



Guide

*Faire affaire
en France*

à l'attention de l'exportateur québécois

Québec 
Délégation générale
Paris

Ce guide « Faire Affaire en France » a été préparé par le Service des Affaires économiques et commerciales de la Délégation générale du Québec à Paris, à l'attention des sociétés québécoises qui s'intéressent au marché français.

Nous avons rassemblé dans un même document des informations de base qui seront utiles aux exportateurs québécois pour réussir à faire affaire en France.

Ce guide est perfectible et sera mis à jour régulièrement: n'hésitez pas à nous faire part de vos suggestions pour l'améliorer !

Un deuxième guide pratique, « S'implanter en France », a été rédigé pour les sociétés québécoises qui envisagent de s'installer en France.

A tous les exportateurs québécois, nous souhaitons beaucoup de succès sur le marché français !

Jacques Gagnon
Premier Conseiller aux Affaires économiques et commerciales
Délégation Générale du Québec à Paris

Jacques.gagnon@mri.gouv.qc.ca
Téléphone : 33 1 40.67.85.88

Février 2008

Ouvrage réalisé par le Service des Affaires économiques et commerciales de la Délégation Générale du Québec à Paris, mis à jour et enrichi par Tamaïka Jumelle Kouakou, sous la direction de Christiane Demoulin, coordonné par Jacques Gagnon.

TABLE DES MATIÈRES

AVIS AU LECTEUR	5
PANORAMA DE L'ÉCONOMIE FRANÇAISE	6
PORTRAIT DES RELATIONS BILATÉRALES QUÉBEC-FRANCE	8
CONTACTS UTILES	11
○ Ministère du Développement Économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE)	
○ Délégation Générale du Québec à Paris	
○ Autres organismes au Québec et en France	
○ Autres organismes européens et français	
○ Données financières sur entreprises françaises	
VENDRE EN FRANCE – LA STRATEGIE	15
○ Les canaux de distribution	
○ Les intermédiaires de vente	
▪ Le distributeur	
▪ Le partenaire technologique	
▪ L'agent commercial	
○ Recourir aux services d'un avocat	
○ Le programme UBIFRANCE-Québec	
○ Visiter ou participer à un salon professionnel	
○ Les marchés publics	
○ Les titres de séjour	

VENDRE EN FRANCE – LES TECHNIQUES ADMINISTRATIVES	29
○ L'étiquetage et les spécifications liées aux produits	
○ Les normes et la certification	
○ Le marquage CE	
○ Déposer une marque ou un brevet	
○ Recyclage des emballages	
○ Concurrence, consommation, répression des fraudes	
○ Sécurité sanitaire des aliments	
L'EXPORTATION	41
○ Documentation à l'exportation	
▪ Nomenclature douanière	
▪ Document Administratif Unique (DAU)	
▪ Documents qui accompagnent le DAU	
○ Droits de douane et taxes	
○ Le carnet ATA	
○ L'opérateur économique agréé (OEA)	
RENSEIGNEMENTS PRATIQUES	49

AVIS AU LECTEUR

Le guide "Faire affaire en France" s'adresse à tout entrepreneur québécois désireux d'exporter ses produits ou services sur le marché français et de développer ses affaires en France.

La France faisant partie intégrante de l'Union Européenne, sa législation et ses réglementations tendent à s'harmoniser avec celles des autres pays européens.

Ce guide est à jour au 1^{er} Février 2008.

Nous vous suggérons de consulter régulièrement les sites Internet que nous avons répertoriés.

PANORAMA DE L'ÉCONOMIE FRANÇAISE

Avec un PIB de plus de 1744 milliards d'euros en 2006, l'économie française se classe au sixième rang mondial.

Cinquième exportateur de biens dans le monde, quatrième exportateur de services et troisième exportateur pour l'agriculture, la France est aussi le premier producteur et exportateur agricole européen.

Les atouts du paysage économique français sont nombreux : transports, télécommunications, industries agro-alimentaires, produits pharmaceutiques, mais également le secteur bancaire et celui des assurances...

Depuis sa fusion avec la NYSE en 2007, la bourse paneuropéenne EURONEXT - qui regroupe celles de Paris, Lisbonne, Londres, Amsterdam et Bruxelles - est la première place boursière mondiale.

Par ailleurs, la main-d'œuvre française est de qualité et la productivité horaire est très élevée. Les investisseurs étrangers apprécient le niveau élevé de la recherche française et la maîtrise des technologies avancées.

En 2005, la France a développé le concept des « pôles de compétitivité ». Il s'agit d'une concentration d'entreprises, de centres de recherche, d'institutions de formation sur un territoire donné. Travaillant en partenariat, ces ensembles ont pour objectif de développer des projets innovants communs destinés à un ou plusieurs marchés. En 2007, le territoire français comptait 71 pôles de compétitivité. Pour encourager les échanges avec le Québec, un symposium des pôles de compétitivité et des créneaux d'excellence québécois est prévu à Québec en mai 2008.

Grâce à ces indéniables atouts, la France se situe au troisième rang mondial des pays d'accueil des investissements directs provenant de l'étranger.

Avec plus de 80 millions de touristes étrangers en 2007, la France est la

première destination touristique au monde.

Données socio-démographiques (2006)

- Superficie : 550 000 kilomètres carrés
- Population : 63,8 millions d'habitants (2007)
- Les plus grandes villes de France : Paris
Marseille
Lyon
Toulouse
Nice
- Population active : 27,6 millions de personnes
- Taux d'activité des hommes : 74,5 %
- Taux d'activité des femmes : 63,8 %

Données socio-économiques (2006)

- PIB: 1 744 milliards d'euros
- Taux de croissance du PIB : 1,9 % (2007)
- Inflation : 1,5 % (2007)
- Salaire net moyen par salarié : 21 480 euros par an
- SMIC horaire : 8,44 euros
- Syndicalisme : 5% de la population active est affiliée
- Congés payés légaux : 5 semaines par an
- Durée légale du travail : 35 heures par semaine
- Dépenses de Recherche et développement : 2,26 % du PIB
- Exportations : 400,2 milliards d'euros en 2007 (+3,1%)
- Importations : 439,4 milliards d'euros en 2007 (+ 5,4%)
- Déficit commercial: 39,2 milliards d'euros en 2007

PORTRAIT DES RELATIONS BILATÉRALES QUÉBEC-FRANCE (données 2006)

Le Québec et la France sont de grands partenaires économiques. Les échanges économiques entre le Québec et la France sont très dynamiques.

Une grande complémentarité et des outils de coopération économique bien adaptés sont à l'origine du dynamisme des relations économiques entre la France et le Québec.

Le portrait de la présence économique du Québec en France fait montre d'une relation économique saine et dynamique qui s'intensifie.

Les ventes de produits français au Québec

- La France est le 3^{ème} fournisseur du Québec parmi les pays de l'Union Européenne (après le Royaume-Uni et l'Allemagne).
- Exportations de la France vers le Québec : 2423 millions \$ CAD en 2006, soit 47% des exportations de la France vers le Canada.

Les ventes de produits québécois en France

- La France est au 4^{ème} rang pour les exportations du Québec dans le monde (après les États-Unis, le Royaume-Uni et l'Allemagne).
- Exportations du Québec vers la France : 1184 millions \$ CAD en 2006 (+5.4% par rapport à 2005), soit 41 % des exportations canadiennes en France.
- Principaux produits québécois exportés vers la France en 2006 :
 - parties d'avions et d'hélicoptères ;

- turboréacteurs et turbopropulseurs ;
- papier journal ;
- minerais de fer et leurs concentrés ;
- véhicules aériens et spatiaux.

Les investissements d'entreprises françaises au Québec

La France est le deuxième investisseur étranger au Québec, après les États-Unis et devant le Royaume-Uni.

Les investissements d'entreprises québécoises en France

Le Québec est le principal investisseur canadien en France.

L'implantation d'entreprises semble être une tendance qui s'affirme non plus seulement dans le cas de la grande entreprise, mais aussi au niveau des PME dans des niches hautement spécialisées.

En 2007, 158 entreprises québécoises étaient implantées en France. Elles employaient environ 27 000 personnes dans des secteurs très diversifiées.

