

domaine des instruments de recherche et autres types d'instruments. Comme la plupart des entreprises qui utilisent ce genre d'instruments sont petites, elles recherchent de l'équipement à usage multiple.

Besoins de l'industrie. Il importe de rechercher et de déterminer les besoins particuliers de certains secteurs du marché japonais et de s'efforcer de combler ces besoins. Toyama Diving Services, par exemple, a décelé un besoin dans l'industrie et l'a satisfait avec succès en offrant le Scuba Phone d'Orcatron. Après avoir mené des recherches, la société a découvert que l'Agence japonaise de défense était à la recherche de nouvel équipement afin de remplacer son système de communication sous-marin sans fil devenu désuet.

De plus, il est très important d'être disposé et en mesure d'adapter et de modifier le matériel afin de répondre aux besoins particuliers d'un client.

Formation. La formation du personnel appelé à utiliser et à entretenir le matériel est indispensable. Par exemple, Toyama Diving Services a envoyé une équipe chez International Hard Suits (IHS) du Canada suivre un stage de formation de plusieurs mois. De même, des ingénieurs d'IHS ont séjourné plusieurs mois au Japon afin d'effectuer des essais et de donner des cours de formation.

Rapidité de livraison et délais. Les importateurs japonais accordent beaucoup d'importance à la rapidité de livraison et aux délais. Ils estiment que les entreprises canadiennes présentent des lacunes à cet égard.

L'un des principaux facteurs qui gênent les relations d'affaires avec les entreprises japonaises est la notion du temps. De façon générale, dès qu'elles ont conclu un contrat avec une entreprise étrangère, elles s'attendent à ce que toutes leurs demandes soient comblées sur-le-champ et éprouvent de la difficulté à accepter les délais qui peuvent sembler normaux aux Occidentaux.

7 Résumé : Débouchés offerts aux fabricants canadiens

Le développement de l'industrie océanologique et les efforts du Japon pour exploiter les ressources marines se poursuivront au cours de la prochaine décennie. Ainsi, le matériel et la nouvelle technologie seront en demande auprès des entreprises, des instituts et des organismes de développement et autres organisations connexes.

De plus, comme la force du yen semble se maintenir, on peut s'attendre à une augmentation du volume des importations de matériel marin.

Toutefois, bien que ces conditions soient encourageantes, le marché japonais du matériel marin ne réussira pas à se départir de son statut de «créneau». Une part importante du matériel acheté sera fabriqué sur commande ou selon les spécifications des utilisateurs. Comme le matériel sera produit en petites quantités, les économies d'échelle seront nulles.

Évaluation des débouchés

On donne ci-dessous une évaluation des chances (bonnes, assez bonnes ou limitées) qu'ont les fabricants canadiens de matériel marin de percer le marché japonais. Cette évaluation se fonde sur les opinions recueillies lors de la préparation du présent rapport.

• Submersibles	bonnes
• Instruments	assez bonnes
• Systèmes de communication et de soutien pour les plongeurs	bonnes

Conseils pratiques

L'industrie océanologique offre aux entreprises canadiennes la possibilité de se tailler une part plus grande de ce marché. Les quelques conseils qui suivent devraient leur faciliter la tâche.

Solides relations personnelles. Il importe d'entretenir de bonnes relations à long terme avec les agents importateurs. L'établissement de telles relations nécessitera sans doute plus de temps avec les entreprises japonaises qu'avec les entreprises occidentales, surtout dans le secteur du matériel marin. L'industrie japonaise du matériel marin a toujours accordé une grande importance aux relations interpersonnelles, et l'on ne prévoit pas que cette situation changera.

Ventes et commercialisation concertées.

L'exportateur et l'agent importateur doivent tous deux participer aux activités de commercialisation et de ventes auprès des clients potentiels. La tâche de l'exportateur doit consister principalement dans l'organisation de séminaires de promotion et de vente à l'intention des utilisateurs. De telles activités conjointes facilitent l'établissement de bonnes relations entre les deux parties et permettent d'offrir un service soutenu aux clients.

Information à jour. Les exportateurs canadiens de matériel marin doivent constamment informer les