

obstacles invoqués sont les délais de livraison et l'"économie américaine". Les répondants manifestant un certain intérêt pour les produits étrangers ont précisé que leur attitude dépendait de plusieurs facteurs:

1. possibilité d'obtenir l'exclusivité;
 2. le produit ne doit pas être disponible aux États-Unis;
 3. les prix des produits étrangers doivent être plus bas.
- Les distributeurs locaux ont indiqué qu'ils n'avaient qu'une faible expérience, voire aucune, des produits canadiens, mais tous sauf un ont déclaré qu'ils étaient intéressés à représenter ces produits s'ils correspondent aux critères de prix, qualité et rentabilité.
- Tous les distributeurs sauf un ont indiqué que leur expérience des produits japonais était plutôt positive. La plupart trouvent pratique que ces produits japonais puissent être commandés auprès du distributeur américain du fabricant, au lieu d'avoir à commander directement au Japon. Comme pour les produits canadiens, tous les distributeurs locaux sauf un ont déclaré être intéressés par la représentation de nouveaux produits japonais s'ils répondent aux critères de prix, qualité et rentabilité.

Images de marque des produits étrangers

- La plupart des distributeurs pensent que l'image de marque des produits étrangers ne diffère guère de celle des produits américains. L'un des distributeurs pensait cependant que les produits américains avaient une meilleure réputation de qualité, contrairement à un autre qui considérait les produits américains comme ayant une image de marque défailante.
- Les répondants ne perçoivent aucune différence de réputation entre les produits canadiens et les produits américains. En ce qui concerne l'image de marque des produits japonais, trois répondants ont indiqué que le Japon avait une bonne réputation sur le plan de la qualité, alors que deux autres associaient le Japon à la mauvaise qualité, et que deux autres encore ne voyaient aucune différence entre ces produits et les produits américains.

Réponses du distributeur national (AHS)

- Le répondant d'AHS a indiqué la confusion régnant dans les relations entre sa société et les fabricants étrangers. Il a déclaré qu'AHS distribuait les tampons OB fabriqués par une société installée au Canada mais appartenant à AHS. Il a précisé qu'AHS n'était pas intéressée par la représentation de nouveaux fabricants étrangers (sauf les Canadiens) car "AHS soutient l'économie américaine" et "possède ses" propres réseaux