- Principaux domaines représentés:
 - secteur industriel (pâtes et papier, cartons et imprimerie) ;
 - commercialisation, distribution, installation de logiciels ou service conseil en informatique;
 - services aux entreprises (autres qu'informatiques, dont le génie-conseil et les consultants);
 - services bancaires et financiers ;
 - biens de consommation ;
 - services touristiques et culturels ;
 - cosmétiques.

CONTACTS UTILES

La responsabilité de la politique internationale du Québec appartient au Ministère des Relations Internationales (MRI) qui gère le réseau des représentations du Québec à l'étranger, telles que la Délégation Générale du Québec à Paris.

Le principal partenaire pour les gens d'affaires est le Ministère du Développement Économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE). Celui-ci dispose d'informations sur les marchés extérieurs et saura orienter vos recherches vers les sources appropriées.

MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, DE L'INNOVATION ET DE L'EXPORTATION (MDEIE)

Pupitre France & Benelux

- **Ministère du Développement Économique, de l'Innovation et de l'Exportation**

380, rue Saint-Antoine Ouest
Montréal (Québec) H2Y 3X7
Téléphone : (514) 499-2185
Télécopieur : (514) 873-9913
Internet : <http://www.mdeie.gouv.qc.ca/>

Monsieur Jean-Pierre Arsenault est le Directeur de la Direction Europe au sein du MDEIE. Le Pupitre France & Benelux se compose également du Chef de pupitre Marc Fillion ainsi que de Robert Gilardeau, de Jonathan Martel-Kennes, d'Isabelle Thérroux et de Lise Venne.

Directions Régionales du MDEIE

Le MDEIE est présent dans tout le Québec. Vous trouverez les coordonnées de la Direction Régionale dont vous dépendez ainsi que le nom de votre interlocuteur sur le site : <http://www.mdeie.gouv.qc.ca/>

DELEGATION GENERALE DU QUEBEC A PARIS

- **Délégation Générale du Québec à Paris**
Affaires Économiques et Commerciales
66, rue Pergolèse
75116 Paris
Téléphone : 33 1.40.67.85.80
Télécopieur : 33 1.40.67.85.89
Internet : <http://www.quebec.fr>
E-mail: chantal.st-antoine@mri.gouv.qc.ca

Monsieur Jacques R. Gagnon est Premier conseiller aux Affaires Économiques et Commerciales. Il est appuyé dans ses fonctions par trois attachés commerciaux : Christiane Demoulin, Éric Duflos et Françoise Gizewski.

AUTRES ORGANISMES AU QUEBEC ET EN FRANCE

Ces organismes procurent un certain nombre d'informations nécessaires à une analyse approfondie du marché français dans différents secteurs d'activité.

- **Mission Économique de Montréal**
1501, McGill College, 11^{ème} étage
Montréal, (Québec) H3A 3M8
Téléphone : (514) 670-4000
Télécopieur : (514) 670-4001
Internet : <http://www.missioneco.org/canada/>
- **Chambre de Commerce Française (Montréal)**
1819, René Lévesque Ouest, Bureau 202
Montréal, (Québec) H3H 2P5
Téléphone : (514) 281-1246
Télécopieur: (514) 289-9594
Internet : <http://www.ccife.org/canada/montreal/>

- **Chambre de Commerce Française (Québec)**

300, rue Métivier, Bureau 101
Québec, (Québec) G1M 3Y9
Téléphone: (418) 522-3434
Télécopieur : (418) 522-0045
Internet : <http://www.cfcquebec.ca>

- **Chambre de Commerce France-Canada**

5 rue Constantine
75007 Paris
Téléphone : 33 1 43.59.32.38
Télécopieur : 33 1 42.56.25.62
Internet : <http://www.cfc-france-canada.com>

La Chambre de Commerce France-Canada publie un Guide annuel regroupant des informations utiles à l'approche du marché français. Il est possible d'en commander une version à partir du site : <http://www.cfc-france-canada.com>

Ce guide comprend également un annuaire regroupant l'ensemble des membres de la Chambre de Commerce France-Canada.

- **Club Économique France-Québec**

Le Club Économique France-Québec est né de l'initiative de la Délégation Générale du Québec à Paris. Il s'est doté d'un comité exécutif constitué de personnalités françaises et québécoises provenant des secteurs privés et publics.

Le Club Économique est un lieu privilégié de rencontres et d'échanges pour les gens d'affaires exerçant sur les marchés français et québécois.

Outre la mission de conseil que jouent les membres du Club Économique à l'égard des nouveaux investisseurs, l'accent est mis sur le développement d'une synergie pouvant elle-même générer des activités économiques nouvelles.

Sur une base régulière, le Club Économique organise des rencontres avec

de prestigieux conférenciers qui se prononcent sur les enjeux économiques des marchés français et québécois.

AUTRES ORGANISMES EUROPÉENS ET FRANÇAIS

- **Union Européenne :**
<http://www.europa.eu/>
- **Portail français sur les questions européennes**
<http://www.touteurope.fr/>
- **Direction Générale de l'Europe d'Affaires étrangères et de Commerce international Canada**
<http://www.dfait-maeci.gc.ca/canadaeuropa>
- **Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Emploi**
- **Ministère du Budget, des Comptes publics et de la Fonction publique**
<http://www.finances.gouv.fr>
- **Portail du Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Emploi et du Ministère du Budget, des Comptes publics et de la Fonction publique au service des entreprises**
<http://entreprises.gouv.fr/>

DONNÉES FINANCIERES SUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES

- **Information gratuite sur les entreprises du Registre du Commerce**
<http://www.societe.com>
- **Information légale sur les entreprises**
<http://www.infogreffe.fr>
- **Registre national du Commerce et des sociétés**
<http://www.euridile.fr>

VENDRE EN FRANCE – LA STRATÉGIE

LES CANAUX DE DISTRIBUTION

Plusieurs canaux de distribution s'offrent à votre entreprise pour la commercialisation de vos produits en France. Il convient de choisir celui qui est le mieux adapté à votre produit et à vos objectifs. Ces canaux sont en général plus complexes qu'en Amérique du Nord. Les ententes avec des partenaires sont plus contraignantes et nous vous invitons à beaucoup de prudence avant de signer une entente de distribution.

LES INTERMÉDIAIRES DE VENTE

Les intermédiaires de vente peuvent être de trois formes :

1. Le distributeur
2. Le partenaire technologique
3. L'agent commercial

1. Le distributeur

Un distributeur peut être une personne physique ou morale qui achète un bien ou un service directement de votre entreprise pour le revendre. Le distributeur est indépendant de votre entreprise et est seulement lié par un accord de distribution.

Cet accord peut faire l'objet d'un contrat. Dans ce cas, certains termes du contrat sont à étudier attentivement. Il existe notamment des règles précises concernant la distribution exclusive et la fixation des prix.

Les conditions de fin de contrat sont à examiner avec beaucoup d'attention car elles varient selon le type d'accord de distribution.

L'une ou l'autre des parties à un accord de distribution d'une durée

spécifique peut, à la fin de cette durée, ne pas le renouveler sans qu'il doive y avoir notification ou indemnisation. S'il y a cessation avant la fin de la durée prévue, la partie qui y met fin peut se faire poursuivre par l'autre pour rupture de contrat.

L'une ou l'autre des parties à un accord de distribution d'une durée non spécifique peut rompre le contrat sans qu'il y ait indemnisation après une période de notification convenable qui est habituellement de six mois. La rupture d'un tel contrat par votre entreprise sans qu'il n'y ait eu de période de notification convenable peut amener le distributeur à demander un dédommagement.

Il est important de s'assurer que le type de contrat que vous souhaitez utiliser est adapté au produit à distribuer, à vos capacités d'exporter rapidement et avec ponctualité, et qu'il ne contrevient pas aux règles de concurrence.

Le contrat de distribution est donc semblable à son équivalent québécois sauf dans la mesure où certaines clauses sont prohibées :

- clause de non-concurrence;
- clause de fixation des prix;
- clause exclusive de protection territoriale absolue.

2. Le partenaire technologique

Un partenaire technologique est une personne morale à qui un exportateur vend une technologie et qui lui verse des royalties en échange de l'utilisation de cette technologie.

C'est un intermédiaire de vente très souvent utilisé dans le domaine des hautes technologies.

Avant de signer un contrat avec un partenaire technologique, il est conseillé de s'assurer de son existence juridique et de sa solidité financière. C'est une démarche à faire régulièrement.

