
INTRODUCTION



La concurrence est féroce sur le marché mondial. De nos jours, pour être compétitives, les entreprises doivent fabriquer les produits à valeur ajoutée de qualité supérieure que réclament les consommateurs avertis.

Le plus grand défi auquel sont actuellement confrontés les exportateurs canadiens consiste à trouver et à exploiter des débouchés de marché pour leurs produits et services. La capacité du Canada à maintenir sa compétitivité tient à la capacité de ses exportateurs à faire preuve de dynamisme et d'efficacité sur ces marchés.

Les exportations constituent le moteur de la croissance économique du Canada; elles créent des emplois et assurent la prospérité future de notre pays.

Pour la plupart des exportateurs canadiens, la première étape consiste à franchir la frontière. La taille et la proximité du marché américain, ainsi que le fait qu'il est bien connu, en font le point d'entrée logique des entreprises désireuses d'exporter. Comme les sociétés canadiennes sont de plus en plus nombreuses à profiter des avantages qu'offre l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), ce pays demeurera longtemps encore le marché d'exportation le plus intéressant pour le Canada.

Toutefois, pénétrer ce marché n'est pas aussi facile qu'on pourrait le croire. Les exportateurs doivent faire leurs «devoirs». Tout bon plan d'action passe par l'élaboration de stratégies adaptées aux besoins particuliers du client.

À cet égard, le **Guide de l'exportateur canadien aux É.-U.** peut apporter une aide précieuse. Il décrit l'approche graduelle que doit adopter l'exportateur pour accéder au marché américain et s'y maintenir. Des études de cas illustrent le cheminement des entreprises canadiennes prospères sur le marché américain.

Ce guide n'étant qu'un résumé de ce qu'il faut faire pour réussir, on y trouve une liste des personnes-ressources qui pourront répondre aux questions des exportateurs ou leur fournir d'autres formes d'aide.

Réalisée par la Chambre de commerce du Canada, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et Industrie et Sciences Canada, cette brochure se veut une courte leçon sur la façon de se préparer à pénétrer dans le lucratif marché américain et à y prospérer.

Raymond Chabot International Inc., une firme de conseillers en gestion installée à Montréal, a aidé la Chambre à préparer ce guide.