

Près de 70 % des importations japonaises se font par l'entremise de sociétés commerciales japonaises, mais leurs compétences sont axées sur l'importation de matières premières et de denrées destinées à l'industrie. À titre d'exportateur de produits manufacturés, les principales sociétés commerciales jouent un rôle essentiel dans l'économie du Japon. Elles recueillent et diffusent toute une gamme de renseignements d'ordre commercial; elles servent d'intermédiaires au réseau complexe d'organismes de financement industriel du Japon; elles sont très dynamiques sur les marchés intérieurs; et, enfin, elles sont de plus en plus actives dans la planification et la gestion de grands projets industriels à l'étranger. Ces sociétés s'occupent d'une vaste gamme de produits, veillent au déroulement normal de toutes les étapes de l'importation, y compris l'assurance, l'entreposage, le transport, la distribution complète et les services après vente.

Les neuf plus grandes sociétés commerciales exploitent un réseau de bureaux à l'étranger; les exportateurs canadiens peuvent communiquer avec ces maisons par l'entremise de leurs bureaux au Canada. La Fédération des manufacturiers canadiens au Japon, que nous présentons plus loin, peut également aider les exportateurs.

Correspondance et documentation commerciales

L'anglais étant la langue commerciale employée par les Japonais à l'étranger, la correspondance dans cette langue est acceptable; cependant, elle peut entraîner des retards et des malentendus. Quoi qu'il en soit, la correspondance remplace mal des visites fréquentes. Lorsqu'il y a entente commerciale, la documentation doit être traduite. Normalement, l'importateur japonais peut se charger de cette formalité ou aider à la respecter.

Publicité et promotion

Pour être efficace, la publicité faite au Japon doit être rédigée en japonais. Les sociétés nipponnes utilisent de plus en plus la télévision, la presse, la radio, le cinéma, les enseignes au néon et les panneaux publicitaires comme moyens de publicité, surtout pour les biens de consommation. La publicité peut être extrêmement coûteuse pour une société qui pénètre le marché pour la