

participants canadiens d'avoir lieu à un moment difficile (à peu près à la même époque que les salons de la CSGA, de l'IPSO, de la NSIA, de la SIA et de Tokyo) et de manquer d'espace convenable pour un stand national. Si l'on peut régler ce problème, nous recommanderons pas à recommander aux Canadiens d'y participer.

6. Outdoor Retailer Expo West, Reno, août.

Cette foire extrêmement attrayante a pris rapidement de l'ampleur et est devenue un salon d'excellente réputation. Elle compte quelque 500 exposants. Les acheteurs, aussi bien que les exposants canadiens y ont découvert une très intéressante gamme de produits. Nous l'avons portée sur notre liste car il s'agit d'un salon de camping et des activités plein air, domaine où les Canadiens sont très concurrentiels, du moins dans certaines régions.

7. Sport Japan, Tokyo, septembre.

Le Japon est le troisième marché de l'industrie canadienne après les États-Unis et l'Europe de l'Ouest. Toutefois, les exportations canadiennes sur ce marché sont jusqu'à présent surtout limitées à des patins, de l'équipement de hockey et certains articles de sport d'extérieur. Il est essentiel de trouver des produits fabriqués au Canada qui pourraient élargir la gamme des produits actuellement expédiés au Japon. La foire des articles de sport de Tokyo, qui a lieu en février, s'est révélée utile pour appuyer les exportations canadiennes au Japon. Toutefois, les produits canadiens présentés à Tokyo le sont en général par des représentants d'agents et comprennent surtout les produits actuellement exportés au Japon. Le Salon Sport Japon, bien que relativement récent, est parrainé par la Fédération des industries sportives du Japon et semble bien financé et appuyé par l'industrie japonaise.

8. Exposition solo des articles de sport, Japon.