
III. LA VENTE DANS LES ÉTATS DE L'OUEST

Malgré le volume important de vente des produits canadiens qui existe déjà, cette région présente d'importantes possibilités supplémentaires pour les nouveaux exportateurs et pour les nouveaux produits canadiens. Les acheteurs américains s'intéressent à presque tous les produits qui sont concurrentiels sur les plans de la qualité, du caractère distinctif et du prix. En outre, beaucoup de sources d'approvisionnement américaines existantes sont plus éloignées de cette région que celles, éventuellement tout aussi concurrentielles, qui sont situées au Canada.

L'image du Canada

Les fournisseurs canadiens peuvent profiter du fait que beaucoup d'entreprises américaines ne considèrent pas les produits canadiens comme "étrangers" et qu'ils les achètent en facturant des services d'achat locaux. La proximité du marché, en plus des liens personnels et ceux des affaires, peuvent aider les Canadiens à défier la concurrence pour ce qui est des frais de transport et des délais de livraison, et leur permettre d'offrir aux clients le même prix que leurs rivaux américains. Mais pour que leurs produits soient acceptés, aux niveaux de la conception et de la qualité, les Canadiens doivent être disposés à faire toutes les démarches de commercialisation nécessaires.

Pour la Californie, la proximité du Canada, les rapports personnels et commerciaux, et la présence d'un très grand nombre de Canadiens et d'anciens Canadiens habitant la région rendent la population réceptive aux produits d'ici et l'incitent à les acheter comme s'il s'agissait de produits américains.

En raison de la proximité du Canada, d'une similitude de climat, d'industries communes et d'autres raisons historiques et géographiques, la population de l'Alaska, du Washington et de l'Oregon a toujours eu des sentiments amicaux envers les Canadiens. En outre, de nombreux Canadiens se sont établis dans la région du nord-ouest, ce qui fait que la bonne volonté