
III. LA VENTE DANS LES ÉTATS DU MOYEN-ATLANTIQUE

Débouchés pour les producteurs canadiens

Malgré la vente déjà considérable de marchandises canadiennes, ce vaste marché peut encore accueillir d'autres exportateurs et produits canadiens. Les acheteurs américains s'intéressent à presque n'importe quel article dont la qualité, l'originalité et le prix fixé sont concurrentiels. De nombreuses sources d'approvisionnements américaines sont plus éloignées que certains fournisseurs éventuellement concurrentiels du Canada.

La réputation du Canada

Les fournisseurs canadiens peuvent profiter de ce que de nombreuses firmes américaines ne considèrent pas les produits canadiens comme "étrangers"; ainsi, celles-ci achètent et facturent la marchandise canadienne par l'entremise de leurs services d'achat intérieurs. La proximité du marché, ajoutée aux relations entre personnes et sociétés, peut aider les Canadiens à soutenir la concurrence sur le plan des délais et des frais de transport, et leur permet de vendre selon les mêmes modalités que leurs rivaux américains. Les concurrents canadiens doivent néanmoins déployer le plus d'efforts de commercialisation possible pour faire accepter leurs produits sur le plan du design et de la qualité.

Avant de vendre aux États-Unis, les entreprises canadiennes doivent être disposées à :

- 1) rechercher constamment de nouveaux clients;
- 2) déployer plus d'efforts qu'elles n'en feraient au Canada même pour créer une impression favorable dès le premier abord;
- 3) faire des offres de prix, livrer la marchandise et relancer les acheteurs avec un tel dynamisme qu'elles puissent surclasser leurs concurrents américains.