

- l'entreprise utilise les ressources de la société-mère;
- les prix canadiens sont trop élevés.

Interrogés sur le type de renseignements qu'ils aimeraient recevoir des entreprises canadiennes, 93 % des répondants ont indiqué qu'ils aimeraient obtenir des renseignements sur les fournisseurs canadiens au moyen de brochures. Quarante-quatre pour cent ont indiqué que les publications industrielles étaient sources d'informations, et 34 % ont déclaré que les foires commerciales et le contact direct avec le fournisseur constituaient aussi des sources intéressantes. Si les sources secondaires, notamment les brochures et les publications industrielles, sont considérées un véhicule important pour l'information initiale, un contact plus personnel est la clé permettant de conclure un contrat de vente. Les importateurs interrogés ont indiqué que les renseignements obtenus des foires commerciales, des contacts directs avec le fabricant et des recommandations de contacts personnels étaient les plus susceptibles d'influer sur la décision d'achat.

Puisque les foires commerciales et les publications industrielles entrent en ligne de compte dans les décisions d'achats des importateurs, toute entreprise canadienne qui entend trouver des débouchés sur le marché américain devrait envisager l'utilisation de ces moyens pour promouvoir ses produits. Interrogés sur les foires commerciales populaires, 9 des importateurs ont mentionné la foire de la <<National Association of Music Merchants>> (NAMM) tenue à Frankfort en Allemagne de l'Ouest. Cinq répondants ont participé à cette exposition, tandis que 4 autres y ont assisté. Les publications spécialisées comprennent Musical Merchandise Review (mentionnée 6 fois), Music Trade (mentionné 5 fois), Upbeat Magazine (mentionnée 4 fois) et Guitar Players (mentionnée 3 fois).

Pour ce qui est de l'Accord de libre-échange, 39 % des répondants pensaient que son entrée en vigueur les amèneraient à augmenter leurs achats d'instruments de musique en provenance du Canada. Près de 42 % des répondants pensaient que l'Accord n'aurait aucune répercussion sur leurs politiques d'achat, tandis que les autres 19 % n'étaient pas certains des conséquences de l'Accord. Près de 4 importateurs sur 10 prévoient augmenter les achats en provenance du Canada, de sorte qu'il est évident que l'Accord du libre-échange offre la possibilité d'un accroissement des exportations canadiennes à destination des États-Unis.