Le site Internet www.societe.com propose une base de données sur les entreprises implantées en France qui sont inscrites au Registre du Commerce. Il suffit de lancer une recherche sur une société donnée pour

avoir accès à diverses informations la concernant. Ce service est gratuit mais l'accès aux enquêtes de solvabilité, aux diagnostics financiers, aux statuts et comptes de l'entreprise sont payants.

Il est également possible de procéder à une veille c'est-à-dire d'ouvrir une surveillance sur une ou plusieurs entreprises. Tout changement concernant les entreprises pour lesquelles vous avez souscrit à ce service vous sera signalé dans les plus brefs délais.

Par ailleurs, il est recommandé de garder un contact régulier avec son partenaire technologique. Il est important de l'informer des nouveaux produits de votre société, des changements majeurs, des grandes ventes, des contrats.

Notez que le programme UBIFRANCE-QUÉBEC facilite les partenariats technologiques entre entreprises françaises et québécoises. Consultez la page 22 du Guide.

3. L'agent commercial (au Québec, « l'agent manufacturier »)

Sur le territoire de l'Union Européenne, la profession d'agent commercial est régie par la *Directive 86/653 du 18 décembre 1986*. La France a transposé cette Directive dans sa *Loi du 25 juin 1991*.

La profession d'agent commercial

L'agent commercial est un mandataire indépendant. Il agit au nom et pour le compte de la personne physique ou morale qu'il représente de manière permanente. Il a pour mission de négocier, vendre, louer ou d'acheter au nom de l'exportateur sur un territoire géographique défini.

Contrairement aux distributeurs, les agents commerciaux n'achètent pas des biens pour les revendre; ils mettent plutôt en rapport des vendeurs et des acheteurs. Ils sont rémunérés au moyen d'une commission sur chaque transaction conclue.

L'agent commercial peut être une personne physique ou morale.

Les obligations de l'agent commercial

L'agent commercial bénéficie d'une totale autonomie.

Cependant, il se doit de tenir une comptabilité minimale et d'informer régulièrement l'entreprise ou la personne avec qui il travaille. Par ailleurs, il assume ses propres frais et prend en charge ses cotisations sociales (assurance santé, sécurité sociale et primes pour la retraite) et fiscales (taxe sur la licence d'entreprise et TVA).

Il est en outre inscrit au Registre Spécial des Agents Commerciaux.

Le contrat d'agent commercial

L'agent commercial est lié à l'entreprise qu'il représente par un contrat qui définit les obligations de chaque partie.

Le contrat d'agent commercial comprend les éléments suivants :

- Informations sur l'entreprise (capital, n° d'immatriculation, siège social), nom du représentant légal ;
- Le nom de l'agent commercial, son domicile, le lieu et le n° d'inscription au Registre Spécial des agents commerciaux ;
- La date d'entrée en vigueur du contrat ;
- La durée du contrat ;
- Le mandat de l'agent commercial ;
- La liste exhaustive des produits dont il a la charge ;
- Le secteur géographique dont est responsable l'agent commercial. Il peut bénéficier d'une exclusivité sur les secteurs géographiques ;
- Les conditions d'exercice du mandat (obligation de loyauté, d'information, de moyens...) ;
- La rémunération : le taux de commission. La commission est calculée par rapport au montant net hors taxes de la commande ;
- La fréquence des paiements ;
- Le préavis légal de cessation du contrat ;
- Le tribunal compétent pour connaître de tout différend découlant du contrat.

Les parties peuvent néanmoins ajouter d'autres clauses au contrat.

Cessation de contrat

Le contrat d'agent commercial peut être résilié en cas de manquement grave de la part de l'agent commercial.

Les dispositions régissant la cessation du contrat d'agent commercial sont d'ordre public. En aucun cas, les parties ne peuvent y déroger. Toutes clauses du contrat y dérogeant seraient considérées nulles et non-avenues.

Les obligations du mandant (par exemple, de l'entreprise québécoise exportatrice)

En cas de rupture du contrat par le mandant, la législation impose :

- a. Un préavis :
- Un préavis d'un mois pour un contrat qui dure depuis un an.
 - Un préavis de deux mois pour un contrat qui dure depuis deux ans.
 - Un préavis de trois mois pour un contrat qui dure depuis trois ans ou plus.

La rupture de contrat se fait obligatoirement par courrier recommandé.

- b. Une indemnité :
- Une indemnité pouvant aller jusqu'à deux ans de commissions est due à l'agent.

Dans la pratique, l'indemnité peut aussi comprendre le remboursement des frais encourus par l'agent. Cette indemnité est due que le contrat ait été conclu pour une durée déterminée ou pour une durée indéterminée.

NOTRE CONSEIL

L'exportateur québécois doit être vigilant sur le choix de son partenaire car les ruptures peuvent être onéreuses.

Il doit être conscient que le statut d'agent commercial dans l'Union

Européenne, donc en France diffère grandement de celui d'agent manufacturier, très courant en Amérique du Nord.

Mandater un agent commercial peut s'avérer très contraignant.

Sur le plan commercial et marketing.

- Il faudrait tenir compte de la difficulté de suivre et de surveiller l'agent commercial à distance.
- Par ailleurs, l'agent commercial, étant un mandataire indépendant et n'a donc aucun lien de subordination avec l'entreprise qui le mandate.
- Il existe également le risque que l'agent s'approprie la clientèle. Aussi, une clause de non-concurrence d'un maximum de deux ans peut être incluse dans le contrat.

Sur le plan juridique

Les dispositions régissant la cessation du contrat d'agent commercial ne peuvent être écartées.

- Un préavis d'un mois au minimum ;
- Une indemnité compensatrice.

LE REPRESENTANT DE FIRME ETRANGERE

Un employeur québécois qui ne réside pas en France a la possibilité d'employer un salarié en France. Il s'agit d'un « représentant de firme étrangère ».

Cette personne peut :

- être de nationalité française ;
- être un ressortissant de l'Espace Économique Européen ;
- être un ressortissant d'un autre pays, tel que le Canada, à condition de posséder une carte de résident de 10 ans en France.

L'entreprise peut également employer un ressortissant d'un autre pays, tel que le Canada, à condition que cette personne ait obtenu un visa long séjour du Consulat de France au Québec.

Le représentant de firme étrangère a un contrat de travail français. En conséquence, la société québécoise qui l'emploie est redevable des cotisations sociales selon les normes françaises.

Il est nécessaire de désigner par convention écrite un représentant social (en général une société de gestion) qui aura pour mission de s'occuper de toutes les formalités en matière sociale.

Le représentant de firme étrangère doit être déclaré aux différents organismes sociaux. Pour cela, l'employeur québécois doit se procurer le formulaire E0 intitulé « déclaration d'inscription d'une entreprise employant du personnel salarié et ne comportant pas d'établissement en France ». Vous le trouverez au :

http://www.net-entreprises.fr/Html/Formulaire_E0.pdf

Une fois complété, la société québécoise doit le faire parvenir à :

- **URSSAF de Strasbourg**

16, rue Contades 67307 Schiltigheim Cedex

Téléphone : 33 8.20.39.56.70

Internet : <http://www.strasbourg.urssaf.fr/>

E-mail : urssaf.strasbourg@urssaf.fr

L'URSSAF de Strasbourg s'occupera par la suite de transmettre le dossier aux organismes destinataires : l'Insee, l'Assedic, la Direction départementale du travail, de l'emploi et de la formation professionnelle (DDTEFP) et la Caisse régionale d'assurance maladie. Ceux-ci prendront ensuite directement contact avec l'employeur québécois.

L'URSSAF attribuera un numéro d'identification (numéro SIRET) à l'entreprise. Celui-ci lui permettra de payer les cotisations sociales, de procéder à la déclaration annuelle des données sociales et d'effectuer la Déclaration Unique d'Embauche (à faire sur <http://www.net-entreprises.fr/Html/du.html>; pour tout renseignement adressez-vous au

Ministère du Travail, des relations sociales et de la solidarité
<http://www.travail-solidarite.gouv.fr/espaces/travail/771.html>)

N.B. : Une fois que l'employeur québécois ouvre un établissement stable en France, le régime de l'entreprise étrangère n'ayant pas d'établissement en France ne s'applique plus. Il devra alors contacter l'**URSAAF**.

