pas être consulté dans cette optique, car son but est simplement d'offrir un tour d'horizon. Il serait donc malavisé d'agir ou de prendre une décision sans avoir fait une recherche approfondie indépendante et obtenu des conseils d'un professionnel sur le sujet précis traité. Bien qu'Exportation et développement Canada (EDC) ait déployé des efforts commercialement raisonnables pour s'assurer de l'exactitude des renseignements contenus dans le présent document, EDC ne garantit d'aucune façon leur exactitude, leur actualité ou leur exhaustivité. Le présent document pourrait devenir périmé, en tout ou en partie, à tout moment. Il incombe à l'utilisateur de vérifier les renseignements qu'il contient avant de s'en servir. EDC n'est aucunement responsable des pertes ou dommages occasionnés par une inexactitude, une erreur ou une omission dans ce contenu. Le présent document ne vise aucunement à donner des avis juridiques ou fiscaux et ne doit pas servir à cette fin. Pour obtenir ce genre de conseils, il est recommandé de consulter un professionnel compétent. EDC est propriétaire de marques de commerce et de marques officielles. Toute utilisation d'une marque de commerce ou d'une marque officielle d'EDC sans sa permission écrite est strictement interdite. Toutes les autres marques de commerce figurant dans ce document appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Les renseignements présentés peuvent être modifiés sans préavis. EDC n'assume aucune responsabilité en cas d'inexactitudes dans le présent document.

© Exportation et développement Canada, 2022. Tous droits réservés.