

ces bicyclettes sont d'origine japonaise. Les catégories de propriétaires de bicyclettes s'établissent comme suit : 75 p. 100 des femmes au foyer, 41 p. 100 des enfants de niveau primaire et secondaire et 35 p. 100 des époux. La mini-bicyclette est la plus utilisée (75 p. 100 des propriétaires de bicyclette en ont une), mais elle baisse en popularité. Les Japonais qui possèdent une bicyclette l'utilisent principalement pour faire des courses. Les enfants les utilisent pour jouer ou pour se rendre à l'école, alors que la plupart des adultes, surtout les hommes, s'en servent pour se rendre au travail ou à la gare. Pour les activités sportives et les randonnées pendant les jours de congé et les vacances, les Japonais utilisent des vélos de montagne et tout terrain.

SKIS, FIXATIONS, BOTTES ET BÂTONS

La saison 1990-1991 a été l'une des plus désastreuses jusqu'ici pour l'industrie du ski au Canada (ainsi qu'aux États-Unis et en Europe de l'Ouest) : neige peu abondante, surplus de stocks et récession. En 1991-1992, les conditions météorologiques ont été plus favorables, et les fabricants, dans tous les secteurs, commencent à cibler les marchés des enfants et des familles pour les sports d'hiver.

En 1991, les exportations canadiennes d'équipements pour le ski et autres sports connexes comme la planche à neige s'élevaient à 3,4 millions de dollars, dont 3 millions destinées aux États-Unis, 0,2 million aux pays d'Europe de l'Ouest et 0,1 million au Japon.

PLANCHES À NEIGE

Les planches à neige se divisent en deux catégories : les planches alpines et les planches de style libre. Elles ont toutes deux un équipement qui leur est propre et qui est très différent des produits de ski traditionnels.

Ce sport est encore dominé par les hommes, mais les femmes et les enfants sont de plus en plus nombreux à le pratiquer. Les parents ont tendance à s'y intéresser lorsqu'ils voient leurs enfants acquérir si rapidement la maîtrise de ce sport, ce qui contribue chaque année à augmenter le nombre d'adultes qui s'adonnent à ce sport.

VÊTEMENTS DE SPORT

Dans le secteur des vêtements, il importe de concevoir des articles qui plairont aux consommateurs. La tendance actuelle est aux nouveaux produits, aux nouvelles technologies et aux nouveaux designs. Tous les sports supposent des vêtements spécialisés et les vêtements canadiens techniquement évolués n'ont rien à envier à ce qui se fait de mieux dans le monde.

La plus grande partie des exportations canadiennes est destinée au marché américain.