

II - CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK

Les importations américaines d'appareils de mesure et d'instruments classés à la liste A à sept chiffres, que le présent rapport analyse en détail, se chiffraient à 1,97 milliard de dollars US en 1987. Elles ont augmenté en moyenne de 24,48 % par an entre 1982 et 1987. L'Europe et le Japon détiennent, respectivement, 44 % et 28 % de ce segment du marché des importations américaines, alors que la part du Canada se situe autour de 7 % seulement.

D'après les constatations de la présente étude, la dévaluation du dollar américain et la mise en application probable de l'Accord de libre-échange augmenteront les débouchés américains pour les appareils de mesure et les instruments canadiens. Plus de 86 % des importateurs américains interrogés ont dit que les prix de leurs importations avaient grimpé par suite de la dévaluation du dollar américain. Par conséquent, la plupart des sociétés américaines pressenties voulaient en savoir plus long sur les appareils de mesure et les instruments de fabrication canadienne en vue de trouver d'autres fournisseurs potentiels. De plus, 26 % prévoient augmenter leurs achats de produits canadiens lorsque l'Accord de libre-échange sera mis en oeuvre.

Moins du quart des répondants s'étaient déjà approvisionnés au Canada, mais la plupart d'entre eux étaient satisfaits de leurs fournisseurs canadiens. Fait intéressant à noter, lorsque les répondants furent priés de nommer les pays d'origine de leurs importations, un seul sur les 50 a nommé le Canada (voir l'annexe 7). Cependant, lorsque nous leur avons demandé explicitement s'ils avaient importé des produits du Canada, 11 ont répondu par l'affirmative. Cette différence peut être attribuable à diverses raisons :

- L'importateur ne s'approvisionne pas au Canada présentement, mais il a déjà acheté des produits canadiens.
- Le Canada ne figure pas parmi les principaux fournisseurs d'un grand nombre de répondants; par conséquent, en réponse à une question générale, ils ont fait état de leurs grands fournisseurs seulement. Mais, lorsque nous leur avons demandé explicitement s'ils avaient déjà acheté des produits canadiens, leurs réponses furent plus détaillées.
- Il se peut que les répondants lient le Canada si étroitement au marché américain qu'ils ne considèrent pas les produits achetés au Canada comme des importations.
- Il se peut que des répondants se soient approvisionnés auprès de sociétés apparentées aux fabricants canadiens et établies aux États-Unis.

Les importateurs américains que les produits canadiens intéressent préfèrent que les fabricants canadiens les renseignent directement sur leurs produits au moyen de brochures et de publications spécialisées. Les foires commerciales jouent aussi un rôle important dans la prise de décisions. Le prix et la qualité des produits influent moins sur la décision des importateurs de