

## II - CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK

L'industrie des produits de beauté englobe une large gamme de produits, dont les parfums, les eaux de toilette, les rouges à lèvres, les fards pour les yeux, les crèmes de beauté et les lotions, les eaux dentifrices, les préparations d'hygiène dentaire et buccale, les huiles et les sels de bain, les shampooings, les désodorisants, les préparations pour le rasage, les produits antisolaires et les produits de soins des ongles. Ces produits forment le segment le plus important du marché d'importation de produits de beauté desservi par les sociétés européennes. Les importations américaines de produits de beauté japonais sont négligeables.

Les exportations américaines de produits de beauté en 1987 se sont chiffrées à 360 millions de dollars US (est), ce qui représente une augmentation de plus de 12 % par rapport à 1986, tandis que les importations américaines des produits étudiés sont évaluées à plus de 431 millions de dollars US pour 1987. Les parts du marché américain détenues par l'Europe et le Japon sont demeurées relativement stables, ne connaissant qu'un léger déclin en 1987. Le marché américain des produits de beauté devrait maintenir un rythme réel de croissance d'environ 2,6 % par an au cours des cinq prochaines années.

L'enquête sur les importateurs américains des produits à l'étude a révélé que plus de 72 % des répondants devraient payer plus cher pour leurs importations en raison de la dévaluation du dollar américain. Par conséquent, de nombreux importateurs se sont montrés intéressés à envisager des achats au Canada. En outre, plus de 34 % des importateurs américains interrogés ont déclaré qu'ils accroîtraient leurs achats au Canada si l'Accord de libre-échange était ratifié. De nombreux importateurs américains, toutefois, n'avaient pas encore réfléchi aux conséquences de l'accord sur leurs pratiques d'achat. Les importateurs américains intéressés par les produits canadiens ont précisé qu'ils préféreraient obtenir de l'information sur les produits directement des fabricants canadiens au moyen de brochures, de listes de produits et de publications de l'industrie. La qualité des produits, la nécessité d'un appoint aux approvisionnements intérieurs et la non-disponibilité de certains produits aux États-Unis sont les principaux motifs d'importation cités par les répondants. Le prix est le facteur qui a été mentionné le moins souvent.

L'enquête auprès d'associations américaines de l'industrie des produits de beauté a révélé que les produits canadiens ne sont pas concurrentiels par rapport aux produits américains. Les fabricants américains sont caractérisés par de longs cycles de production qui ont justifié des investissements considérables dans le traitement automatisé. La production canadienne n'est pas suffisamment volumineuse pour que le même degré d'automatisation soit rentable.