

II - CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK

Les produits inclus dans l'étude sur la quincaillerie sont les pointes à clouer, les clous, les écrous, les boulons, les vis et les vis à chapeau. Ces produits (de matériaux divers comme le fer, l'acier inoxydable) représentent le plus grand volume d'importations américaines de toutes les catégories d'articles de quincaillerie (à l'exception des outils à main) fournies par les principaux pays développés. Les outils à main ont fait l'objet d'une étude distincte.

Les expéditions américaines de produits de quincaillerie ont été supérieures à 7,4 milliards de dollars US en 1987, tandis que les importations des États-Unis des produits envisagés dans l'étude ont atteint 928 millions de dollars US la même année. La part du marché américain d'importation détenue par les Européens et les Japonais a régressé considérablement au profit surtout des pays en développement. Le marché américain de la quincaillerie devrait, selon les prévisions, progresser à un rythme modeste au cours des cinq prochaines années. Les entreprises canadiennes, par conséquent, doivent remplacer les importations américaines d'outre-mer afin d'obtenir des taux de croissance nettement supérieurs.

L'enquête auprès des importateurs américains des produits examinés a révélé que plus de 95 % des répondants devaient payer plus cher leurs importations d'outre-mer en raison de la dévaluation du dollar américain. C'est ce qui explique que la majorité de ceux qui n'avaient pas encore fait l'essai des produits canadiens se soient intéressés à en connaître davantage sur les fournisseurs canadiens. Par ailleurs, près du tiers des importateurs américains interrogés ont signalé qu'ils augmenteraient leurs importations du Canada par suite de la ratification de l'Accord de libre-échange entre les deux pays. Un petit pourcentage (17,1 %) n'avait pas encore réfléchi aux conséquences de cet accord sur leurs habitudes d'achat.

Les importateurs américains intéressés par les produits du Canada ont déclaré qu'ils préféreraient obtenir de l'information sur les produits directement des entreprises canadiennes au moyen de brochures et de listes de produits, par l'intermédiaire des publications de l'industrie et par des contacts personnels. Les facteurs les plus souvent évoqués comme ayant une importance dans la décision de s'approvisionner à l'extérieur des États-Unis avaient trait au prix et à la disponibilité des articles plutôt qu'à leur qualité. Seulement 10 % des sociétés américaines interrogées importaient des produits pour compléter leurs approvisionnements intérieurs.

L'enquête auprès des associations américaines oeuvrant dans le domaine de la quincaillerie a démontré que les produits canadiens étaient bien considérés sur le marché américain et perçus comme concurrentiels par rapport aux produits américains.