

Les concurrents du Canada sur le marché actuel, et sur le marché futur qui sera accru, sont: la Norvège, le Danemark, l'Islande et les îles Féroé. L'Islande et la Norvège profitent tout particulièrement d'un accès préférentiel et ils constituent un adversaire de taille pour le Canada. La politique commune sur la pêche favorisera, évidemment, les prises des pays membres de la CEE.

Plan d'action

Lorsque les problèmes structuraux de l'industrie canadienne des pêches seront résolus, les entreprises canadiennes devraient étudier la possibilité de former des coentreprises avec des entreprises françaises, tout en tenant compte des règlements du Canada sur les investissements étrangers et sur les pêches. En vertu de ces règlements, les poissons pris par des navires étrangers doivent être traités au Canada, et les investissements étrangers ne doivent pas comprendre les navires qui ont un équipage étranger. Les entreprises canadiennes devraient également envisager de prendre des parts dans des entreprises étrangères de traitement, de distribution et de commercialisation.

Le succès des entreprises canadiennes dépendra surtout de la qualité, du prix, des tarifs et, dans une large mesure, de la commercialisation. Le plan d'action suivant a été établi pour aider les producteurs et les exportateurs canadiens à mieux pénétrer le marché français des produits de la pêche.

- a) On surveillera les innovations en matière de règlements, dans la CEE et en France, qui pourraient avoir une incidence sur l'accès des produits sur le marché français; on préparera rapidement des stratégies de consultation afin que le Canada bénéficie de conditions plus favorables. (Ambassade, Paris/BREEC/DEW*)
- b) Les exportateurs canadiens seront sensibilisés aux besoins du marché français de la pêche, quant à la qualité et à l'étiquetage, aux prix, aux réseaux de distribution, aux règlements et à la présentation du produit. (Ambassade, Paris/EFCP*)
- c) La conclusion d'ententes sur l'emballage des produits sera favorisée, ainsi que la signature de contrats à long terme avec des grossistes et des entreprises de traitement du poisson en France. (Ambassade, Paris/EFCP*)
- d) Les exportateurs seront incités à tirer le maximum de l'aide offerte dans le cadre du PDME-Alimentation en vue de l'expansion de leur marché d'exportation. L'aide offerte sera surtout utile en ce qui a trait à l'identification des marchés, aux visites des acheteurs français, aux essais de mise en marché et aux expéditions d'essai. (DEW/EFCP*)
- e) Les délégués commerciaux de l'Ambassade s'occuperont de l'évaluation et de la promotion des possibilités de vente de produits non traditionnels

en France et de vente de poissons en Afrique et dans d'autres pays tiers (voir le chapitre 7 ci-après) par l'entremise de compagnies établies en France. (Ambassade, Paris/EFCP*)

- f) Les exportateurs canadiens, avec l'aide des délégués commerciaux à Paris, organiseront des journées spéciales du Canada, y compris des dégustations, dans des hôtels et des établissements, afin de pénétrer le marché du sud de la France, soit les régions de Lyon et de la Côte d'Azur. (Ambassade, Paris/EFCP*)
- g) Le Canada participera à des foires commerciales importantes, telles que l'ANUGA en 1983 et le SIAL en 1984. (EFCP*/Consulat général, Hambourg/Ambassade, Paris)
- h) La production au Canada de produits emballés sous vide sera encouragée et on incitera les exportateurs à utiliser les mêmes emballages qu'en Europe. (EFCP*)

3. MATÉRIEL D'EMBALLAGE ET D'ÉTIQUETAGE

Débouchés

Au cours de la dernière décennie, l'industrie française de l'emballage s'est développée à un taux moyen plus élevé que celui du secteur de la fabrication en général (4,5% par rapport à 3%). Bien que l'industrie française soit très prospère et que ses exportations aient doublé, son volume d'importation a toutefois triplé au cours des années 70. En 1982, les importations de machines d'emballage en France se sont élevées à plus de 176 millions de dollars américains. On s'attend à ce que les importations de matériel d'emballage et d'étiquetage continuent d'augmenter, pendant les années 80, en raison de l'accroissement de la demande de produits préemballés, tout particulièrement dans le secteur des aliments, des boissons et des produits pharmaceutiques.

Les changements qui se sont produits sur le marché du matériel d'emballage dans les années 70, démontrent ce qui suit: la production d'emballages en plastique a plus que doublé, le taux annuel d'accroissement atteignant 8,2%; la production des emballages en verre a augmenté à un taux annuel de 5,2%, celle des emballages en métal de 4%, celle des emballages en papier de carton de 3% et celle des emballages en bois de 2,1%; les emballages en jute sont remplacés par les emballages en polypropylène. L'industrie française de l'emballage fut relativement peu touchée par la conjoncture économique défavorable qui a affligé les autres secteurs. Une demande continue de la part des gros consommateurs a stimulé la concurrence et les ventes.

Le conditionnement et l'emballage des produits hygiéniques et pharmaceutiques ont constitué le deuxième secteur plus important en 1981 après le

* Voir la liste des abréviations, page 46.

* Voir la liste des abréviations, page 46.