Par ailleurs, l'**URSSAF** s'occupe des formalités pour les professions libérales et les associations qui embauchent du personnel. Voir :
<http://www.strasbourg.urssaf.fr/>

RECOURIR AUX SERVICES D'UN AVOCAT

Il est très fortement conseillé de recourir aux services d'un avocat spécialiste du Droit des affaires, du Droit des sociétés, du Droit du Commerce International. Que ce soit pour rédiger un contrat de vente, un contrat de distribution, déposer un brevet, créer une alliance commerciale ou technologique, un avocat vous sera d'une grande aide.

Il est recommandé de choisir un avocat qui exerce sur les deux barreaux québécois et français.

Sur le site Internet de la Délégation Générale du Québec, sont répertoriés des avocats qui ont à la fois des compétences juridiques en droit français et en droit québécois :

http://www.mri.gouv.qc.ca/paris/en_france/carnet/liste_professionels.asp

LE PROGRAMME UBIFRANCE-QUÉBEC

UBIFRANCE-QUÉBEC est un programme de coopération industrielle développé et cofinancé conjointement par le Ministère du Développement Économique, de l'Innovation et de l'Exportation et par UBIFRANCE.

Il a pour mission d'encourager les partenariats technologiques entre les petites et moyennes entreprises québécoises et françaises. Un très grand nombre d'activités économiques est concerné : cession ou acquisition de

savoir-faire, développement conjoint de produits ou de procédés, création de sociétés mixtes, création de filiales...

- **Programme UBIFRANCE-QUÉBEC**

Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation

Direction Europe

380, rue Saint-Antoine Ouest, 5^{ème} étage

Montréal (Québec) H2Y 3X7

Téléphone : (514) 499-2185

Télécopieur : (514) 873-1540

Internet : <http://www.mdeie.gouv.qc.ca/>

À noter que ce programme permet la concrétisation d'une trentaine d'ententes par année.

VISITER OU PARTICIPER A UN SALON PROFESSIONNEL

Bien ancrés dans la culture commerciale et entrepreneuriale française, les salons professionnels sont très prisés. Chaque année, la France accueille les plus grands événements commerciaux internationaux.

Pour s'informer sur les salons :

- **Association pour la promotion des foires, salons et congrès**

<http://www.foiresalon.com>

- **Portail des salons et événements professionnels**

<http://www.salons-online.com/>

LES MARCHES PUBLICS

Dans le cadre des marchés publics, l'appel d'offre est une procédure obligatoire par laquelle l'État invite des fournisseurs de biens et services à faire une proposition commerciale chiffrée en réponse à la formulation détaillée de son besoin. Lorsqu'il satisfait aux conditions objectives d'éligibilité du marché, c'est généralement l'offrant dont la proposition commerciale est la moins élevée qui est retenu.

Il existe trois catégories de marchés publics :

- Les marchés publics de travaux ;
- Les marchés publics de fournitures ;
- Les marchés publics de services.

La réglementation des marchés publics français ne présente habituellement pas de barrières pour les entreprises étrangères. La Commission des Marchés Publics de l'État a l'entière responsabilité de la conformité des soumissions à la réglementation.

- **Commission des Marchés Publics de l'État**

Internet : http://www.minefe.gouv.fr/themes/marches_publics

- **Portail des marchés publics Européens**

<http://simap.europa.eu>

Vous pouvez également souscrire au Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics (BOAMP) pour connaître les offres:

- **Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics**

Direction des Journaux Officiels

26, rue Desaix

75727 Paris Cedex 15

Téléphone : 33 1 40.58.75.00

Internet : <http://www.journal-officiel.gouv.fr>

Sachez toutefois qu'il est préférable de soumissionner par le biais d'un partenaire Français ou de s'implanter en France.

LES TITRES DE SEJOUR

L'exercice d'une activité commerciale

Aux termes de l'article L122-1 du *Code du Commerce* et du décret n° 2007-1141 du 26 juillet 2007, tout ressortissant étranger qui, sans résider sur le territoire français y exerce des activités commerciales, artisanales

ou industrielles dont l'inscription est requise au Registre du Commerce et des sociétés ou au Répertoire des métiers, doit en faire la déclaration au Préfet du Département où il exerce ses activités pour la première fois.

Des peines d'emprisonnement et des amendes sont prévues pour toute personne contrevenant à cette disposition.

- **Consulat général de France à Montréal**
1501 McGill College
Bureau 1000 – 10^e étage
Montréal (Québec), H3A 3M8
Téléphone: (514) 878-4385
Télécopieur : (514) 878-3981
Internet : <http://www.consulfrance-montreal.org>
Courriel : info@consulfrance-montreal.org

- **Consulat général de France à Québec**
25, rue Saint-Louis
Québec (Québec), G1R 3Y8
Téléphone : (418) 694-2294
Télécopieur : (418) 694-1678
Internet : <http://www.consulfrance-quebec.org>
Courriel : info@consulfrance-quebec.org

NB : Un ressortissant du Québec n'a pas à obtenir préalablement une « carte de commerçant étranger ». Cette carte a été supprimée en Juillet 2006.

Les expatriés (en France, les travailleurs étrangers)

Tout ressortissant étranger souhaitant exercer en France une activité professionnelle doit se procurer une carte de séjour temporaire.

La personne étrangère qui peut justifier d'attaches familiales en France peut faire une demande de « carte de séjour temporaire portant la mention vie privée et familiale » ; celle-ci permet d'exercer une activité professionnelle. (articles L313-11 à L313-13 du *Code de l'entrée et du séjour des étrangers et du droit d'asile*).

La personne étrangère qui ne peut justifier de telles attaches devra faire une demande de « carte de séjour temporaire autorisant l'exercice d'une activité professionnelle ».

Cette carte portera la mention « salarié » lorsqu'elle est délivrée pour une activité d'une durée supérieure ou égale à douze mois.

La carte portera la mention « travailleur temporaire » pour toute activité d'une durée inférieure à douze mois. (article L.313-10 du *Code de l'entrée et du séjour des étrangers et du droit d'asile*).

La personne souhaitant obtenir la carte de séjour temporaire portant la mention « salarié » devra présenter en plus des documents et visas usuels, un contrat de travail autorisé par l'autorité administrative ou une autorisation de travail. (article L.341-2 du *Code du Travail*).

Cette carte est renouvelable.

L'Agence Nationale d'Accueil des Étrangers et des Migrations (ANAEM ; anciennement l'Office des Migrations Internationales (OMI)) est la seule entité habilitée à exercer des activités de recrutement et d'introduction en France de travailleurs étrangers.

- **Agence Nationale d'Accueil des Étrangers et des Migrations**
44, rue Bague
75015 Paris
Téléphone: 33 1 53.69.53.70
Télécopieur : 33 1.53.69.53.69
Internet : <http://www.anaem.fr/>

Faire « travailler » un bénévole

Le droit français ne donne pas de définition du bénévole. Toutefois, la définition donnée par le Conseil économique et social dans un avis datant du 24 février 1993 est la plus souvent retenue. « Est bénévole toute personne qui s'engage librement pour mener une action non salariée en direction d'autrui, en dehors de son temps professionnel et familial ».

Autrement dit, le bénévolat est une prestation de travail à titre gratuit qui s'effectue dans le cadre d'un organisme ou d'une association.

La prestation de bénévolat doit être fournie en dehors de règles de subordination entre l'intéressé et la structure. De plus, il ne doit pas y avoir de règles régissant la durée ou la fréquence du bénévolat autre que celles éventuellement et librement convenues par les deux parties.

Le bénévole ne doit recevoir aucune rémunération ni indemnité compensatoire sous aucune forme que ce soit.

Seul le strict remboursement des frais engagés par le bénévole à l'occasion de la réalisation de l'activité de bénévolat est accepté. Ces remboursements ne peuvent en aucun cas prendre la forme d'indemnités forfaitaires qu'elles qu'en seraient le montant. Les remboursements se font toujours sur la base d'une note de frais accompagnée de justificatifs originaux

En cas de non respect de ces conditions, un juge peut requalifier le contrat de bénévolat en une relation de travail salarié.

