

importateurs sur les nouveaux produits et sur leurs utilisations. Une telle pratique permet du même coup de resserrer les relations d'affaires.

**Choix du partenaire.** Dans le cas d'un marché éloigné comme le Japon, il importe de prendre le temps de bien choisir son partenaire. Il est essentiel que l'agent importateur connaisse très bien le marché et les besoins des utilisateurs, soit bien financé et en mesure d'offrir le service après-vente. Si un importateur ne peut satisfaire ces besoins, on doit former un consortium.

**Contrôle de la qualité.** Les normes japonaises en matière d'apparence et de qualité sont souvent perçues comme étant trop rigoureuses par rapport aux normes occidentales. Quoiqu'il en soit, pour réussir sur ce marché, il faut élaborer un programme rigoureux de contrôle de la qualité et s'y conformer.

**Normes de sécurité.** Les inspections de sécurité du ministère des Transports pour les sous-marins habités doivent être faites au Canada au moment de la fabrication plutôt qu'à leur arrivée au Japon, afin de réduire au minimum les délais.

Les règlements de protection de la vie humaine pour le matériel marin sont pratiquement inexistant; l'élaboration de tels règlements va de pair avec les travaux d'inspection. D'où le besoin d'entamer dès que possible le processus d'approbation.

**Protection de la technologie.** La protection de la technologie demeure un problème au Japon et l'industrie océanologique ne fait pas exception à la règle. Il existe toutefois un certain nombre de moyens pour protéger le savoir-faire technologique.

Premièrement, conclure une entente ferme avec un importateur fiable. Deuxièmement, ne pas donner suite aux demandes des importateurs qui commandent une seule unité d'un produit généralement vendu en grandes quantités, car elles sont souvent un moyen détourné d'obtenir des produits de haute technologie pour ensuite les fabriquer. Bref, s'assurer que la vente en vaut la peine.

Des experts de l'industrie prétendent que la plupart des matériels marins actuellement sur le marché peuvent être copiés au bout de deux ou trois ans, lorsque les bénéfices escomptés en valent la chandelle. À l'heure actuelle, étant donné le rythme des progrès technologiques et la taille relativement petite du marché, l'importation demeure la meilleure solution.

## Débouchés particuliers

Au cours de la préparation du présent rapport, on a relevé certains produits offrant des débouchés commerciaux particulièrement intéressants :

**Véhicules téléguidés (ROV).** Il existe actuellement une demande de petits véhicules multifonctionnels commandés par radio, articulés et faciles à manoeuvrer, et de gros véhicules téléguidés destinés à de nombreux usages.

**Machines conçues pour être utilisées en eaux froides.** Dans l'ensemble, la technologie de ce type de machines est très avancée. Cependant, en règle générale, ce matériel n'est pas encore disponible au Japon.

**Systèmes de sécurité sous-marins destinés aux aéroports construits sur des îles artificielles.** Ces nouveaux aéroports, actuellement à l'étude ou en construction, ont fait surgir des problèmes quant à la nécessité d'installer des systèmes de sécurité sous-marins pour lutter contre le terrorisme. Les systèmes pouvant assurer ce genre de protection ne sont pas actuellement à la portée du marché japonais.

## Engagement de l'industrie

Selon les Japonais, le Canada fabrique du matériel marin à la fine pointe de la technologie. Toutefois, il importe que le gouvernement et le secteur privé adoptent une stratégie de commercialisation plus cohérente pour permettre au Canada de s'implanter solidement sur ce marché très concurrentiel.

La technologie canadienne du matériel marin est considérée supérieure à de nombreux égards. Cependant, on reproche aux entreprises canadiennes d'avoir mis trop de temps à s'implanter sur le marché japonais. De nombreux experts ont indiqué que les États-Unis, qui possèdent une technologie comparable, ont percé ce marché il y a quelques années, au moment où les sociétés japonaises cherchaient à conclure des ententes d'achats liés et à créer des coentreprises. C'est ainsi que les Américains ont accaparé la plus grande part de ce petit marché qui offrait pourtant des débouchés aux entreprises canadiennes.

Vu la taille des entreprises canadiennes, il serait bon de produire un catalogue regroupant tous les produits canadiens reliés à l'industrie océanologique offerts aux utilisateurs potentiels et de le mettre à jour chaque année. Plusieurs utilisateurs ont affirmé qu'un catalogue attirerait l'attention davantage qu'une simple brochure.