

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 deuxième partie. Pour obtenir plus de renseignements sur chacun de ces secteurs, contacter l'agent indiqué sous le titre de chaque secteur.

AEROSPATIAL ET SPATIAL

Agent : K. Barnaby
Tél.: (613) 991-9481

Les États-Unis pourraient juger nécessaire de disposer de forces d'intervention instantanée plus importantes et d'une quantité accrue de matériel aérien pour le transport. Le département américain de la Défense qui, jusqu'à maintenant, a mis l'accent sur certaines catégories d'appareils et certains types de missions pourrait modifier ses objectifs dans les prochaines années pour adapter le marché de la défense aux nouvelles situations. Le marché américain de l'aviation civile demeure encourageant.

La majeure partie du budget de la NASA (13,4 milliards \$US pendant l'exercice 1991) est allée aux entrepreneurs principaux, le reste étant attribué aux petites entreprises et à d'autres organisations protégées. Les trois plus grandes installations du domaine spatial, le Marshall Space Flight Center (Alabama), le Johnson Space Flight Center (Texas) et le Goddard Space Flight Center (Maryland) se partagent plus de 60% du budget d'achats de la NASA. Les entrepreneurs principaux de la Californie, du Texas et de la Floride se partagent plus de 80% des marchés publics en ce domaine.



FABRICATION DE MATÉRIEL AUTOMOBILE

Agent : A. McBride
Tél.: (613) 993-5149

L'industrie des véhicules et des pièces automobiles est l'un des plus importants secteurs de l'économie américaine. Son chiffre d'affaires en 1989 était d'environ 215 milliards \$, soit 4,1% du PNB total du pays, qui s'établissait à 5,2 billions \$ la même année. La lutte pour se partager le marché et les nouvelles importations ont contribué au souci de la qualité, à l'introduction de nouveaux produits et au raccourcissement des cycles de mise au point. L'industrie américaine a investi 11,7 milliards \$ dans la création de nouvelles usines et de nouveaux équipements en 1990 de façon à améliorer sa position concurrentielle.

On s'attend à ce que les ventes d'automobiles continuent à baisser au début de 1991, poursuivant ainsi un déclin commencé en 1989. Les ventes devraient cependant re-

monter vers la fin de l'année pour atteindre un total de 9,3 millions de véhicules. Pour 1992, on prévoit des ventes de 9,7 millions de véhicules. Les ventes de camions au détail devraient atteindre 4,720 millions de véhicules en 1991 et passer à 4,770 millions en 1992.



LES PIÈCES DE RECHANGE

Agent : A. McBride
Tél.: (613) 993-5149

En 1992-1993, on prévoit que le sous-secteur des pièces de rechange connaîtra une croissance modérée après une longue période d'instabilité économique. Pour tenir compte de la place croissante occupée par les fournisseurs asiatiques sur le marché de l'automobile, le sous-secteur canadien des pièces de rechange a dû procéder à certains changements.

Les fabricants doivent modifier leurs produits pour en assurer la compatibilité avec les véhicules importés. Étant donné que les consommateurs américains fondent principalement leurs décisions d'achat sur la qualité, la fiabilité et le prix des produits, il existe d'importants débouchés pour les fabricants canadiens sur le marché américain.



L'INDUSTRIE DU VÊTEMENT

Agent : N. Peacock
Tél.: (613) 991-9476

Le marché américain du vêtement a connu une année difficile en raison d'une diminution de 4,5% des ventes intérieures. Bien que les dépenses des consommateurs aient augmenté de un pour cent, ce sont les producteurs et les importateurs d'Asie qui en ont bénéficié. La reprise si longtemps attendue ne s'est pas manifestée, et la plupart des fournisseurs se sont contentés de survivre tout simplement. Au niveau du commerce de détail, on continue à ne stocker que le minimum de marchandises, ce qui a provoqué une augmentation de 20% du nombre de fabricants et de détaillants qui ont recours au système d'intervention rapide. Par ailleurs, les acheteurs et les vendeurs utilisent de plus en plus le système d'échange électronique de données.

On prévoit qu'en 1992 les ventes au détail de vêtements vont connaître une croissance de 5 à 6%. Cela devrait