



communiqué

N°:
No.: 56

DIFFUSION: POUR DIFFUSION IMMÉDIATE
RELEASE: LE 2 AVRIL 1982

LA PROMOTION DES PIÈCES AUTOMOBILES APRÈS-VENTE S'ACCENTUE EN AMÉRIQUE LATINE

L'honorable Ed Lumley, ministre du Commerce international, a annoncé aujourd'hui de nouvelles initiatives dans la campagne visant à promouvoir les pièces et accessoires canadiens pour automobiles en Amérique latine.

La campagne, qui comporte de vastes études des marchés dans plusieurs pays d'Amérique latine, a pour but de démontrer les capacités du Canada comme fournisseur de pièces de rechange et accessoires.

Un des principaux volets de la campagne est la participation canadienne aux foires et missions en Amérique latine. Il y aura, entre autres, une mission spéciale qui couvrira la plupart des pays, a dit M. Lumley.

Le Ministre a fait remarquer qu'on avait fait un sondage initial du marché au Pérou lors de la première participation collective d'entreprises canadiennes au troisième Salon international de l'automobile à Lima, du 20 au 28 février 1982.

Un groupe choisi de fabricants canadiens, constituant une tranche représentative de l'industrie, y a participé et ainsi la présence canadienne s'accroît sur le marché prometteur d'Amérique latine.

Tous les exposants ont constaté l'accueil très favorable à leurs produits, à leurs prix et particulièrement à l'image de marque canadienne. On prévoit des activités semblables pour l'année financière 1982-1983 au Mexique, au Venezuela, en Colombie et dans d'autres pays d'Amérique latine.

La mission, dite à l'emporte-pièce, se fera en deux temps, et elle couvrira la plupart des pays d'Amérique latine. Quelque huit ou 10 fabricants canadiens visiteront trois ou quatre pays sur une période de deux semaines pour interroger et nommer des représentants locaux, à l'instar des "Journées de présentation des produits", qui ont connu un si vif succès aux États-Unis.