

première fois; donc, avant de s'engager, il est préférable d'en discuter avec la division commerciale de l'Ambassade du Canada, qui pourra donner des renseignements détaillés sur l'utilisation des divers organes publicitaires.

Fédération des fabricants canadiens au Japon (FFCJ)

Les exportateurs canadiens ont intérêt à se manifester de façon constante et concrète sur le marché japonais. Mais rares sont les entreprises capables de déboursier au minimum 500 000 \$ par an pour ouvrir un modeste bureau à Tokyo. Or, la FFCJ leur offre la possibilité de partager les frais d'un local pour moins de 10 % de ce coût.

La FFCJ fonctionne essentiellement selon le principe des organismes à but non lucratif. Financée par ses membres, dont elle dessert, au Japon, les besoins quotidiens en matière de commercialisation, elle offre ses services à des prix concurrentiels, en se fondant sur les projets présentés.

Parmi les tâches de la FFCJ, on notera :

- les études de marché adaptées aux besoins industriels de chaque entreprise;
- l'évaluation, la sélection et le contrôle des agents;
- l'évaluation des partenaires éventuels, les accords de licence, les opérations concernant les entreprises en participation et le démarrage des filiales, l'appui aux négociations portant sur les ventes et les contrats; et
- un service entièrement bilingue destiné aux clients et aux associés japonais, qui peuvent ainsi obtenir des renseignements en tout temps les jours ouvrables. Ces services sont normalement assurés aux entreprises disposant déjà d'un agent ou d'un distributeur au Japon, mais qui veulent se faire une opinion personnelle des conditions du marché.