

Produits concurrentiels (seulement s'il s'agit de produits importants)

- Quels sont les produits concurrents?
 - nom et description des produits
- Quelles sont leurs caractéristiques par rapport aux produits offerts par les entreprises canadiennes?
 - en quoi se ressemblent-ils?
 - qu'est-ce qui les distinguent?
 - sont-ils moins coûteux, de meilleure qualité, plus répandus et plus faciles à trouver sur le marché, etc.?
- Comment leur prix se compare-t-il à celui des produits des entreprises canadiennes? (si ces données sont accessibles)
- Quelle est leur part du marché? (si cette donnée est accessible)

CHAPITRE 3 : DÉBOUCHÉS ÉVENTUELS ET ACCESSIBILITÉ AU MARCHÉ

[Ce chapitre vise à présenter les domaines offrant des débouchés éventuels et les moyens d'en tirer pleinement avantage.]

Section A : Débouchés prometteurs par produit

[Cette section fait état des changements survenant sur le marché et des facteurs qui provoquent cette évolution pour aider les entreprises canadiennes à positionner leurs produits.]

Perspectives du secteur

- Quelles sont les nouvelles tendances par sous-secteur ou produit?
- Quels éléments entraînent l'évolution du marché?
 - la technologie
 - la politique publique
 - les préférences du consommateur
 - la croissance économique
 - la conception novatrice des produits
 - les techniques publicitaires et d'incitation à la consommation

Positionnement

[En évaluant la demande du marché, les perspectives à venir de croissance, le contexte concurrentiel et les besoins de la clientèle sur le marché cible, le fabricant canadien de biens de consommation sera en mesure d'établir le positionnement de son produit sur le marché en question.]

Section B : Aspects liés à l'accessibilité

[Cette section portera sur les aspects propres au secteur, au sous-secteur ou au produit particulier en ce qui touche l'accessibilité au marché. Les points précis à traiter dépendront des secteurs ou des produits en question.]