

Le consulat du Canada à Fukuoka célèbre son 10^e anniversaire cette année. La présence du consulat dans cette région du Japon a aidé les entreprises canadiennes à percer sur ce marché et a contribué à faire connaître le Canada aux résidents et décideurs locaux.

Occasions d'affaires

Le sud du Japon

Le consulat fait la promotion des produits et des services canadiens sur l'île de Kyushu. Les secteurs prioritaires sont ceux des produits agroalimentaires et des boissons, du bâtiment et des matériaux de construction ainsi que des produits de consommation.

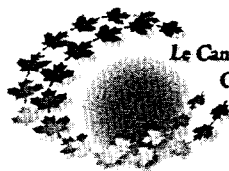
Le consulat a pris part récemment à un certain nombre d'activités commerciales à Kyushu. Quelques activités d'intérêt pour les exportateurs canadiens devraient aussi avoir lieu bientôt dans la région, dont :

- **La Foire nord-américaine à Kitakyushu, du 26 janvier au 4 mars 2001.** Ayant pour thème « Pour un mode de vie adapté au nouveau siècle », cette foire, d'une durée de 38 jours, sera l'occasion de présenter des produits aussi variés que des produits ménagers ou d'intérieur, des produits d'extérieur, des articles de sport, des vêtements, des jouets, des jeux, des aliments et boissons ainsi que des articles cadeaux. La participation (l'espace pour les stands) est gratuite. Les exposants n'ont pas à être présents durant toute la durée de la foire (certaines journées sont très calmes). Il y aura quelques « journées d'affaires » officielles (dates à déterminer) pendant lesquelles les exposants ou leurs représentants devront être présents.
- **Le West Japan Total Living Show, du 15 au 18 mars 2001.** Principal salon professionnel de l'industrie du bâtiment à Kyushu, il se consacre principalement à la construction domiciliaire. L'édition 2000 de ce salon a attiré 53 500 visiteurs et 32 exposants étrangers; le Canada y

a présenté la plus importante délégation. Les produits et les matériaux de construction canadiens ont été bien accueillis à Kyushu, mais il reste encore beaucoup d'efforts promotionnels à déployer et un fort potentiel de croissance pour l'industrie canadienne.

Plusieurs PME japonaises envisagent d'importer directement de l'étranger afin de minimiser les coûts ou de trouver le produit par excellence qui les distinguera de leurs concurrents. Outre les ensembles d'habitation, les Japonais s'intéressent aux cuisines modulaires, aux fenêtres et portes, aux revêtements de sol, aux moulures, aux cages d'escalier, aux meubles-lavabos, aux garnitures, à la quincaillerie, aux murs extérieurs et à la brique.

- **Le Salon horticole de l'Asie de l'Est, du 10 au 12 mai 2001.** Ce salon se tiendra pour la première fois à Kyushu. Au nombre des produits qui y seront exposés, mentionnons des systèmes de repiquage, des systèmes de greffe, des serres, des installations hydroponiques, des systèmes de contrôle environnemental, des systèmes d'irrigation automatique, des produits permettant la prévention des insectes et des parasites, des produits de pollinisation biologique, des systèmes de recyclage et de traitement des déchets, des machines de tri et d'emballage, du matériel de manutention, de transport et d'entreposage, des semences, des produits maraîchers (légumes et fruits), des fleurs coupées et des outils de jardinage. Les visiteurs ciblés comprennent les producteurs, les fabricants, les grossistes, les détaillants et les organisations agricoles. La promotion du salon sera faite non seulement sur place mais aussi en Chine, en Corée et à Taïwan.



Le Canada au Japon
Canada in Japan

- **La Foire commerciale internationale de Fukuoka, du 13 au 16 septembre 2001.** Il s'agira de la quatrième édition de cette foire, qui se tient tous les deux ans. En 1999, cet événement avait attiré 342 exposants (dont 180 gens d'affaires étrangers représentant 42 pays) ainsi que 90 000 visiteurs (dont 11 400 professionnels). Il s'agit de la plus grande foire de cadeaux à Kyushu qui aura pour thème « Pour la joie de vivre : un cadeau de l'autre bout du monde ». Parmi les produits exposés, mentionnons des cadeaux importés, des articles et des accessoires de décoration intérieure, de la vaisselle, des sacs, des articles de papeterie ainsi que des accessoires, vins et aliments à offrir. Les organisateurs souhaitent attirer des produits nouveaux et novateurs.

Il est possible, en avisant d'avance, d'organiser des colloques sur place. L'accès à la foire sera limité aux gens d'affaires pendant les deux premières journées, puis elle sera ouverte au public (à noter que les ventes sont permises pendant les « journées publiques »). Il est possible d'y obtenir un stand à titre gracieux.

À Fukuoka comme à Kitakyushu, la Japan External Trade Organization (JETRO) possède des centres de services aux entreprises qui offrent gratuitement et sur une base temporaire des locaux aux entreprises étrangères. Ces centres comptent des employés bien informés qui peuvent fournir des renseignements précis sur le marché japonais et aider les gens d'affaires étrangers à exporter leurs produits à Kyushu ou à s'y établir.

Dans un prochain article, nous examinerons certains facteurs qui font de Kyushu un marché intéressant pour les entreprises canadiennes.

Pour plus d'information sur les foires commerciales et les débouchés offerts sur ce marché, communiquer avec M^{me} Josiane Simon, consul et déléguée commerciale, consulat du Canada à Fukuoka, tél. : (011-81-092) 752-6055, téléc. : (011-81-092) 752-6077, courriel : josiane.simon@dfait-maeci.gc.ca ✪