Le fait qu'une personne ne soit pas rémunérée n'est pas un obstacle à la requalification en contrat de travail. C'est l'existence d'un lien de subordination entre la personne et les dirigeants de la structure qui fonde la décision du juge. Une telle requalification entraîne l'application à l'intéressé de la législation du travail (en matière de rémunération notamment) et de la législation de la sécurité sociale (affiliation, cotisations).

France Bénévolat est le portail national qui assure la rencontre entre des personnes voulant effectuer du bénévolat et les associations qui les recherchent.

Des centres locaux existent dans tous les départements et villes de France.

- **France Bénévolat**

Internet : <http://www.francebenevolat.org/>

Embaucher un étudiant étranger

Aux termes de l'article R341-4-3 du *Code du Travail* en vigueur le 1^{er} juillet 2007, les étudiants étrangers possédant un titre de séjour valide peuvent, à titre accessoire à leurs études, exercer une activité professionnelle salariée sur le territoire de la France métropolitaine. Pour cela, il n'est pas nécessaire de demander une autorisation de travail.

Au moins deux jours avant l'embauche effective de l'étudiant étranger, l'employeur doit effectuer une déclaration nominative auprès de la préfecture qui a délivré le titre de séjour à l'étudiant. Cette déclaration comporte entre autres, une copie du titre de séjour de l'étudiant. En outre, elle doit préciser la nature de l'emploi, la durée du contrat et le nombre d'heures de travail annuel.

Toutefois, un étudiant étranger ne peut travailler plus de 964 heures par année. Tout étudiant qui contrevient à cette règle se verra retirer son titre de séjour.

VENDRE EN FRANCE – LES TECHNIQUES ADMINISTRATIVES

L'ÉTIQUETAGE ET LES SPÉCIFICATIONS LIÉES AUX PRODUITS

Afin de garantir que les consommateurs reçoivent une information juste et adéquate, l'étiquetage est sévèrement contrôlé en France. C'est la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) qui en assure le strict contrôle.

Les entreprises québécoises sont donc fortement conseillées d'étudier la réglementation et les normes européennes et françaises concernant l'étiquetage.

L'étiquetage des produits doit donner aux consommateurs des informations précises pouvant répondre aux questions de base suivantes :

- Qu'est-ce que c'est ?
- Quel est son usage ?
- De quoi est-il fait ?
- Comment doit-il être utilisé ?
- Quand doit-il être utilisé ?

L'étiquetage en France a un rôle informatif.

La majorité de la réglementation sur l'étiquetage est sectorielle, c'est-à-dire que les informations qui doivent figurer sur les étiquettes sont spécifiques à chaque produit. Il faut donc s'adresser directement à la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) pour connaître les réglementations spécifiques à chaque produit.

À titre indicatif, voici les informations qui sont généralement nécessaires à l'étiquetage de nombreuses catégories de produits :

- **Langue** : les étiquettes doivent être écrites en français. Tout mot étranger doit avoir été autorisé par la loi française ou internationale. L'écriture doit être claire et non-promotionnelle.
- **Dénomination de vente** : l'étiquette doit décrire ce qu'est le produit.
- **Marques de commerce** : tous les noms, symboles et marques liés au produit doivent se trouver sur l'extérieur de l'emballage, sur l'étiquette du produit, et sur le dessus de la boîte.
- **Composition** : tous les ingrédients ou les matériaux constituant le produit doivent être énumérés.
- **Instructions d'utilisation** : explication de la manière dont le produit doit être utilisé.
- **Dates** : elles incluent la date de production, la date limite de consommation pour les produits périssables ainsi que la date d'utilisation pour les produits pré-emballés et gelés.
- **Nom et adresse** du fabricant ou du vendeur.
- **Spécifications** : l'étiquette doit informer le consommateur de toutes limitations particulières liées au produit ou aux conditions de vente.
- **Logo « point vert »** pour les biens de consommation. Voir page 37.
- **Logo CE** pour certains produits. Voir page 32.

Pour connaître les spécificités liées à l'étiquetage de vos produits, consultez une des directions départementales de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) au : http://www.minefi.gouv.fr/directions_services/dgccrf/

LES NORMES ET LA CERTIFICATION

Tous les biens entrant en France doivent être conformes aux normes françaises et européennes existantes. Ces normes diffèrent parfois substantiellement des normes nord-américaines.

Dans plusieurs cas, particulièrement pour les biens technologiquement complexes ou d'une nature potentiellement dangereuse, des tests rigoureux et des procédures d'approbation doivent être faits avant que ces biens ne puissent être vendus en France et en Europe.

Les réglementations européennes en matière d'harmonisation sont transposées au niveau national. En France, c'est l'Association Française de Normalisation (AFNOR) qui en a la responsabilité.

L'AFNOR répertorie dans un catalogue unique les normes nationales, européennes et internationales en vigueur en France. L'énoncé des normes peut être acheté à l'unité, par sous-classe, ou par classe. Il est également possible de se prévaloir d'un service d'abonnement et d'un service d'avant-norme.

L'AFNOR est également un organisme de certification, offrant de nombreuses options en matière de systèmes de management, de produits, de services et de personnes.

Les entreprises québécoises souhaitant assurer la conformité de leurs produits peuvent contacter directement l'AFNOR. L'organisme saura alors leur indiquer les associations sectorielles qu'il convient de consulter selon la classification sectorielle du produit.

▪ **Association Française de Normalisation (AFNOR)**

11, avenue Francis de Préssensé
93571 La Plaine Saint Denis Cedex
Téléphone : 33 1 41.62.80.00
Télécopieur: 33 1 49.17.90.00
Internet : <http://www.afnor.fr>

La Direction Information Industrielle du Centre de Recherche Industrielle du Québec aide les entreprises dans leurs demandes de certification, mais également en matière d'étiquetage, de marquage CE et de normalisation.

▪ **Centre de Recherche Industrielle du Québec**

○ **À Montréal**

8475, avenue Christophe Colomb
Montréal, (Québec) H2M 2N9
Téléphone : (514) 383 1550
Télécopieur : (514) 383-3250

○ **À Sainte-Foy**

Parc technologique du Québec métropolitain
333, rue Franquet
Sainte-Foy, (Québec) G1P 4C7
Téléphone : (418) 659 1550 / 1 (800) 667 2386
Télécopieur : (418) 652 2251

Internet : <http://www.criq.qc.ca>
E-mail: infocriq@criq.qc.ca

LE MARQUAGE CE

Pour rentrer sur le marché européen, et donc sur le marché français, certains produits doivent porter le « marquage CE ». Il s'agit uniquement des produits spécifiquement mentionnés dans les Directives Européennes fondées sur la *Nouvelle Approche en matière de normalisation*.

Il est nécessaire d'apposer sur ces produits une marque CE qui atteste de leur conformité avec les réglementations européennes.

Tout en favorisant la libre circulation des biens à l'intérieur de l'Union Européenne, cette approche permet d'énoncer une réglementation minimale qui assure le respect de certaines « exigences essentielles » en matière de sécurité, de santé, d'environnement et de protection du consommateur.

Le fabricant ou son mandataire établi dans l'un des pays de l'Union Européenne doit rédiger une déclaration CE de conformité de ces produits aux « exigences essentielles » de sécurité obligatoires.

Dans le cas des produits québécois exportés vers la France, c'est l'importateur qui est responsable de la mise sur le marché des produits. Il doit donc rédiger la déclaration CE de conformité.

Le « marquage CE » doit être apposé au Québec afin de prouver la conformité des produits exportés et d'en faciliter le dédouanement. L'absence ou le faux marquage entraînent des poursuites administratives et pénales, telles que des amendes, le refoulement des produits ou leur consignation.

Adressez vous au **Centre de Recherche Industrielle du Québec** (adresse à la page précédente).

Autres organismes :

- **Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris**
<http://www.eic.ccip.fr/informations/marquage/>
- **Nouvelle approche en matière d'harmonisation dans le marché unique**
<http://www.newapproach.org/>

DÉPOSER UNE MARQUE OU UN BREVET

L'Institut National de la Propriété Intellectuelle (INPI) est l'organisme français chargé de réguler marques, brevets, dessins et modèles.

Le dépôt d'une marque auprès de l'INPI garantit sa protection dans l'ensemble des pays signataires de la Convention de Paris pour une durée de six mois. Il confère un droit de propriété sur la marque.

