

5. Les biens de consommation

A. Le potentiel

La France, 4^e économie mondiale, est l'un des grands pays producteurs et consommateurs de biens. Avec près de 60 millions de consommateurs et plus de 60 millions de touristes qui sillonnent le pays chaque année, on retrouve en France des produits de consommation du monde entier.

Les exportations de biens de consommation du Canada vers la France se chiffraient à plus de 80 millions de dollars en 1995 (400 p. 100 d'augmentation en trois ans), soit près de 5 p. 100 de nos exportations. Le projet promotionnel entrepris avec le groupe Pineault-Printemps en 1995 a permis de découvrir le marché français et de repérer les occasions d'affaires.

B. Les contraintes

La méconnaissance du marché français est la contrainte la plus importante (en particulier la façon d'aborder ce marché). Des gains considérables ont été réalisés lorsque les sociétés canadiennes ont pris la peine de venir sur place sonder le marché, rencontrer les clients et surtout

investir dans des campagnes de marketing.

Le consommateur français achète de plus petites quantités, mais il préfère un produit haut de gamme et de qualité. Pour les produits de consommation courante, le marché français s'approvisionne normalement en Europe et la concurrence nord-américaine a peu de chances de s'imposer. Les grands succès canadiens enregistrés au cours des dernières années portaient sur des produits de grande qualité.

C. Les objectifs

D'ici à l'an 2000, le Canada devrait être en mesure de doubler ses exportations de produits de consommation vers la France, c'est-à-dire atteindre 150 millions de dollars. Pour y arriver, les actions devront porter là où les chances de réussite sont les plus grandes et miser sur les secteurs d'excellence développés au Canada : le jouet, les produits culturels, l'artisanat des Premières nations, les articles de sports (surtout pour les sports d'hiver), les fragrances et les parfums, les meubles, les accessoires de mode.

Il faudra aussi tirer un plus grand profit de l'immense faveur dont jouit le Canada en France grâce aux 465 000 visiteurs français qui viennent au Canada chaque année.

Domaines prometteurs

Produits culturels, jouets, perles et pierres précieuses, meubles, vêtements, produits de senteurs, équipement sportif, produits de loisir (motoneiges, moto marines, bateaux, remorques et matériel de plein air) et les matériaux de construction (quincaillerie).

