

DÉBOUCHÉS

Les États-Unis, l'Europe et le Japon sont les principaux marchés-cibles des sociétés canadiennes d'articles de sport.

LES ÉTATS-UNIS

POPULATION : 255 millions d'habitants

REVENU PAR HABITANT : 17 000 \$ US

PIB PAR HABITANT : 21 772,91 \$ US

Un profond changement démographique est en train de se produire aux États-Unis. En effet, dans certaines régions du pays, la population vieillissante de la classe moyenne est en train de délaisser les activités exigeant un effort physique au profit d'activités plus douces. Des sports comme le golf sont très populaires auprès des 35 à 65 ans, alors que des activités comme la marche sont davantage pratiquées par les personnes de 55 à 75 ans, surtout les femmes.

Les clubs de sport pour les enfants, les adolescents et les jeunes adultes resteront très actifs, puisque les activités sportives mixtes sont de plus en plus en vogue. Les sports d'équipe mixtes comme le softball, les quilles, le touch-football et le volleyball font de plus en plus d'adeptes, et l'on constate que les personnes qui s'adonnent à ces sports ont tendance à les pratiquer plus régulièrement et plus longtemps. Dans les sports de compétition, on observe que le soccer attire un nombre accru de participants de sexe masculin.

Comme les personnes âgées disposant d'un bon revenu sont de plus en plus nombreuses, elles peuvent se permettre d'acheter des produits durables et de meilleure qualité à prix raisonnable. La mise au point de matériaux plus légers et plus robustes a grandement facilité la pratique de certains sports, permettant aux personnes âgées et aux femmes de s'adonner à plus de sports et sur de plus longues périodes.

L'attitude des Nord-Américains à l'égard des sports est en voie de changer. Bien que l'esprit de compétition anime encore les sports d'équipe, on ne le trouve guère plus dans les sports individuels comme le golf, le tennis, le ski, etc. qui sont pratiqués par pur plaisir et par souci de maintenir sa forme physique.

L'Accord de libre-échange Canada - États-Unis assure un meilleur accès des équipements, chaussures et vêtements de sport canadiens au marché américain. Les fabricants canadiens devront prendre tous les moyens pour s'assurer que leurs produits se vendent bien non pas en raison de la réputation que le Canada s'est acquise dans un secteur particulier comme le hockey