

au Canada. Près de 78 % des répondants qui avaient eu recours aux sources canadiennes d'approvisionnement ont indiqué qu'ils étaient généralement satisfaits des fournisseurs canadiens.

Les répondants intéressés par les fournisseurs canadiens ont le plus souvent indiqué qu'ils préféraient obtenir les renseignements préliminaires sur les services et les produits sous forme de dépliants publicitaires (78 %), de publications de l'industrie (50 %), de contacts personnels de l'entreprise (32,5 %), lors de rencontres avec un représentant de l'entreprise (30 %) et à l'occasion de foires commerciales (30 %). Les importateurs ont indiqué que les recommandations tirées de contacts personnels et de publications de l'industrie étaient des facteurs de base dans la décision d'achat.

Les répondants ont indiqué que les principaux utilisateurs de produits imprimés étaient :

- les éditeurs américains (8 % des répondants);
- les journaux (8 % des répondants);
- les hôpitaux (6 % des répondants);
- les compagnies d'assurance (4 % des répondants);
- les courtiers américains en imprimerie (2 % des répondants).

Les autres utilisateurs nommés par les répondants comprenaient les écoles et les établissements d'enseignement (18 % des répondants), les détaillants (16 % des répondants), les particuliers et les bibliothèques (14 % des répondants) et les percepteurs ainsi que les firmes comptables et les cabinets d'avocats (4 % des répondants chacun).

Les foires commerciales du secteur de l'imprimerie mentionnées par les répondants sont «Graph EXPO East and West»* et «Print '91». Les publications de l'industrie les plus lues par les répondants comprennent le Publisher's Weekly, le Printing Impressions, le Graphic Arts Monthly, et le Printing Technology.

La majorité des répondants (80 %) intéressés par les fournisseurs canadiens ont indiqué qu'ils ne voyaient aucun obstacle à l'approvisionnement auprès de fournisseurs canadiens de produits imprimés. Les répondants qui ont indiqué qu'il existait des obstacles faisaient référence aux droits de douane et aux règlements douaniers. L'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis éliminera les droits de douane sur les importations canadiennes d'ici janvier 1993.

Même si l'Accord de libre-échange enlèvera des barrières commerciales, les règles de marquage du pays d'origine américain demeureront vraisemblablement une barrière possible dans l'atteinte du plein potentiel d'exportation des produits d'imprimerie. L'emplacement et la dimension de la marque «Imprimé au Canada» peut rendre les produits invendable aux États-Unis à cause de cette règle. Si

* Il faut noter que «Graph EXPO» est une foire pour les marchands d'équipement et de technologie du secteur de l'imprimerie, et non pas pour les marchands de produits imprimés.