

Dans notre examen de l'ensemble du marché américain à la figure 2, le segment des importations était à peine perceptible : tout juste une mince lame au faite de chaque barre. Ce qui n'était pas évident, c'est que ce segment de marché n'avait pas connu la même croissance constante que l'ensemble du marché de l'eau en bouteille. De fait, la dernière décennie n'a pas du tout été calme pour les importations. Les soubresauts subis par le marché de l'eau importée font donc l'objet d'une présentation spéciale à la figure 8.

Les importations d'eau en bouteille ont connu une croissance d'une extrême vigueur en 1978 et 1979. En 1980, ce fut la chute libre. Les importations sont, par la suite, demeurées au dessous des 28,1 millions de gallons de 1979 jusqu'en 1985 alors qu'elles atteignaient 29,8 millions. Selon les spécialistes, il faudrait blâmer la chute de 1979 sur un rajustement du stock nord-américain de Perrier,

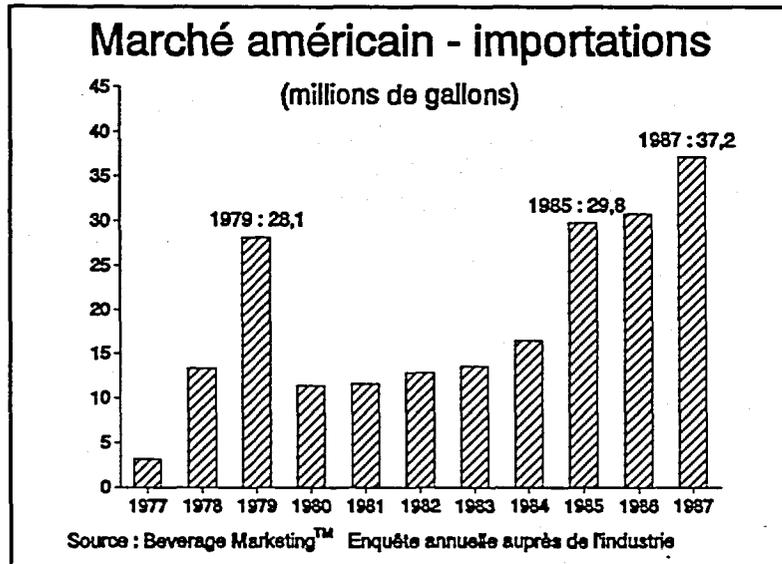


Figure 8

suite à des importations beaucoup trop optimistes au cours des quelques années précédentes. L'importance de Perrier sur la scène nord-américaine de l'eau en bouteille ne peut être exagérée. Cette société a en effet créé le marché américain de l'eau gazeuse importée. Comme le marché de l'eau en bouteille est largement dominé par les producteurs locaux, la concurrence de nouveaux produits importés ne nuira pas forcément à Perrier. Un accroissement de la sensibilisation des consommateurs pour les produits importés pourrait bien stimuler la demande au point où tous les intervenants sérieux gagnent en même temps, au dépend des producteurs locaux. Par contre, les récents déboires commerciaux de Perrier pourraient avoir une influence négative sur la performance de toutes les importations et forcer les producteurs canadiens à rencontrer la concurrence des producteurs américains sur un pied d'égalité.

Nous n'avons pas réussi à obtenir une ventilation régionale des données et les exportateurs canadiens devraient faire un peu de recherche sur les marchés régionaux qu'ils visent avant d'engager des sommes importantes pour des programmes d'exportation. Il serait raisonnable de trouver une plus forte consommation d'eau en bouteille dans les régions les mieux nanties. Les régions en proie à des problèmes particuliers de pollution de l'eau devraient également faire de meilleurs clients. Enfin, là où les défenseurs des droits des consommateurs font de bonnes affaires, l'eau en bouteille devrait aussi se porter bien.