

participants canadiens d'avoir lieu à un moment difficile (à peu près à la même époque que les salons de la CSGA, de l'IPSO, de la NSIA, de la SIA et de Tokyo) et de manquer d'espace convenable pour un stand national. Si l'on peut régler ce problème du stand, nous n'hésiterons pas à recommander aux Canadiens d'y participer.

6. Outdoor Retailer Expo West, Reno, août.

Cette foire extrêmement attrayante a pris rapidement de l'ampleur pour devenir un grand salon d'excellente réputation. Elle compte quelque 500 exposants. Les acheteurs canadiens aussi bien que les exposants canadiens y ont découvert une manifestation extrêmement efficace. Nous l'avons portée sur notre liste car il s'agit d'un salon du camping et des activités de plein air, domaine où les Canadiens sont très concurrentiels, du moins dans certains segments.

7. Sport Japon, Tokyo, septembre.

Le Japon est le troisième marché de l'industrie canadienne après les États-Unis et l'Europe de l'Ouest. Toutefois, les exportations canadiennes sur ce marché ont été jusqu'à présent surtout limitées à des patins, de l'équipement de hockey et certains articles de vêtements d'extérieur. Il est essentiel de trouver des produits fabriqués au Canada qui permettent d'élargir la gamme des produits actuellement expédiés au Japon. La foire des articles de sport de Tokyo, qui a lieu en février, s'est révélée utile pour appuyer les exportations canadiennes au Japon. Toutefois, les produits canadiens présentés à Tokyo le sont en général par l'intermédiaire d'agents et comprennent surtout les produits actuellement exportés au Japon. Le Salon Sport Japon, bien que relativement récent, est parrainé par la Fédération des industries sportives du Japon et semble bien financé et appuyé par l'industrie japonaise.

8. Exposition solo des articles de sport, Japon.