

- *Fonctionnement silencieux.* Cette caractéristique est particulièrement importante pour les appareils utilisés en magasin.
- *Durabilité.* Même si les appareils japonais ne sont pas à l'abri de tout incident, les transformateurs d'aliments exigent des produits importés qui soient durables et se passent d'entretien.
- *Compacité.* Au Japon, l'espace c'est de l'argent. C'est pourquoi l'appareil qui prend peu de place tout en accomplissant la même fonction qu'un plus gros bénéficie d'un net avantage. En outre, comme la plupart des restaurants japonais, qu'ils soient grands ou petits, disposent de peu d'espace pour la cuisine, la compacité revêt une importance particulière, surtout si l'on tient compte des normes de santé et de sécurité.
- *Adaptabilité.* Les utilisateurs préfèrent un matériel qui s'intègre facilement au système en place. Dans le même ordre d'idées, les ensembles adaptables conviennent particulièrement aux petites boulangeries de magasin et aux offices de restaurant.
- *Services d'après-vente et de soutien.* Pour les utilisateurs de matériel importé, les services d'après-vente et de soutien sont les principales préoccupations. Aucun transformateur ne peut se permettre un arrêt de travail causé par une panne de matériel. Les fournisseurs ouest-allemands ont été parmi les premiers à pénétrer le marché japonais. Leur succès s'explique en partie par la formation offerte aux filiales japonaises dans les usines ouest-allemandes. Les Allemands assurent de cette façon un service de qualité tout en consolidant leurs relations avec leurs associés japonais.

Protection de la technologie

Les brevets sont insuffisants pour assurer la protection à long terme de la technologie au Japon. On considère que d'être le premier sur le marché ou d'être reconnu à titre de fabricant d'origine et que la qualité d'un produit ou son caractère innovateur sont plus efficaces que la protection par brevet. Les bonnes relations avec l'acheteur japonais et la conclusion d'un accord soigneusement rédigé sont également deux façons efficaces de protéger la technologie contre le plagiat.

On s'entend généralement au sein de l'industrie nipponne des appareils de transformation des aliments pour dire que la technologie a une espérance de vie utile de quatre à cinq ans. Pour demeurer concurrentielles sur le marché, les sociétés doivent donc être en mesure de lancer régulièrement de nouvelles technologies et de nouveaux produits.

Normes et autres facteurs

- *Normes.* Il n'est pas nécessaire d'apporter des modifications majeures au matériel destiné au marché japonais, étant donné que les normes industrielles du Japon s'inspirent des normes nord-américaines et européennes.
- *Fréquence.* Au Japon, la fréquence au nord du Fujigawa est de 50 cycles, tandis qu'elle est de 60 cycles au sud du fleuve.
- *Douanes.* Le dédouanement prend en général de trois à sept jours. Les délais peuvent toutefois être plus longs pour les premiers envois soumis à l'approbation du ministère du Commerce international et de l'Industrie (MITI).
- *Droits d'importation.* Les droits d'importation ont été supprimés depuis le 1^{er} avril 1990.
- *Prix.* On s'entend généralement pour dire que les transformateurs d'aliments sont prêts à payer un prix beaucoup plus élevé que ceux qui ont cours en Amérique du Nord si le matériel convient.
- *Marges.* Les marges de l'importateur sont de l'ordre de 10 à 20 % et s'établissent en moyenne, selon nos sources, entre 12 et 15 %.

9 Accès au marché

Les transformateurs d'aliments japonais n'associent pas le Canada à des produits particuliers. Ils considèrent plutôt notre pays comme une source de richesses naturelles. Les fournisseurs canadiens sont donc nettement défavorisés car les produits évoquent souvent leur pays d'origine. Les transformateurs de viande japonais, par exemple, associent les découpeuses à la Suisse et les fumoirs à l'Allemagne de l'Ouest.

Étant donné que la majorité des importations japonaises de matériel de transformation des aliments proviennent d'Europe de l'Ouest et, dans une moindre mesure, des États-Unis, les exportateurs canadiens devraient mettre l'accent, dans leurs efforts de commercialisation, sur des produits susceptibles de l'emporter sur leurs concurrents américains et européens. Les perspectives de vente pour le matériel de boulangerie ainsi que de transformation de la viande et de restauration-minute sont considérées comme bonnes et moyennes, respectivement, tandis qu'il n'existe pratiquement pas de créneau pour le matériel de transformation du poisson.