

## 1.2 Contexte communautaire

### a) Équipements sportifs

Bien qu'on ne dispose que de peu d'informations concernant la situation européenne dans l'industrie des équipements sportifs, on peut sans doute dire qu'elle ressemble à celle de l'industrie canadienne, particulièrement en ce qui a trait à son régionalisme et à la spécialisation qui en découle.

On peut presque affirmer que dans certains segments de l'industrie, les produits reflètent la conception des pays intéressés dans des sports donnés. Par exemple, il existe des différences marquées entre les bicyclettes offertes sur les marchés du Royaume-Uni, de Hollande, de France, d'Italie et d'Allemagne. Il en est de même dans l'industrie du ski laquelle, malgré un fort degré d'internationalisation, se différencie selon que la pratique du ski de fond (nordique) ou du ski alpin prédomine dans une région. Il n'existe donc pas un produit européen dont le mode d'utilisation soit partout le même.

En ce qui concerne les équipements de sport stationnaires ainsi que les segments de bas de gamme des autres produits, on constate que les importations en provenance des pays de l'Est et d'Asie sont devenues suffisamment importantes pour obliger les fabricants européens et canadiens à adopter de nouvelles stratégies commerciales. Fondamentalement, les sociétés européennes visent à maintenir leur contrôle des segments moyen et haut de gamme dans les produits de grande marque et hautement technologiques. Elles conservent aussi une présence concurrentielle dans le segment bas de gamme en faisant effectuer à l'extérieur des marchés forts de la Communauté des opérations d'assemblage et de fabrication sous licence.

Europe 1992 favorisera sans doute les grandes marques qui, dans l'ancien régime, désavantagées parfois par différents droits et règlements visant à protéger les producteurs de marques régionales, éprouvaient de la difficulté en matière de centralisation de fabrication et de distribution. Les fabricants qui ont déjà acquis une visibilité et un réseau de distribution paneuropéen ou mondial devraient se retrouver considérablement avantagés face à leurs concurrents européens moins importants qui ne possèdent qu'un réseau de distribution régionale et être en mesure de leur enlever des parts du marché.

Il est fort probable que les pays les plus industrialisés de la Communauté européenne aient un avantage marqué dans les segments moyen et haut de gamme, tandis que les pays du sud de la Communauté pourraient contribuer, soit comme fabricants, soit comme sous-traitants, à la réalisation de produits pour lesquels la main-d'oeuvre est un facteur de coût important.