

s'agit de dresser des stratégies d'exportation :

Prix. Ils sont relativement bas sans guère de possibilité qu'ils augmentent à court terme. Il faut donc réduire les coûts pour rester rentable, soigner l'image de marque pour obtenir des prix forts ou mettre davantage l'accent sur l'aptitude à produire des produits à valeur ajoutée qui commandent de meilleurs prix.

Qualité. Comme il s'agit d'un produit de base, il faut donner l'impression d'une qualité "meilleure qu'acceptable" aux niveaux du commerce et de la consommation pour stimuler la demande de produits canadiens. Cette démarche devrait protéger quelque peu contre les fluctuations de prix normales dans le cas des produits de base. Par exemple, beaucoup de produits du saumon sont traditionnellement considérés comme des articles de luxe à valeur ajoutée pour lesquels le Canada est considéré comme un fournisseur de qualité.

Image. Il faut tirer parti des forces réelles et perçues pour améliorer l'identité des produits canadiens, ce qui permet de fidéliser les consommateurs et de réduire ainsi les effets de la fluctuation des prix et de la concurrence.

Segmentation du marché. Choisir des marchés qui répondent le mieux aux critères retenus. De cette manière, on peut tirer le meilleur parti possible de ressources rares là où les chances d'obtenir des résultats sont les meilleures.

Éducation. Faire valoir auprès des consommateurs les avantages sur le plan de l'écologie et de la sécurité alimentaire. Il faut absolument dissiper l'ignorance et sensibiliser les gens aux avantages du saumon sur le plan de la santé.

Accès. Il faut poursuivre les efforts pour réduire les barrières tarifaires et non tarifaires. Il convient aussi de maintenir les efforts visant à négocier avec les États-Unis des conditions pratiques et viables pour un nouveau Traité sur le saumon du Pacifique et à mettre fin à la pêche aux filets dérivants en haute mer sur le Pacifique et, par conséquent, à la vente de saumons capturés de façon illicite, ce qui contribue à l'érosion de la part du marché du Canada dans certains pays.

Autres obstacles. Repérer et reconnaître les problèmes et les faiblesses et déployer des efforts concertés pour y remédier. Par exemple, les producteurs et les exportateurs peuvent augmenter leurs revenus nets si les transports sont meilleurs et plus fiables, si les techniques de manutention sont améliorées ou s'il y a accès direct aux consommateurs de manière à éliminer les intermédiaires.