Dans le cadre de la protection de la propriété intellectuelle, toute personne physique ou morale peut y déposer un élément à protéger. Cette démarche aura pour effet d'interdire l'utilisation de l'élément déposé.

Par ailleurs, l'INPI détient une base de données regroupant les éléments dont elle assure la protection. Cet organisme joue également un rôle indispensable dans la lutte contre la contrefaçon.

Dépôt d'une marque ou d'un brevet

Pour être protégée par un brevet, l'invention doit comporter trois critères :

- Présenter un caractère absolu de nouveauté ;
- Faire preuve d'une activité inventive ;
- Être susceptible d'application industrielle.

Le dépôt d'une marque ou d'un brevet comporte deux phases essentielles :

- La recherche d'antériorité.
Elle consiste à s'assurer que l'élément n'a pas déjà été déposé. Il s'agit d'une recherche payante à effectuer auprès de l'INPI.
- La demande d'enregistrement.
Elle se fait auprès de l'INPI. La validité de ce dépôt est de 10 ans renouvelable indéfiniment pour une marque et de 20 ans pour un brevet.

Deux types de personnes peuvent être mandataires d'une société qui souhaite déposer une marque:

- un avocat

La Délégation Générale du Québec dispose d'une liste d'avocats ayant la double compétence juridique française et québécoise:

Voir le :

http://www.mri.gouv.qc.ca/paris/en_france/carnet/liste_professionels.asp

- un conseil en propriété industrielle

La **Compagnie Nationale des Conseils en Propriété Industrielle** (CNCPI) dispose d'un annuaire des Conseils en Propriété Industrielle classés par région. Consultez le <http://www.cncpi.fr/>

- **Institut National de la Propriété Industrielle**

26 bis, rue de Saint-Pétersbourg

75800 Paris Cedex 8

Téléphone : 33 1 71.08.71.63

Télécopieur : 33 1 53.04.52.65

Internet : <http://www.inpi.fr>

Autre site :

- **ICIMARQUES** : recherche d'un nom de marque en vigueur en France

<http://www.icimarques.com>

Une protection au niveau européen

Dépôt d'une marque

Pour assurer la protection d'une marque dans l'ensemble des pays de l'Union Européenne, il est possible d'en faire le dépôt à l'Office de l'Harmonisation dans le Marché Intérieur (OHMI).

- **Office de l'Harmonisation dans le Marché Intérieur** (marques, dessins et modèles)
Internet : <http://www.oami.eu>
E-mail : information@oami.europa.eu

Dépôt d'un brevet

Le dépôt de brevets se fait auprès de l'Office Européen de Brevets (OEB).

Cette procédure unique présente l'avantage de donner lieu à un brevet uniforme répondant à une législation unique. L'élément déposé est donc protégé dans les 32 pays membres de l'Organisation Européenne des Brevets ainsi que dans les cinq États où le dépôt d'un tel brevet produit des effets.

Par ailleurs, cette procédure permet de centraliser le processus auprès d'un seul interlocuteur. La demande se fait dans une seule langue. Ce n'est qu'au terme d'un processus complexe de recherches et de vérifications que le brevet demandé est délivré.

Une nouvelle version de la Convention pour les brevets européens est entrée en vigueur le 13 décembre 2007. Tout en conservant les hauts standards de la version précédente, la nouvelle Convention facilite les procédures devant l'OEB.

Les demandes de Brevets peuvent être faites dans n'importe quelle langue; cependant, dans un certain délai, une traduction dans une des trois langues officielles (français, anglais, allemand) est demandée. Par ailleurs, la procédure dite « de limitation » permet au demandeur de limiter la portée du Brevet de manière centralisée devant l'OEB ; cette limitation prend effet dans l'ensemble des pays membres.

- **Office Européen de Brevets**
<http://www.epo.org/>

Une protection au niveau mondial

- **Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle - OMPI**

Internet : <http://www.wipo.int>

- **Organisation Mondiale du Commerce – OMC**

Internet : <http://www.wto.org>

RECYCLAGE DES EMBALLAGES (Logo « Point Vert »)

Tous les emballages dont les détenteurs finaux sont les ménages doivent être recyclés. Sont exclus les emballages de transport qui restent chez le distributeur, les emballages de produits destinés aux professionnels et les emballages des produits destinés aux restaurants.

Ainsi, en vertu du Décret n° 92-377 du 1^{er} avril 1992, tout producteur, importateur ou tout premier responsable de la mise en marché de produits est tenu de contribuer ou de pourvoir à l'élimination de leurs déchets d'emballages.

Pour ce faire, ces personnes peuvent organiser un système de reprise individuelle des déchets ou adhérer et contribuer à Eco-Emballages. Il s'agit d'une société publique qui organise la collecte et le recyclage sélectif des déchets.

Le symbole visuel des produits dont l'emballage est collecté et recyclé par Eco-Emballage est celui-ci :



Seules les entreprises installées sur le territoire français peuvent adhérer à Eco-Emballages. Les exportateurs québécois ne peuvent donc avoir accès à ce service. Afin de recycler les emballages des produits venant du Québec, c'est l'importateur installé en France qui a la responsabilité d'adhérer et de contribuer au service d'Eco-Emballages. Pour adhérer à Eco-Emballages, il suffit de demander un dossier d'adhésion à l'organisme.

Dans le cadre du Barème 2007, la contribution des producteurs (ou des importateurs) est composée d'un coût fixe plafonné à 0,11 centime d'euro et d'un coût variable en fonction du poids du matériau.

▪ **ECO-EMBALLAGES**

44 avenue Georges Pompidou B.P. 306

92302 Levallois-Perret cedex

Téléphone : 33 1 40.89.99.99

Télécopieur: 33 1 40.89.99.88

Internet : <http://www.ecoemballages.fr>

CONCURRENCE, CONSOMMATION, RÉPRESSION DES FRAUDES

La Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) est une institution essentielle du paysage économique français.

Son action s'organise autour de trois axes principaux : régulation concurrentielle des marchés, protection économique du consommateur et sécurité du consommateur.

La DGCCRF veille donc au maintien de la concurrence, en luttant en outre contre les ententes et abus de position dominante, les pratiques commerciales déloyales et la contrefaçon. Par ailleurs, elle s'assure de la qualité des produits en valorisant notamment les indices de qualité.

La DGCCRF surveille également toutes les pratiques trompeuses et mensongères (publicité...). Elle est présente à tous les stades (importation, production, distribution...). De plus, en vérifiant les produits alimentaires et industriels ainsi que les services, et en testant leur dangerosité, l'organisme est plus à même de veiller à la sécurité physique et à la santé des consommateurs.

L'administration centrale se trouve à Paris, mais la DGCCRF est également présente sur tout le territoire au travers de directions régionales et d'unités départementales.

- **Direction Générale de la Concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes**
Téléphone : 33 1 40.27.16.00
Internet : http://www.minefi.gouv.fr/directions_services/dgccrf/

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

L'Agence Française de Sécurité Sanitaire des Aliments est un établissement public placé sous la tutelle du Ministère de la Santé, de l'agriculture et de la consommation.

En procédant à des recherches, tests, examens divers, l'AFSSA veille à la santé physique des personnes, la protection de l'environnement et des végétaux et au bien-être des animaux. Les avis de l'AFSSA servent de base scientifique aux décisions politiques en matière de politique et de santé publique. Les politiques en matière de produits et pratiques professionnelles se fondent également sur les avis de l'AFSSA.

L'AFSSA émet de nombreux avis, recommandations et rapports sur des thèmes aussi divers que la grippe aviaire, le clonage, l'influenza, le maïs transgénique....Sont également disponibles de nombreuses informations sur les autorisations de mise en marché délivrées par l'AFSSA concernant les médicaments vétérinaires, les produits phytopharmaceutiques, les produits fertilisants.

Un exportateur québécois devrait consulter ces documents.

- **Agence Française de Sécurité Sanitaire des Aliments**
27-31 avenue du Général Leclerc
94701 Maisons-Alfort Cedex
Téléphone : 33 1 49.77.13.50
Internet : <http://www.afssa.fr/>

L'EXPORTATION

DOCUMENTATION A L'EXPORTATION

Nomenclature douanière

Afin de déterminer le traitement en douane de votre marchandise lors de son importation en France, il faut en déterminer la nomenclature douanière. Cette procédure permet ensuite de déterminer le taux de TVA qui y sera attribué, les droits de douane ainsi que les réglementations applicables lors de l'importation.

