

AVANT-PROPOS

L'économie croissante du Canada et sa prospérité future reposent sur le commerce et l'aptitude des entreprises canadiennes de concurrencer les meilleures sur le marché international et de gagner la partie.

Le marché global d'aujourd'hui est de plus en plus concurrentiel et exigeant, et le monde des affaires reconnaît la nécessité de trouver des niches dans les marchés, d'améliorer la qualité des produits et de fournir des produits d'une plus grande valeur ajoutée.

De plus, les exportateurs canadiens de produits alimentaires et de la pêche sont devenus plus sensibles aux possibilités - sans parler des défis - qu'offre l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, donnant accès au marché le plus important du monde.

Les États-Unis sont et resteront le marché d'exportation le plus important pour l'éventail des produits alimentaires, des boissons et des produits de la pêche canadiens. Ces exportations représentent un potentiel d'emploi pour des centaines de milliers de canadiens. Les États-Unis sont également un terrain d'essai sans pareil pour lancer de nouvelles idées de marketing et des produits innovateurs. C'est aussi le meilleur marché pour les nouveaux exportateurs agressifs et qualifiés qui sont disposés et aptes à relever le défi. Quelles que soient les possibilités, il faut préparer le terrain.

L'objectif de cette publication, intitulé "Guide des marchés agro-alimentaires et des produits de la pêche aux États-Unis à l'intention des exportateurs canadiens," qui fait partie d'une série de trois volumes sur "L'Exportation aux États-Unis des produits canadiens agro-alimentaires et de la pêche", est d'assister les entreprises reliées à la transformation des produits agro-alimentaires et de la pêche dans leurs poursuites de nouveaux horizons commerciaux au sud de nos frontières. Il contient de précieux conseils sur les procédés du marketing qu'on utilise aux États-Unis dans le domaine des produits alimentaires, une vue d'ensemble des diverses méthodes de distribution et des règlements que devront affronter les nouveaux exportateurs, de même qu'une brève description des marchés régionaux préparée par nos délégations commerciales aux États-Unis.

Le volume qui l'accompagne, intitulé "Guide des foires commerciales aux États-Unis - secteur de l'alimentation - 1992-1993", énumère les foires commerciales régionales et nationales qui peuvent être utiles aux exportateurs canadiens désireux d'y exposer leurs produits. Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) s'occupe directement de la plupart de ces expositions et collabore étroitement avec les entreprises canadiennes à la commercialisation de leurs produits.

La troisième publication de cette série "Choix et utilisation des courtiers et des distributeurs américains: rapport d'une série de séminaires à travers le Canada, 22 septembre au 5 octobre, 1992" récapitule les points les plus importants qui ont été soulevés lors d'un programme financé par AECEC et auquel ont participé les représentants de la National Food Brokers Association de Washington, la National Food Distributors Association de Chicago, les agents commerciaux de huit consulats généraux canadiens, de même que des agents des gouvernements de l'Ontario et du Québec aux États-Unis.