

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 8.

Tableau 2

Pays	Nombre de répondants	Degré de satisfaction (max. = 5,0)
Taiwan	25	3,8
Japon	17	4,4
Hong Kong	13	4,2
Italie	13	4,0
Corée du Sud	11	4,4
Allemagne de l'Ouest	7	4,7
Chine	6	4,0

Comme l'indique le tableau 2, les importateurs américains sont généralement assez satisfaits de leurs fournisseurs actuels. Sur les 128 relations fournisseur-acheteur signalées par les importateurs américains, cinq seulement n'avaient pas donné satisfaction. Les raisons de cette insatisfaction comprenaient des problèmes de qualité, des prix élevés et des retards de livraison. Bien que le Canada n'ait été mentionné que par deux importateurs américains, ces derniers étaient très satisfaits de leurs fournisseurs canadiens. Les raisons pour lesquelles les répondants s'approvisionnent auprès de leurs fournisseurs actuels d'articles ménagers (articles cadeaux) sont les suivantes :

- prix moins élevés (51,2 % des répondants);
- produits non disponible aux États-Unis (44,2 % des répondants);
- qualité supérieure (14,0 % des répondants);
- sources d'approvisionnement complémentaires à celles des États-Unis (7 % des répondants).

Près de 84 % des répondants ont déclaré que la dévaluation du dollar US avait entraîné une augmentation du coût de leurs importations, tandis que le reste était incertain quant à l'effet de cette dévaluation ou était d'avis qu'elle n'avait aucun impact sur leurs coûts. Bien que seulement un tiers des répondants aient déjà fait appel à des fournisseurs canadiens d'articles ménagers, les deux tiers des répondants voulaient en connaître davantage sur les fournisseurs canadiens et les produits qu'ils avaient à offrir. Ils ont dit préférer recevoir l'information préliminaire sur les sociétés et les produits sous forme de documents publicitaires (mentionnés par 95 % des répondants), de publications de l'industrie (44 %) et à l'occasion de foires commerciales (28,2 %). Lorsque nous leur avons demandé quelles