

LIEUX D'APPROVISIONNEMENT À L'ÉCHELLE MONDIALE

1. ISPO, Munich, printemps.

Le plus grand salon international du monde dans le domaine des articles de sport est l'ISPO. Cette foire commerciale a lieu deux fois par an, au printemps et à l'automne. La manifestation du printemps sert à présenter surtout les produits de sports d'hiver tandis que celle de l'automne favorise les articles d'été.

2. Salon de la National Sporting Goods Association (NSGA), Chicago, août.

Ce salon, au même titre que la foire de la Sporting Goods Manufacturers Association (SGMA), est reconnu comme l'une des deux principales manifestations du secteur des articles de sport aux États-Unis et jouit d'une cote élevée à l'échelle internationale. Le Salon de la NSGA passe même avant celui de la SGMA, dans nos recommandations, car présenté à l'automne, il donne l'occasion aux sociétés des secteurs autres que celui du hockey de présenter leurs produits et de contribuer à la réalisation de notre objectif, qui est d'élargir la gamme de nos produits d'exportation. De 1987 à 1990, le Canada a augmenté les exportations de produits autres que des patins et de l'équipement de hockey de près de 30 millions de dollars, grâce notamment aux effets de la participation au Salon de la NSGA, mais il est encore possible de faire beaucoup mieux. En outre, l'administration du salon a toujours fait preuve d'un esprit de collaboration et s'est toujours montrée conciliante dans ses pourparlers avec nous.

3. Exposition du National Spa and Pool Institute (NSPI), Atlanta, novembre.

Il s'agit du seul salon international reconnu dans l'industrie des piscines. Des acheteurs de toutes les régions du monde assistent à la foire. L'industrie canadienne des piscines et des cuves thermales a obtenu d'excellents résultats en participant à ce salon et nous avons bénéficié d'une bonne rotation de sociétés canadiennes au stand du gouvernement. Grâce à sa réputation internationale, le Salon du NSPI a toujours été un excellent instrument pour nouer des contacts non seulement aux États-Unis, mais également outre-mer. Les exportations de piscines et d'accessoires dépassent les 20 millions de dollars aux États-Unis.

4. ISPO, Munich, automne.

Le Salon d'automne de l'ISPO est le principal événement pour la présentation des articles de sport d'été en Europe. Il permet de déceler les tendances dans les principaux secteurs des articles de sport, en particulier les sports de plein air.

5. «Super exposition» de la SGMA, Atlanta, février.

Il s'agit du deuxième grand salon des États-Unis. Cette manifestation est également celle qui connaît le développement le plus rapide dans le domaine des articles de sport. Si, à bien des égards, ce salon est l'équivalent de celui de la NSGA, il présente l'inconvénient pour les