

Les activités promotionnelles conjointes sont un domaine dont l'industrie peut profiter en agissant au niveau de l'association commerciale. Ceci comprend:

- étudier la possibilité de développer une image plus générique du produit alimentaire canadien, développer du matériel promotionnel pour la promotion de l'exportation générique, partager les coûts de mise en marché générique, offrir aux acheteurs un ensemble plus complet, accroître l'approvisionnement potentiel, et élargir la pénétration du marché;
- promouvoir le produit alimentaire canadien sur la base de «Produit du Canada» par opposition à une base régionale, sauf là où il y a des avantages spéciaux, par exemple Ann of Green Gables pour le marché japonais;
- encourager les associations de l'industrie à développer des images de marque et des symboles, incorporant la «Marque du Canada» ou une identité semblable, appuyée par des déclarations d'engagement claires à des normes de qualité.

Les associations commerciales pourraient aider leurs membres en encourageant les jumelages dans l'industrie par :

- la recherche de la possibilité d'établir des jumelages commerciaux avec des fabricants étrangers;
- la recherche de la possibilité de former des consortia commerciaux parmi les compagnies membres pour réduire les coûts, élargir la gamme d'articles et partager les compétences et l'expertise du marché.

Plusieurs exportateurs canadiens n'ont pas la compétence de mise en marché et de gestion, et/ou la profondeur pour exploiter avec succès les marchés étrangers. Les associations commerciales sont en mesure d'identifier les domaines dans lesquels les membres profiteraient de cours, de formation et de développement. Ils peuvent être en mesure de créer, planifier et mettre en oeuvre des séminaires et des programmes de formation. Ceux-ci pourraient inclure une initiation à la mise en marché ciblée et à la pénétration du marché. Tous les niveaux de l'industrie alimentaire devaient être encouragés à développer des stratégies de mise en marché d'exportation avec des objectifs mesurables et axés sur les profits.

La dissémination de l'information est un lien clé dans la stratégie industrielle et souvent un des plus difficiles à maintenir sur une base significative continue.

- Les associations commerciales sont le niveau logique pour cueillir l'information du marché et pour la disséminer à leurs membres. Les associations devraient travailler étroitement avec AECI pour s'assurer que la multitude des renseignements existant sur le marché est disponible aux membres;