

II - CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK

Le secteur américain de l'imprimerie se compose d'un certain nombre de produits et de groupes de produits. Les produits compris dans la présente étude sont les encarts de journaux, les périodiques, les catalogues, les formules commerciales, les étiquettes et les rabats ou les bandes. Au total, les groupes de produits sur lesquels portent la présente étude occupaient environ 604 millions de dollars US des importations américaines en 1988.

Selon les renseignements fournis par l'USDOC, les expéditions américaines de produits imprimés regroupent les expéditions américaines des secteurs des journaux, des périodiques, de l'édition de livres et des imprimés commerciaux. En 1988, la valeur totale des expéditions des secteurs des journaux, des périodiques, de l'édition de livres et des imprimés commerciaux s'élevait respectivement à 33,4 milliards de dollars US, 18,1 milliards de dollars US, 12,8 milliards de dollars US et 45,7 milliards de dollars US. On prévoit qu'en 1989 et à long terme, les produits d'exploitation de chacun de ces secteurs du marché de l'imprimerie connaîtront une hausse. Toutefois, la croissance de la publicité, laquelle touche les revenus des journaux, des périodiques et des imprimés commerciaux, constitue un facteur important de cette croissance des produits. La croissance des produits dans le domaine de l'édition de livres dépendra de l'augmentation des niveaux de financement accordés aux bibliothèques et à l'enseignement, ainsi que de la croissance du revenu disponible et de l'augmentation du nombre d'inscriptions dans les écoles. Il est probable que les innovations technologiques auront des effets sur chacune des catégories. On peut considérer ces innovations comme des menaces; le cas de la câblodiffusion, laquelle enlève aux journaux et aux périodiques une part de leurs produits tirés de la publicité en est un exemple. On peut aussi les considérer comme des occasions favorables, tel est le cas pour les ordinateurs, qui permettent aux imprimeurs commerciaux d'accéder au marché de l'édition.

D'après les données du sondage réalisé auprès des importateurs américains de produits sur lesquels porte l'étude, près de 35 % des répondants qui avaient importé des produits en 1988 ont vu leurs coûts d'importation grimper en raison de la dévaluation du dollar américain. Seulement un peu plus de 30 % de ces répondants s'attendaient que cette dévaluation n'ait aucun effet. Cependant, la majorité des répondants (73,7 %) qui n'avaient pas eu recours aux sources canadiennes de services d'imprimerie et de produits imprimés se sont dits intéressés à en savoir davantage sur les entreprises canadiennes. Parmi les répondants qui songeraient à s'approvisionner auprès d'entreprises canadiennes, la majorité (65 %) ont indiqué que l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis n'aurait pas de répercussion. Seul un pourcentage modéré (17,5 %) des répondants s'attendaient à augmenter leurs achats suite à l'Accord de libre-échange, et un autre pourcentage modéré (17,5 %) n'ont pas encore réfléchi aux conséquences de l'Accord sur leurs plans d'achats.

Les importateurs américains intéressés aux services d'imprimerie et aux produits imprimés canadiens ont dit préférer recevoir des informations des entreprises canadiennes sous forme de dépliants