

culturel et commercial. À la lumière de notre expérience, il est plus que téméraire de tenter de contourner le système japonais de distribution : les entreprises étrangères doivent utiliser les circuits de distribution en place. Certes, le système de distribution évolue en raison de divers changements, comme la progression des ventes par correspondance et des achats par téléphone ainsi que la popularité des magasins de rabais, mais il n'en demeure pas moins que pour connaître du succès sur le marché japonais, il faut trouver un bon partenaire japonais connaissant bien non seulement le système de distribution en place dans le pays, mais aussi les pratiques commerciales japonaises. En guise d'exemple de pratiques commerciales japonaises qui causent des difficultés aux fabricants étrangers, on peut mentionner le système de renvoi des biens, en vertu duquel les biens invendus sont normalement restitués aux grossistes.

Un distributeur/importateur peut également jouer un rôle de conseiller sur d'autres questions importantes, notamment les tailles, les saisons d'achat au Japon, l'importance du respect de calendriers serrés et des livraisons fréquentes, les préférences en matière de couleurs et, ce qui est très important au Japon, le service après-vente. Il ne faut pas sous-estimer l'importance des tailles. Des enquêtes récentes ont révélé que la principale raison pour laquelle le client japonais n'achète pas ou ne porte pas des articles importés, c'est que les tailles des vêtements ne correspondent pas aux normes.

### Conclusion

En dépit du ralentissement économique, ou peut-être justement à cause de cette conjoncture, il existe des débouchés potentiels au Japon pour les fabricants canadiens de vêtements. Ces fabricants doivent être disposés à consacrer le temps et les ressources nécessaires pour s'implanter sur ce grand marché raffiné en présentant un produit différent et qui se démarque nettement par des caractéristiques qui suscitent un attrait. Les fabricants de vêtements d'extérieur ou de vêtements décontractés de qualité peuvent profiter grandement de l'image de marque très positive que les Japonais ont du Canada; ils devraient donc s'employer à en tirer parti. Si de petites ou moyennes entreprises américaines ont pu profiter de l'intérêt des Japonais envers les vêtements décontractés ou d'extérieur, les entreprises canadiennes devraient être en mesure d'en faire autant. S'il est vrai que le marché japonais comporte des créneaux prometteurs, les fabricants canadiens de vêtements devraient toutefois contenir leur enthousiasme et bien prendre conscience du fait qu'une implantation sur le marché japonais demande du temps, des déplacements au Japon, une expérience solide et fructueuse de l'exportation vers les États-Unis, ainsi qu'une trésorerie les mettant à l'abri des difficultés.

### Coordonnées de l'ambassade du Canada

7-3-38 Akasaka  
Minato-ku  
Tokyo 107, Japon  
Tél. : 011-81-3-3408-2101  
Télécopieur (Système G3) : 011-31-3-3470-7280/3479-5320