

La majorité des importateurs sont satisfaits de leurs fournisseurs de poisson et de produits de la pêche, mais un grand nombre s'intéressent aux produits canadiens. Trente-cinq des 43 importateurs interrogés ont indiqué qu'ils aimeraient en savoir davantage sur les fournisseurs canadiens. Sur les 30 entreprises qui se sont déjà approvisionnées au Canada ou qui s'y approvisionnent encore, seulement quatre ont fait part d'un certain mécontentement, principalement sur la question des prix. Les reproches faits aux autres pays fournisseurs sont le manque d'uniformité dans la qualité, les problèmes de livraison, d'emballage et de transport, le manque de communication et les délais trop longs de livraison.

Étant donné que la majorité des importateurs interrogés (65,1 %) ont indiqué que la dévaluation du dollar avait fait augmenter le prix de leurs importations et que 38,2 % songent à augmenter leurs achats de produits canadiens si l'Accord de libre-échange est conclu, il semble possible de substituer les poissons et produits de la pêche que les États-Unis importent actuellement d'autres pays développés par des produits canadiens.

Pour mieux aider les entreprises canadiennes à explorer ces débouchés, nous avons organisé d'autres entrevues avec les 35 importateurs qui s'étaient déclarés intéressés à en savoir davantage sur les fournisseurs canadiens, afin d'obtenir des renseignements sur la meilleure façon d'aborder ce marché.

Les importateurs en question ont indiqué qu'ils préféreraient recevoir des brochures par la poste ou être contactés directement par le fournisseur canadien, mais le choix du fournisseur n'est pas nécessairement basé principalement sur les renseignements ainsi obtenus. Les réponses aux entrevues font croire que les importateurs basent leurs décisions sur une grande variété de sources d'information, et qu'aucune source ne dicte plus de 40 % des décisions. Le tableau 3 ci-dessous indique les sources d'information utilisées par les importateurs américains et le pourcentage moyen où elles constituent le principal facteur dictant la décision.

Tableau 3

Source	%
Renseignements fournis par le producteur	37,2
Études de marché (indépendantes ou internes)	20,9
Société-mère, sociétés affiliées, filiales, etc.	18,6
Recommandation émanant de contacts personnels	18,6
Renseignements obtenus à des foires commerciales	16,3
Renseignements fournis par les distributeurs	14,0
Articles ou annonces dans des publications spécialisées	14,0