

sonar) que les entreprises canadiennes ont connu des succès, ainsi que dans les systèmes de cueillette de données et dans la technologie sous-marine. Les entreprises canadiennes ont pris des initiatives, dans les domaines du contrôle de la pollution et du matériel de plongée, qui ont suscité des réactions favorables. C-Tech Limited de Cornwall, en Ontario, a vendu du matériel pour sonar sous-marin de haute qualité alors que Guildline Instruments Ltd. de Smith Falls, en Ontario, a connu la réussite avec ses instruments de précision et ses systèmes de cueillette de données de très haute qualité.

Les succès obtenus sur le marché japonais s'expliquent par la persévérance, l'excellence technique, un choix judicieux des marchés-cibles, une représentation locale concurrentielle, une implication dynamique des entreprises canadiennes, ainsi que des engagements à long terme. Les entreprises canadiennes ont pénétré les domaines dans lesquels l'industrie japonaise n'a pas voulu s'engager à fond pour obtenir la compétence voulue, ou quand la technologie canadienne était nettement supérieure. C'est ainsi que des entreprises comme Arctec Canada Ltd., Guildline Instruments Ltd., Hunttec Ltd., le Groupe Lavalin et d'autres, ont acquis une excellente réputation au Japon. Ce sont surtout les expositions au Centre du commerce du Canada (CCC) de Tokyo qui ont aidé ces entreprises en leur permettant de réaliser des ventes annuelles se situant entre 1 et 2 millions de dollars en 1979 et 1980. À l'exposition de novembre 1981 au CCC, les exposants de l'industrie océanographique et leurs agents ont pris des commandes sur place pour environ 250 000 \$ et s'attendaient à des ventes additionnelles de 2 à 3 millions au cours des 12 mois qui suivaient. Le CCC s'est avéré un instrument très utile pour les entreprises, leur permettant de faire leur apparition sur le marché japonais et d'entrer dans un marché fermé. Les entreprises peuvent en effet prendre contact avec la direction des entreprises clientes à un coût inférieur à celui des autres méthodes promotionnelles. Étant donné la petite taille et les ressources limitées de nombre d'entreprises de carottage qui s'intéressent au marché japonais, le coût du marketing est un élément important en ce moment. Dans ce secteur, on a largement fait appel au PDME pour aider les entreprises à participer aux expositions du CCC.

Commentaires sur le marché

Dans ce domaine de haute technologie, il est indispensable d'avoir un agent compétent au Japon. Dans le domaine du développement des ressources, une part importante