

EA  
EA  
C16  
4418  
1990  
DOCS  
2-2

# CANAD EXPORT

LATEST ISSUE  
DERNIER  
NUMERO

Dept. of External Affairs  
Affaires extérieures  
A A

OCT 24 1990

Vol.8 N°18

1<sup>er</sup> novembre 1990

## Comment exporter aux Etats-Unis : suivez le Guide

Les entreprises canadiennes qui veulent percer le marché américain ont à leur disposition un outil des plus utiles.

En effet, elles pourront désormais suivre, pas à pas, toutes les étapes raisonnées d'un programme d'exportation réussi aux Etats-Unis telles que décrites dans le *Guide de l'exportateur canadien aux Etats-Unis*.

Comme l'indique le *Guide*, il vise à aider les entreprises canadiennes à profiter de l'expérience de nombreuses sociétés qui ont réussi à s'implanter sur le marché américain.

Dans ce but, il présente l'exemple de deux entreprises canadiennes qui ont réussi à pénétrer le marché des Etats-Unis, l'une après de nombreuses erreurs, l'autre après une préparation plus approfondie et des études plus sérieuses des débouchés pour ses produits.

Et voilà sans doute la leçon la plus importante à tirer de cette étude : malgré ce que l'on croit, et malgré leur proximité, les marchés américains diffèrent (ils sont plus grands, plus fragmentés) à bien des égards des marchés canadiens.

Il faut donc préparer solidement le terrain et suivre une stratégie propre à ce pays si on veut y réussir.

C'est exactement ce que le *Guide* offre au lecteur : une stratégie formulée en quatre étapes pour exporter aux Etats-Unis.

La première étape vise à étudier le marché de façon approfondie, indiquant quels renseignements recueillir (et comment les obtenir), soit :

- le potentiel du produit aux Etats-Unis;
- les attitudes et les besoins des consommateurs américains;
- les canaux de distribution;
- les concurrents; et
- les pratiques commerciales.

La seconde étape montre comment prendre les décisions en ce qui a trait à la sélection d'un produit exportable, le choix du segment de marché, l'obtention d'un bon moyen de distribution, et le choix du prix à l'exportation.

Dans la troisième étape, le *Guide* souligne qu'il ne suffit pas de penser uniquement au produit et au marché visés, mais qu'il faut également investir les ressources nécessaires pour permettre l'exportation, soit :

- évaluer toutes les dépenses afférentes;

DANS CE NUMÉRO	
<i>L'AECEC et les débouchés en la "nouvelle" Allemagne.....</i>	3
<i>La construction et l'Europe de 1992... 5</i>	5
<i>L'ALE et l'élimination des tarifs..... 6</i>	6
<i>Des réformes au Venezuela..... 7</i>	7
<i>Télécommunications au Mexique..... 8</i>	8
<i>Guide du marché des produits de la pêche..... 11</i>	11

- trouver des sources de financement;
- se renseigner sur les programmes gouvernementaux d'aide aux exportateurs; et
- préciser les exigences en personnel de la nouvelle entreprise exportatrice.

La quatrième et dernière étape attire l'attention sur tous les détails dont il faut prendre soin à l'exportation, tels les normes, l'étiquetage et l'emballage; l'expédition et les douanes; la perception du prix des produits exportés; et le service après-vente.

Le *Guide* offre aussi des conseils sur les moyens de commercialiser ses produits aux Etats-Unis et d'y étudier le marché, soit en participant à des foires commerciales aux Etats-Unis ou à des programmes tels celui des « Nouveaux exportateurs aux Etats frontaliers (NEEF) », ou des « Nouveaux exportateurs vers le sud des Etats-Unis (NEXUS) ».

On trouvera également dans cette mine d'information une liste d'adresses d'organismes gouvernementaux canadiens, tant au Canada qu'aux Etats-Unis (ambassade et consulats), ainsi que les numéros de téléphone de bureaux frontaliers des Douanes américaines.

Le *Guide* est publié par la Chambre de commerce du Canada (avec l'aide de Raymond Chabot International Inc., Montréal) et la collaboration d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) et d'Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC).

Pour en obtenir un exemplaire, communiquer avec Info-Export. Tél. (sans frais) : 1-800-267-8376 (région d'Ottawa) : 996-6435). Télécopieur : (613) 996-9709.

## Selon les Canadiens, notre pays est concurrentiel

Par rapport à d'autres pays développés, le Canada est mieux placé sur le marché international des biens et des services.

Depuis trois ans, le Canada se montre partout plus agressif, et l'on pense qu'il s'affirmera encore davantage au cours des trois prochaines années.

Mais nos entreprises devraient lutter encore davantage contre la concurrence internationale.

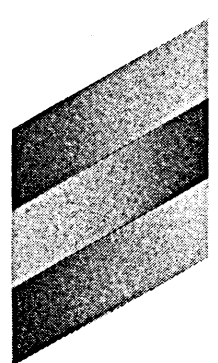
Ce sont là quelques-unes des attitudes et des opinions canadiennes concernant

les échanges internationaux, plus précisément la concurrence. Ces comportements ont été analysés dans *Trade Competitiveness Study — Final Report*, un ouvrage rédigé pour Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) par Angus Reid Group Inc.

Cette enquête téléphonique — les numéros étaient fournis au hasard par la division de recensement — portait sur un échantillon de la population groupant

(Voir page 4 : Enquête.)

Affaires extérieures et  
Commerce extérieur Canada



Canada