

II - CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK

La pénétration accrue des importations est le fait le plus saillant dans le marché américain des instruments de musique au cours de la période de 1984 à 1987. Alors que la consommation intérieure apparente en 1987 était de 20 % plus élevée qu'en 1987, les importations américaines d'instruments de musique avaient enregistré une hausse de quelque 120 %. Le Japon et la Corée du Sud demeurent les principaux fournisseurs des États-Unis, bien que l'augmentation des importations en provenance de ces pays commence à ralentir en raison de la dévaluation du dollar américain. Parallèlement, la dévaluation du dollar américain a permis aux producteurs américains d'augmenter leurs exportations. Malgré la faiblesse du dollar, l'industrie américaine prévoit une croissance modérée jusqu'en 1992. Les importations continuent d'augmenter leur part du marché, d'après le département américain du Commerce.

Cette tendance se poursuivra sans doute, malgré les résultats de l'enquête auprès des importateurs américains, selon lesquels 93 % de ces importateurs devaient payer des prix plus élevés pour leurs importations en raison de la dévaluation du dollar. Cette inconséquence apparente s'explique par le fait qu'environ deux tiers des importateurs interviewés importent des produits qui ne sont pas disponibles sur le marché intérieur. Le prix est aussi un facteur important dans l'importation des instruments de musique. Une majorité écrasante était intéressée à en apprendre plus long sur les capacités des fournisseurs canadiens comme source d'approvisionnement possible pour remplacer les produits japonais et européens, de plus en plus coûteux. En outre, environ 40 % des importateurs américains prévoient que l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange entre les États-Unis et le Canada entraînera une augmentation de leurs achats de produits canadiens.

Les importateurs américains préfèrent recevoir des renseignements préliminaires sur les produits au moyen de brochures et de publications industrielles, mais c'est le contact direct avec le fabricant, les renseignements recueillis aux foires commerciales et la recommandation d'un contact personnel qui sont les plus susceptibles d'influer sur la décision d'achat comme telle. La foire commerciale la plus souvent nommée par les répondants est celle qui est tenue par la <<National Association of Music Merchants>> (NAMM), tandis que la Musical Merchandise Review est la publication industrielle la plus consultée.

Certains débouchés précis ont été identifiés au cours de l'enquête auprès des importateurs américains, et sont précisés à l'annexe 1. L'annexe 2 présente la liste des compagnies qui désirent de façon générale à en connaître davantage sur les entreprises canadiennes comme source d'approvisionnement possible.