
IV. POSSIBILITÉS D'EXPORTATION CANADIENNE

Territoire de Los Angeles

Californie du Sud

Les quelque 14 millions d'habitants de la Californie du Sud constituent un des marchés les plus riches des États-Unis et certes un des plus importants au point de vue démographique. Non seulement ce marché est-il vaste, mais il est extrêmement concurrentiel et très fragmenté. Pour être bien reçu dans ce marché, un produit, de consommation ou industriel, doit défier la concurrence quant au prix ou alors présenter une ou deux caractéristiques originales pour se mettre un peu plus à l'abri de la concurrence.

À cause des frais de transport, il peut être difficile, mais non pas impossible, pour les exportateurs canadiens, principalement ceux de l'est du Canada, d'offrir des prix concurrentiels. Mais l'exportateur qui offre des produits à prix concurrentiels et qui se sert d'une stratégie de commercialisation dynamique peut réaliser des volumes de vente tels qu'une baisse des marges de profit à la pièce sera justifiée, comme l'ont découvert beaucoup de sociétés américaines.

Une autre façon de pénétrer ce marché est d'offrir des produits originaux. Chacun sait que les Californiens sont prêts à payer le plein prix pour des produits qui sortent de l'ordinaire. Plusieurs bières canadiennes, par exemple, se vendent ici à des prix au détail bien supérieurs à ceux des marques nationales. Ce principe a été appliqué aussi par les fabricants canadiens d'accessoires, d'aliments exotiques, de jouets, de jeux, de matériel de loisir et d'articles de sport. En 1981, les exportations canadiennes d'aliments, de boissons et de biens personnels et domestiques vers la Californie du Sud se sont élevées à près de 68 millions de dollars.

Du côté industriel, la Californie du Sud est le marché le plus important pour les fournisseurs de l'industrie