

Le circuit de distribution

La figure 1 illustre les trois grands circuits de distribution que peuvent choisir les fabricants canadiens désireux de vendre au Japon. Le nombre d'intermédiaires et leur marge commerciale varieront selon les caractéristiques de chaque transaction.

Règle générale, il existe quatre catégories d'intermédiaires de distribution et de vente : les sociétés commerciales, les exploitants de marina, les sociétés de commercialisation et les agents commerciaux. La marge commerciale dépend de la place de chacun dans le réseau.

Les sociétés commerciales générales du Japon sont les dernières à s'implanter dans l'industrie du nautisme et probablement les plus agressives à l'heure actuelle. Les neuf principales sociétés commerciales japonaises sont : C. Itoh & Co., Marubeni Corp., Toyo Menka Kaisha Ltd., Nichimen Corp., Kanematsu-Gosho Ltd., Mitsui & Co., Sumitomo Corp., Mitsubishi Corp., Nissho Iwai Corp., et Itoman & Co.

Les sociétés commerciales fournissent le financement, passent des accords avec les concessionnaires et participent activement à l'aménagement de marinas en tant que propriétaires ou bailleurs de fonds.

En plus de louer des espaces d'amarrage, les exploitants de marina vendent et louent des embarcations. De nombreuses marinas sont des filiales de grandes entreprises et elles ont les ressources nécessaires pour importer des bateaux directement.

Les constructeurs étrangers sont souvent représentés par des sociétés de commercialisation exploitées par un réseau d'agents commerciaux. Ces sociétés sont généralement petites et ne possèdent pas les ressources nécessaires pour garder un stock important.

Les agents commerciaux spécialisés effectuent leurs propres importations et ventes. Ils sont efficaces, expérimentés et possèdent un réseau de relations utiles.

Considérations spéciales de distribution — Amarrage

Le Japonais qui veut se procurer une embarcation fonde souvent sa décision sur la disponibilité d'un espace d'amarrage. Les agences de location d'espaces d'amarrage jouent donc un rôle important dans le réseau de distribution.

C'est pour cette raison que les fabricants canadiens d'embarcations de plaisance voudront peut-être conclure un marché de distribution et de vente avec un agent ou représentant japonais en mesure de fournir aux clients un service -achat — amarrage-.

Ces ententes aident à réduire le nombre d'intermédiaires et à éviter leurs marges commerciales, et permettent aussi aux fabricants canadiens d'offrir au détaillant, souvent la marina, des rabais plus nombreux et plus substantiels.

L'amarrage : conditions actuelles

Le Japon souffre actuellement d'une sévère pénurie d'espaces d'amarrage. Les 386 marinas du Japon ne possèdent au total que 50 000 espaces d'amarrage; en revanche, il y a environ 250 000 embarcations de plaisance au Japon. Les cales destinées aux embarcations de plus de 12 m sont rares. Cette pénurie a réduit les propriétaires d'environ 110 000 embarcations de plaisance à amarrer leur embarcation illégalement le long des rivières. De plus, on a mis sur pied divers programmes d'amarrage novateurs.

Par exemple, plusieurs propriétaires participent aux programmes d'entreposage à terre qui offrent un service de transport de l'embarcation de la marina à l'entrepôt. D'autres propriétaires, surtout dans la région d'Osaka, prennent avantage des nouvelles «marinas flottantes», dont les brisants sont faits de navires semi-submersibles. Dans les environs de Tokyo, où tous les lieux d'amarrage naturels ont été aménagés, les propriétaires peuvent avoir recours aux services de «marinas volantes» offerts par les marinas moins surchargées d'autres régions du pays.

Ces programmes parallèles, fruits de l'initiative de l'entreprise privée, ne règlent pas les problèmes à long terme. La solution résiderait plutôt dans l'aménagement de grandes marinas modernes par le secteur public.

Capacité d'amarrage prévue

En 1989, le Japon comptait quelque 332 projets d'aménagement de marinas en chantier ou en préparation. Leur valeur totale atteignait une somme de plus de 50 milliards de dollars. L'aménagement de la plupart de ces marinas est assuré par les gouvernements national et locaux, en collaboration avec des promoteurs privés et des syndicats de pêcheurs.

Certaines commissions d'aménagement de marinas encouragent la participation d'étrangers; cette participation ne peut que multiplier les débouchés.