

Potentiel de différents secteurs aux États-Unis

Chaque année, en préparant leur stratégie de marketing, les délégués commerciaux du Canada dans le monde évaluent les possibilités d'affaires que présentent les différents secteurs d'activités dans les pays où ils se trouvent. Les commentaires ci-après sont extraits des plans de marketing préparés par les délégués commerciaux en poste aux États-Unis. Nous en présentons, ici une première partie. Pour obtenir plus de renseignements sur chacun de ces secteurs, contacter l'agent indiqué sous le titre de chaque secteur.

ALIMENTS ET BOISSONS

Agent: P. Egyed
Tél.: (613) 991-9483

Les États-Unis offrent de loin le marché d'exportation le plus important pour les produits agro-alimentaires canadiens tant pour ce qui est du volume que de la variété de produits vendus. La valeur totale des ventes aux niveaux du détail et des services alimentaires, qui atteignait 410 milliards \$ en 1990, passera à 440 milliards \$ d'ici la fin de 1991. Le marché américain est un marché d'acheteurs où la demande de produits nutritifs, pratiques et bien emballés s'accroît au niveau du commerce de détail.

Il existe des débouchés particulièrement prometteurs du côté des plats cuisinés (entrées prêtes à consommer, produits pour cuisson aux micro-ondes, canapés, etc.), des aliments «ethniques», des aliments préparés et des spécialités, et des produits répondant aux souhaits des consommateurs américains, c'est-à-dire sains, raffinés et non dommageables pour l'environnement. L'ensemble du marché américain/canadien des produits transformés et à valeur ajoutée croît trois fois plus vite que celui des produits bruts.



AMEUBLEMENT

Agent: T. Weinstein
Tél.: (613) 991-9479

Les États-Unis représentent un marché illimité pour presque tous les genres de meubles, qu'il s'agisse de meubles résidentiels, d'objets et d'accessoires mobiliers, de literie, de meubles de bureau ou fabriqués sur commande. Les meubles résidentiels sont devenus des «articles de mode» dont on se débarrasse plutôt que de les emporter avec soi lors d'un déménagement.

Les fabricants nord-américains de meubles de bureau et de meubles fabriqués sur commande ont été occupés à livrer les commandes passées à la fin des années 1980. Cependant, compte tenu de la conjoncture, nombre de sociétés qui ont besoin de nouveau mobilier retardent leurs commandes importantes jusqu'à la reprise de l'économie. Les immeubles de bureau et les édifices publics nouvellement construits ou agrandis (centres commer-

ciaux, aéroports, établissements de soins de santé, etc.) qui ont besoin de meubles fabriqués sur commande vont néanmoins de l'avant, mais à un rythme plus lent.



COMPOSANTES ÉLECTRONIQUES

Agent: D. Shaw
Tél.: (613) 991-9474

À mesure que l'économie américaine sort de la récession, on prévoit que l'industrie des composants va croître au taux composé de 6 à 8% jusque vers le milieu des années 1990. Pour l'année 1991, la croissance prévue est de 9%, le secteur le plus actif étant celui des semi-conducteurs et des dispositifs connexes. Dans le secteur des composants, les gains devraient se limiter à 5 ou 6%. Si la reprise économique s'accroît, la demande de composants électroniques, de dispositifs à semi-conducteurs et de circuits intégrés dépendra des progrès réalisés sur les marchés de l'informatique, des télécommunications et de l'automobile.

La récession, suivie d'une reprise léthargique, a provoqué un renforcement et un accroissement des efforts concurrentiels au sein de l'industrie américaine. Il existe cependant des débouchés intéressants pour une large gamme de produits allant des simples composants telles les résistances et les condensateurs aux puces et aux plaquettes multi-couches.



EMBALLAGE

Agent: P.-A. Rolland
Tél.: (613) 991-9475

La hausse annuelle de 3% qu'enregistre le secteur américain des machines d'emballage ne reflète pas les nombreux changements que connaît ce secteur. Dans l'emballage des aliments, par exemple, qui constitue le plus important sous-secteur, on remarque une demande constante de produits plus attrayants que l'on peut utiliser au four micro-ondes et qui ne nuisent pas à l'environnement. Cette demande devrait entraîner l'adoption d'une réglementation plus stricte en ce qui concerne les produits d'emballage. Il est probable qu'on s'achemine vers une