

Le tableau 2, ci-dessous, présente les principaux fournisseurs étrangers des importateurs américains interrogés, le nombre de répondants approvisionnés par chacun des pays et le degré de satisfaction globale des importateurs à l'égard de leurs fournisseurs. Les résultats détaillés pour tous les pays qui fournissent des produits aux répondants sont présentés à l'annexe 7.

Tableau 2

Pays	Nombre de répondants	Degré de satisfaction (max. = 5,0)
Royaume-Uni	8	4,25
Hong Kong	6	4,50
Singapour	5	4,00
Canada	4	4,50
Australie	2	5,00
France	2	4,00
Italie	2	3,50
Japon	2	5,00
Mexique	2	3,00

Les résultats du sondage ont indiqué que la majorité des répondants étaient satisfaits de leurs fournisseurs. Un fournisseur s'est dit insatisfait de la qualité irrégulière et de la mise en feuille du produits. Les raisons données pour s'approvisionner auprès des fournisseurs actuels comprenaient notamment :

- prix inférieurs (43,5 % des répondants);
- non disponibles aux États-Unis (39,1 % des répondants);
- qualité supérieure (13,0 % des répondants);

Près de 35 % des répondants qui avaient importé des produits en 1988 ont indiqué que la dévaluation du dollar américain par rapport à nombre d'autres devises avait haussé le coût de leurs importations. Seulement un peu plus de 30 % des répondants ont indiqué qu'ils ne s'attendaient pas que la dévaluation affecte le coût de leurs importations. Des les importateurs qui restaient, environ 17 % ne savaient pas quel effet la dévaluation du dollar aurait sur le coût de leurs importations, tandis qu'un autre 17 % pensaient que la dévaluation entraînerait en fait une baisse du coût de leurs importations.

La majorité des répondants (76 %) n'avaient pas fait appel aux services d'imprimerie canadiens. De ce nombre, 73,7 % étaient intéressés à en savoir davantage sur les entreprises canadiennes et le potentiel qu'elles offrent pour remplacer les produits européens et japonais de plus en plus chers. Certains répondants qui n'avaient pas fait appel aux sources canadiennes d'approvisionnement se sont montré peu intéressés à entendre parler des entreprises canadiennes. Les raisons de ce manque d'intérêt allaient de la satisfaction vis-à-vis des fournisseurs actuels à l'absence de services spécialisés