

Selon le magazine *Kazi*, les facteurs influençant la décision de l'acheteur sont, dans l'ordre : le prix, les dimensions, la facilité de manoeuvre, le confort intérieur, la vitesse, la durabilité, le moteur et l'entretien. Les acheteurs sont surtout influencés par les articles et la publicité dans les magazines, ensuite par les recommandations d'amis et de concessionnaires.

Les possibilités d'inspecter le modèle choisi ou même d'en voir un avant d'acheter sont très minces au Japon car il y a peu de salons de nautisme et les concessionnaires n'ont pas suffisamment d'espace de montre. En 1988, plus de 500 types de bateaux étaient offerts aux acheteurs, dont 88 nouveaux modèles.

Les magazines et la documentation sur les produits sont la principale source de renseignements de la plupart des amateurs de plaisance. La publicité dans les magazines ne donne pas de renseignements détaillés, mais elle crée une impression du produit. Les dépliants des fabricants, remplis de photos, de données détaillées et de statistiques, font partie de la vente sous pression. Les acheteurs éventuels consultent également les concessionnaires au sujet de la fiabilité et de l'entretien d'un modèle particulier.

Runabouts. Les acheteurs de *runabout* sont essentiellement ceux qui achètent leur premier canot automobile (90 %) et ceux qui achètent une deuxième embarcation. La personne qui en est à l'achat de son premier bateau considère le prix, la ligne et la facilité de fonctionnement (y compris l'entretien et le service). La personne qui achète une deuxième embarcation a beaucoup plus de connaissances des bateaux et elle s'intéresse à la performance du moteur et à l'image.

Bateaux pour la pêche sportive. Cette catégorie offre le plus grand choix de canots automobiles et attire 80 % des amateurs de ce sport. Les pêcheurs achètent en fonction du prix, ensuite de la facilité de réparation et des frais d'entretien. La ligne n'est pas importante.

Vedettes de croisière sportive. Ce type de bateau n'est pas très recherché au Japon. Les acheteurs recherchent d'abord la performance, puis la ligne et ensuite la marque. Une performance à haute vitesse dans les vagues est importante en raison des eaux agitées entourant le Japon.

Vedettes de croisière à pont volant (*fly bridge*). Cette vedette gagne rapidement de la popularité au Japon, en particulier auprès des entreprises. Dans ce marché, les facteurs qui font vendre sont les dimensions, le confort dans l'aire d'habitation et l'image. Le prix est secondaire.

Marché des bateaux d'occasion

Le marché des bateaux d'occasion est petit au Japon pour les raisons suivantes :

- il y a trop peu de bateaux ;
- les concessionnaires préfèrent vendre des bateaux neufs en raison de leur marge bénéficiaire élevée ;
- les filières de distribution sont médiocres à cause du manque de coopération des concessionnaires ;
- il n'y a pas de garantie ni de règles pour les réparations ;
- la plupart des acheteurs ne peuvent pas faire la distinction entre un bon bateau d'occasion et un mauvais ;
- il n'y a pas d'évaluateurs professionnels des bateaux d'occasion ;
- les produits d'occasion en général ne plaisent pas aux Japonais ; et
- les sociétés préfèrent acheter des bateaux neufs.

Ventes de moteurs

Les moteurs japonais les plus en vogue sont faits par Yamaha, Nissan et Yanmar. Les points forts des fabricants japonais sont le prix, le service et les ventes. En 1988, le Japon a exporté plus de 370 000 moteurs hors bord évalués à 57,6 millions de yens (524 millions de dollars).

En 1988, les ventes au détail totales de moteurs étrangers ont atteint trois milliards de yens (27,3 millions de dollars). Selon le type, quelque 40 % étaient des moteurs internes (une augmentation de 37 % par rapport à 1987) ; 46 % étaient des moteurs hors bord et internes (37 % de plus qu'en 1987) ; et 14 % des moteurs hors bord (une augmentation de 44 % par rapport à 1987). Le constructeur de moteurs étranger le plus apprécié est Volvo, suivi de Mercruiser et d'OMC. Les moteurs Volvo, connus pour leur durabilité, leur fiabilité et leur puissance, sont distribués par Sibu Marine Ltd., qui possède de nombreux points de vente.

La tendance dans les moteurs comme dans les bateaux est de les faire plus puissants et de les améliorer. Une croissance des ventes de 15 à 20 % devrait se maintenir pendant 3 à 5 ans.