

son sont déterminants en raison de l'inaccessibilité géographique relative de l'Arabie saoudite aux fournisseurs. Comme la demande de biens de consommation est un phénomène relativement nouveau, la «fidélité à la marque» n'est pas un concept bien ancré sauf dans le cas de quelques articles de luxe. Les articles prestigieux de même que les objets relativement peu coûteux se vendent bien.

Pratiquement tous les biens de consommation vendus sur le marché nord-américain se retrouvent en Arabie saoudite, à l'exception des produits interdits (alcool, porc). La plus grande partie de la population demeure dans les trois villes principales (Riyad, Djedda et Damman), qui sont donc, en même temps, les principaux marchés de consommation. Les femmes ont une influence considérable sur la consommation.

Publicité

Si la publicité écrite est bien établie, la publicité télévisuelle est relativement nouvelle en Arabie saoudite et fait l'objet d'un contrôle extrêmement rigoureux par crainte d'atteintes aux mœurs ou de violation du code islamique. On n'a fait que très peu de recherches sur le comportement des consommateurs saoudiens mais la publicité aux points de vente et la publicité postale demeurent très importantes. On trouvera à la section VII la liste des principaux journaux, périodiques et agences de publicité locaux.

Réglementation applicable aux ingénieurs-conseils

En règle générale, on recommande aux sociétés d'experts-conseils canadiennes de former une coentreprise avec une maison de consultation saoudienne bien établie, pour chaque projet. Les