Les éléments suivants sont essentiels pour le dépôt de la Déclaration en douane.

1. Valeur en douane ;
2. Espèce tarifaire ;
3. Origine de la marchandise ;
4. Système harmonisé (SH).

Ces éléments vous permettront de remplir ensuite le Document Administratif Unique (DAU).

1. Valeur en douane

Valeur monétaire de la marchandise hors taxe. Définie par le code des douanes communautaire, elle est la valeur transactionnelle, c'est à dire le prix effectivement payé ou à payer pour les marchandises lorsqu'elles sont vendues pour l'exportation à destination du territoire douanier de la Communauté.

2. Espèce tarifaire

Il s'agit d'une classification. Permet de déterminer le taux de TVA, les droits de douane, les taxes parafiscales, les restrictions quantitatives, le cas échéant, les formalités sanitaires et phytosanitaires.

3. Origine de la marchandise

Permet de déterminer le niveau éventuel de droits de douanes et les mesures spécifiques.

4. Système harmonisé

Les pays de l'Union Européenne dont la France, utilisent le « système harmonisé ». Celui-ci est en fonction dans plus de 200 pays dans le monde. Le système harmonisé est une nomenclature internationale de produits mis en place dans le cadre de l'Organisation Mondiale des Douanes. Ainsi, le code douanier de votre marchandise est le même que celui utilisé pour son exportation aux États-Unis.

À partir de ce code, vous trouverez le tarif douanier qui correspond à l'importation de votre marchandise en France.

Les Douanes françaises ont mis à disposition un outil électronique nommé RITA qui permet de déterminer la position tarifaire et la réglementation française et européenne applicable à votre marchandise.

Adressez-vous au rtc-e4@douane.finances.gouv.fr.

Pour de plus amples informations, rendez vous sur le :
<http://www.douane.gouv.fr/page.asp?id=551> et sur
<https://pro.douane.gouv.fr/>.

Le Document Administratif Unique (DAU)

Dans toute l'Union Européenne et donc en France, le dépôt d'une déclaration constitue le commencement de la procédure de dédouanement à l'importation. Elle prend obligatoirement la forme du Document Administratif Unique (DAU).

Il s'agit d'un formulaire harmonisé et simplifié qui est établi soit par la procédure de droit commun, dite procédure normale, soit par la procédure simplifiée. De toute façon, il doit être conforme à la législation européenne.

Ce formulaire est constitué de huit exemplaires. Ainsi, il est utilisé pour l'exportation dans l'Union Européenne, le transit communautaire et par l'importation dans le pays de destination. Par exemple, le premier formulaire est à rendre au bureau de douane de départ, le second sert pour les statistiques du bureau de douanes de départ, le troisième est rendu à l'exportateur après visas par le service des douanes et le sixième formulaire ira au service des douanes du pays de destination.

Les documents qui accompagnent le DAU

Facture

Le DAU est obligatoirement accompagné de la facture. Celle-ci comporte généralement les noms et adresses de l'importateur et de l'exportateur, le lieu et la date de facturation, les modalités de transport (l'incoterm, le mode de transport et les délais précis de livraison), le prix de vente des biens (coût unitaire, coût total, incluant le transport, les assurances, ainsi que les autres dépenses liées au coût des biens), les termes de livraison et de paiement.

Certificat d'origine

Le DAU s'accompagne également du certificat d'origine. Ce document certifie que les biens entrant sur le territoire français sont produits au Canada et qu'ils sont conformes aux droits de douanes, aux taxes et aux restrictions qui s'appliquent aux produits canadiens.

Autres documents

Le cas échéant, le DAU doit s'accompagner de tout autre document nécessaire au traitement commercial ou à l'application de mesures spécifiques de contrôle.

Pour l'exportation de produits agricoles, il est conseillé de s'informer auprès de l'importateur pour connaître les autres documents nécessaires.

Enfin, il existe des cas où une licence d'importation est nécessaire. Bien

que la France conserve la possibilité de continger les importations, seuls les produits sensibles (armes et produits stratégiques, œuvres d'art, déchets toxiques, médicaments, produits laitiers, pêche, etc...) en provenance du Canada, et donc du Québec, peuvent être soumis à un contingentement. Pour ces produits, l'entreprise exportatrice doit être inscrite sur la liste des importateurs à Bruxelles.

Pour plus de plus amples informations concernant l'entrée de marchandises en France et la documentation y étant relative, consultez la Direction Générale des Douanes et Droits Indirects.

- **Direction Générale des Douanes et Droits Indirects**

Téléphone : 33 8 20.02.44.44

Internet : <http://www.douane.gouv.fr/>

<https://pro.douane.gouv.fr/>

DROITS DE DOUANE ET TAXES

Droits de douane

Le montant des droits de douane à l'importation est calculé sur le prix de la transaction plus le fret, l'assurance, les commissions et toutes autres charges et dépenses liées à la vente et à la livraison des produits au point d'entrée dans le territoire douanier de l'Union européenne. Le prix indiqué sur la facture est normalement accepté comme la valeur de la transaction.

La Taxe sur la Valeur Ajoutée

La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) est exigible en France dès le franchissement de la frontière par des biens et des services rendus en France, même s'il n'y a pas eu transfert de propriété. C'est l'entreprise qui importe la marchandise qui doit payer la TVA (et qui la récupèrera par la suite).

Il existe des situations où la marchandise est exonérée de TVA :

- Les marchandises sont destinées à être livrées par l'importateur dans un autre état-membre.
- Les marchandises seront réimportées en l'état.
- Des cas spécifiques dans le cadre de franchises fiscales communautaires, d'œuvres d'art, échantillons,.....

Le représentant fiscal

Toute entreprise établie hors de l'Union Européenne et qui réalise des opérations redevables de la TVA, dont l'exportation, est tenue de désigner un représentant fiscal.

Celui-ci agit en tant que mandataire de la société étrangère. Il est responsable du respect des obligations comptables et fiscales relatives à la TVA pour les opérations réalisées en France par l'entreprise étrangère.

Si le représentant fiscal ne remplit pas ses obligations (ou en l'absence de désignation de celui-ci), c'est l'importateur qui est redevable de la TVA et des pénalités qui peuvent s'y rapporter. Par ailleurs, le représentant peut voir sa responsabilité engagée par la société étrangère pour manquement à ses obligations contractuelles.

Le représentant fiscal a notamment pour mission de délivrer les factures ; il est tenu de préciser qu'il agit en tant que mandataire de la société étrangère.

La désignation du représentant fiscal se fait par toute personne ayant qualité pour engager l'entreprise. Cette personne remet le document de désignation au représentant fiscal qui à son tour le transmet au Service des Impôts des entreprises dont il dépend. Le service des impôts donnera ou non l'accréditation par écrit.

Les taux de TVA

Il existe 3 taux de TVA applicables en France métropolitaine :

- **Taux normal de 19.6 % (taux de droit commun)**
C'est le taux qui s'applique à toutes les opérations imposables pour lesquelles un autre taux n'est pas spécialement prévu.
- **Taux réduit de 5.5 %**
Ce taux s'applique à certains produits ou biens limitativement énumérés par la loi (alimentation humaine, produits d'origine agricole, produits nécessaires à l'agriculture, produits culturels).
- **Taux particulier de 2.1 %**
Il concerne essentiellement certains médicaments, produits sanguins, certaines représentations théâtrales et publications de presse.

La récupération

La TVA est supportée par le consommateur final, ce qui implique que le montant de la TVA dont l'entreprise s'est acquitté, lui donne droit à une réduction du même montant de cette TVA. En effet, lorsque l'entreprise revend ses marchandises à son client, elle facture TTC récupérant ainsi le montant de la TVA qu'elle a supporté.

L'entrée temporaire de biens

Seuls les échantillons qui n'ont pas de valeur commerciale peuvent entrer en France sans payer de droits de douanes, ni de taxes.

Les échantillons qui ont une valeur commerciale peuvent entrer en France sans payer de droits de douane, ni de taxes à une de ces deux conditions:

- Un dépôt de la valeur totale des droits de douanes et des taxes

doit être arrangé avec les douanes. Les échantillons doivent alors être réexportés en moins d'un an pour que vous puissiez récupérer votre dépôt.

