

qualité des produits et l'impuissance des fournisseurs à respecter leurs engagements. Les quelques répondants qui ne voulaient pas en savoir davantage sur les produits canadiens ont expliqué leur manque d'intérêt par les raisons suivantes :

- la société utilise ses fournisseurs actuels depuis très longtemps et elle en est satisfaite;
- les produits importés sont fournis par une filiale;
- les produits canadiens ne sont pas compétitifs à cause des taux de rémunération de la main-d'oeuvre;
- seuls certains produits intéressent la société qui croit que les produits recherchés ne sont pas disponibles au Canada.

La majorité des répondants aimeraient bien que les fabricants canadiens leur envoient par la poste des listes de produits et de prix. Ils ont aussi tendance à se renseigner sur des produits et des entreprises lorsqu'ils assistent à des foires commerciales. Le salon du meuble que les répondants fréquentent le plus est celui de High Point en Caroline du Nord, appelé «Southern Furniture Market», suivi du salon du meuble de Milan en Italie. Les fabricants canadiens ne devraient toutefois pas négliger les foires d'intérêt régional. Les foires constituent un outil de marketing très important dans l'industrie américaine du meuble car 50 % des répondants ont dit qu'ils fondaient leurs décisions d'achat notamment sur des renseignements recueillis lors de foires et qu'en moyenne, ces renseignements étaient déterminants dans la moitié des cas. Aucune autre source d'information n'est aussi populaire ni aussi importante. La deuxième source d'information en importance (17 % des répondants l'utilisent) est la documentation fournie par le fabricant; ces renseignements sont déterminants dans environ 40 % des cas. Les publications sont une source d'information assez populaire (38 % des répondants les consultent), mais elles déterminent rarement la prise de décision (2,4 % des répondants). Les répondants consultent notamment Furniture Today et Home Furnishings Daily.

La majorité des répondants (47 %) estiment que l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis n'influera pas sur leur politique d'achat. Quelques-uns (12 %) ont dit qu'ils augmenteraient assurément leurs achats de meubles canadiens, alors qu'un grand nombre (41 %) n'ont pas réfléchi aux effets d'une telle entente.

Si 82 % des répondants veulent que les fabricants canadiens les renseignent sur leurs produits, six importateurs américains recherchent actuellement des fournisseurs de produits particuliers : Ces sociétés sont les suivantes :

- **Brian Alden** recherche des fournisseurs de chaises de salle à dîner et de tables d'appoint;