

L'INDUSTRIE AMÉRICAINE

Les États-Unis sont un très gros fabricant d'articles, de vêtements et de chaussures de sport dans la plupart des disciplines sportives. Des sports comme le golf, le camping, la randonnée pédestre, la voile, la planche à neige, etc. ont pris racine aux États-Unis. Les importations en provenance des pays de l'Asie du Sud-Est sont constituées essentiellement de vêtements et de chaussures et d'équipements de bas de gamme.

BARRIÈRES TARIFAIRES ET NON TARIFAIRES ET DROITS D'IMPORTATION

L'Accord de libre-échange Canada - États-Unis prévoit l'élimination de tous les droits d'importation aux États-Unis sur une période de dix ans. Les taux de droits actuels varient en moyenne entre zéro et 11 p. 100. Les problèmes liés à l'exportation d'équipements de hockey ont été réglés, ou sont en voie de l'être, conformément aux dispositions de l'Accord de libre-échange. Les fabricants canadiens pourront sous peu importer des filés en franchise de droits, aux mêmes prix que ceux pratiqués aux États-Unis.

En 1990, les exportations d'articles de sport de l'industrie canadienne se sont chiffrées à plus de 235 millions de dollars, dont 173 millions de dollars (74 %) aux États-Unis. Ces résultats, malgré la récession, représentent une augmentation appréciable par rapport aux années précédentes. Par exemple, en 1987, les exportations de l'industrie s'étaient élevées à 161 millions de dollars, dont 118 millions de dollars (73 %) aux États-Unis.

LE MARCHÉ AMÉRICAIN

Le marché américain des articles de sport est en pleine transformation. En raison de changements démographiques, toutes sortes de nouveaux débouchés s'offrent sur le marché, tandis que le marché-cible principal des articles de sport évolue au gré des besoins d'une population à la fois vieillissante et de plus en plus consciente de son bien-être collectif et des retombées positives découlant d'un plus grand nombre d'heures de loisirs consacrées à des activités récréatives bonnes pour la santé. Ce facteur se conjugue à des revenus disponibles beaucoup plus élevés et à la propension à consacrer le surcroît de richesse pour acheter de l'équipement de plus en plus évolué et coûteux, en quantités sans cesse croissantes. Les consommateurs sont de plus en plus disposés à payer un prix élevé pour des articles de qualité supérieure, de même qu'à acheter des produits et des services de plus en plus variés, dont un bon nombre n'existaient même pas il y a encore quelques années. Du point de vue du Canada, ces données donnent à penser que le marché bien établi de nos exportations traditionnelles, comprenant surtout du matériel de hockey, ne connaîtra qu'une croissance modeste sur le plan du volume, mais que les consommateurs accepteront davantage de payer des prix sensiblement plus élevés pour des produits de qualité supérieure. En revanche, le Canada devrait être bien placé pour s'emparer des créneaux à la fois nouveaux et variés sur le marché américain, étant