

CONCLUSION

Ce rapport nous permet de tirer plusieurs conclusions en ce qui a trait aux possibilités qu'offre l'Europe 1992.

Mise à part l'industrie de la fourrure et, jusqu'à un certain point, celles des équipements sportifs et du mobilier de bureau, il ne semble pas y avoir de possibilités intéressantes pour les autres. Cependant, plusieurs sociétés pourront exploiter seules ou en coentreprise les possibilités qu'offre le marketing de créneau.

Cette situation découle principalement des facteurs suivants : main-mise étrangère sur ces industries ou sur les marchés; effets des importations en provenance de pays à main-d'oeuvre bon marché; concentration sur les possibilités offertes par l'Accord de libre-échange (mobilier de maison, petits appareils électriques, vêtements et textiles).

Les facteurs clés qui permettront aux sociétés de profiter, à court et moyen terme, des avantages d'Europe 1992 sont :

- une optique internationale,
- une structure de marketing internationale bien établie,
- une solide équipe de gestion,
- une bonne situation financière,
- l'accès à des programmes de R-D pour maintenir ou stimuler l'innovation et le leadership,
- des marques de réputation internationale,
- un secteur où la concentration européenne n'est pas encore trop forte et où les sociétés européennes sont de taille à peu près égales,
- des secteurs où les normes canadiennes égales les normes mondiales,
- des produits à haute valeur ajoutée permettant un bon marketing de créneau

Une meilleure connaissance des produits et des marchés et la possibilité pour les industries de produire le même volume sans investir la somme d'efforts qui seraient nécessaires pour être concurrentielles sur le marché européen permet de croire qu'en fonction du retour sur l'investissement, l'Accord de libre-échange présente plusieurs avantages à court terme pour les industries canadiennes étudiées.

Bien qu'en principe, l'Europe 1992 fournisse un meilleur terrain pour les produits et les industries grâce au processus d'harmonisation, à la concentration de la production et à la rationalisation des réseaux de distribution, il est probable que les résultats tarderont à venir et que l'apprentissage sera difficile.

Ces conditions ne favorisent pas les nouveaux venus sur le marché