- Une alternative à un tel dépôt est l'utilisation du carnet ATA.

Lorsque vous envoyez de tels échantillons par la poste, il est nécessaire de spécifier quels sont ces biens qui servent d'échantillons et "aucune valeur commerciale" devrait être écrit sur les documents d'envoi.

LE CARNET ATA

Le Carnet ATA (admission temporaire) est un document douanier international qui simplifie les opérations d'importation temporaire, d'exportation temporaire et de transit dans les pays signataires de la Convention. Il facilite en outre, l'entrée d'échantillons commerciaux, d'équipements professionnels, de biens destinés aux expositions et aux salons...

Certaines marchandises sont cependant soumises à des réglementations spécifiques.

La France accepte le carnet ATA comme une garantie que tous les droits de douane et les taxes seront payées si un des produits couverts par le carnet n'est pas réexporté dans la période permise.

Pour obtenir un carnet ATA, les exportateurs québécois doivent s'adresser à la Chambre de Commerce du Canada.

- **Chambre de Commerce du Canada**
Service de carnets et de certification de documents
1155, rue University, bureau 709
Montréal (Québec) H3B 3A7
Téléphone : (514) 866-4334
Télécopieur : (514) 866-7296
Courriel : carnetmontreal@chamber.ca

L'OPÉRATEUR ÉCONOMIQUE AGRÉÉ (OEA)

Le 1^{er} janvier 2008 marque l'entrée en vigueur du statut d'Opérateur Économique Agréé dans toute l'Union Européenne.

Dans un souci de sécurité, l'Union Européenne a introduit des mesures concernant la transmission électronique anticipée de la déclaration sommaire, en détail ou simplifiée, à l'importation et à l'exportation.

Dans une logique de labellisation de qualité, le statut d'OÉA est accordé aux entreprises qui présentent la plus grande fiabilité.

Il s'agit donc pour ces entreprises de bénéficier d'un traitement personnalisé et spécifique, notamment de simplifications des procédures douanières, à la suite d'un audit de qualité effectué par les services douaniers. En outre, les entreprises ayant le statut d'OÉA bénéficient de taux de contrôles plus réduits et sont tenues de fournir moins d'informations en matière de sûreté et de sécurité.

Selon le choix du demandeur, le statut d'OEA donne lieu à la délivrance de trois certificats distincts :

- Le certificat AEO « simplifications douanières »
- Le certificat AEO « sécurité/sûreté »
- Le certificat AEO « simplifications douanières et sécurité/sûreté ».

Toute entreprise, quelle que soit sa taille ou son statut peut déposer une demande d'accréditation OEA. Celle-ci doit être effectuée sous forme dématérialisée et doit être accompagnée d'une autoévaluation. Des obligations assez contraignantes sont à respecter par ces entreprises.

- **Direction Générale des Douanes et des Droits Indirects**
Bureau E3 Politique de Dédouanement
11 rue des deux Communes
93558 Montreuil Cedex
Téléphone : 33 8.20.02.44.44
Internet : <https://pro.douane.gouv.fr>
Email : ids@douanes.finances.gouv.fr

RENSEIGNEMENTS PRATIQUES

LES JOURS FÉRIÉS

Les jours de congés sont le 1^{er} janvier, lundi de Pâques, 1^{er} mai, 8 mai, Ascension, Pentecôte, 14 juillet, 15 août, 1^{er} novembre, 11 novembre, 25 décembre.

En France, lorsqu'un jour de congé férié tombe un mardi ou un jeudi, il n'est pas rare que les employeurs permettent aux employés de faire le pont, c'est-à-dire de prolonger la fin de semaine en prenant congé le lundi ou le vendredi, selon le cas.

COURS DES MONNAIES

Pour connaître le cours des monnaies

<http://www.xe.com>

LES CHÈQUES DE VOYAGE

Ils doivent être encaissés dans une institution financière, car peu de restaurants ou d'hôtels les acceptent. L'argent liquide est préférable aux chèques de voyage.

LES CARTES DE CRÉDIT ET CARTES DE GUICHET AUTOMATIQUE

Les cartes VISA et MASTERCARD sont de loin les plus acceptées, pour tout achat de plus de 15 Euros.

Les cartes AMERICAN EXPRESS et DINERS CLUB sont admises dans la plupart des grands hôtels et des grands restaurants.

Les cartes québécoises de guichets automatiques sont maintenant utilisables dans la plupart des guichets à Paris.

LES TRAITES BANCAIRES

Les traites personnelles ou bancaires en Euros ou en \$ CAN sont à éviter autant que possible. Leur encaissement entraîne des pertes de temps non souhaitables.

LES CODES POSTAUX

Ils se composent de cinq chiffres dont les deux premiers correspondent au code de département et les trois derniers, à la commune.

À l'intérieur du département 75 (Paris), les trois derniers chiffres correspondent à l'arrondissement. Seul le 16e arrondissement fait exception. Il est subdivisé en deux (16 et 116).

LES COMMUNICATIONS TÉLÉPHONIQUES

Tous les numéros de téléphone de la France Métropolitaine ont dix chiffres.

La France est divisée en cinq zones d'appel.

Pour l'annuaire téléphonique (professionnels et particuliers), consultez les Pages Jaunes et Pages Blanches : <http://www.pagesjaunes.fr/>

La majorité des téléphones publics fonctionnent :

- avec les télécartes disponibles dans tous les débits de tabac et dans certains points de ventes affichant "Télécarte en vente ici",
- avec une carte Visa.

Pour téléphoner à l'international avec des tarifs réduits, il existe des cartes d'appel international (qui fonctionnent comme par exemple les cartes Globo au Québec). France Télécom, entre autres, en propose. Il s'agit de cartes avec des communications téléphoniques prépayées permettant d'appeler en utilisant un code confidentiel (ne pas confondre avec les télécartes utilisées pour téléphoner d'une cabine téléphonique).

DIFFÉRENTS CAS D'APPEL

☎ Pour téléphoner du Canada vers la France sans l'intermédiaire d'un téléphoniste : Composez le «011 » suivi de l'indicatif du pays « 33 », puis du numéro de votre correspondant (sans le « 0 » par lequel débute la numérotation).

☎ Pour téléphoner de la France vers le Canada sans l'intermédiaire d'un téléphoniste : Composez le « 00 » suivi de l'indicatif du pays « 1 », le code régional puis le numéro de votre correspondant.

☎ Pour téléphoner de la France vers le Canada à frais virés (PCV) en utilisant les services d'un téléphoniste Canada Direct :

- 1/ Composez le « 08.00.99.00.16 ».
- 2/ Indiquez au téléphoniste qu'il s'agit d'un appel à frais virés.
- 3/ Indiquez au téléphoniste le numéro de votre correspondant.

LES TRANSPORTS EN FRANCE ET EN EUROPE

Pour organiser vos voyages en France et en Europe, pour connaître les horaires et les tarifs des trains circulant sur tout le territoire français, les horaires et les tarifs des avions, consulter le site Internet :
www.voyages-sncf.com

Pour connaître les itinéraires pour vos déplacements en voiture, consultez Mappy <http://www.itl.fr>

LES TRANSPORTS À PARIS

Les taxis

Bien que circulent plus de 15000 taxis en France, ils sont très en demande aux heures de pointe. Il est préférable de se rendre en tête de la station de taxi la plus proche ou encore de téléphoner directement à une compagnie de taxi.

Principales compagnies :

Allo Taxi :	04.78.28.23.23
Aéro Taxi:	01.41.27.66.66
Taxis G7:	01.47.39.47.39
Alpha Taxis :	01.45.85.85.85
Taxi Bleu:	08.91.70.10.10

Lorsqu'on téléphone à un taxi, le compteur est mis en marche au départ de la tête de la station et la course entière est facturée au client.

Le transport en commun (métro, RER, autobus)

Le réseau de transport en commun est rapide et il couvre l'ensemble du territoire Paris/Ile de France.

Consulter le site Internet : <http://www.ratp.fr>

Les billets peuvent être achetés à l'unité, en carnets de 10 ou autres forfaits (1 jour, 3 jours, 5 jours) dans toutes les stations de métro.

Pour tout renseignement, communiquer avec la RATP au 32 46 ou au 33.8.92. 69. 32. 46 depuis le Québec.

NOTES

