

marché se développe rapidement, le nombre des utilisateurs s'étant récemment accru de 180 p. 100 par année. La productivité accrue, le réseautage, la bureautique et le partage des sources d'information sont les principaux facteurs de cette nouvelle tendance. Les architectures ouvertes telles Windows 95, suscitent un grand intérêt chez les acheteurs japonais. Cette tendance devrait se traduire par des ventes considérables de logiciels en 1996 et les années subséquentes.

Les télécommunications

Le marché japonais des télécommunications est très vaste et évolué. En 1994, la valeur du marché de l'équipement de télécommunications excédait 31 milliards de dollars canadiens. Selon des estimations gouvernementales, les investissements que l'on prévoit injecter dans les infrastructures en 1996 dans le but d'installer des réseaux à fibres optiques dépasseront les 6,8 milliards de dollars canadiens; en 1994, le transporteur national, Nippon Telephone and Telegraph (NTT), affichait déjà des produits d'exploitation supérieurs à 93 milliards de dollars canadiens. Par comparaison, en 1994, les produits d'exploitation des sept sociétés holding régionales (« bébés Bell ») aux États-Unis se sont élevés à 110 milliards de dollars canadiens, et les produits d'exploitation de Bell Canada se sont chiffrés à 8,3 milliards de dollars canadiens. Mis à part les États-Unis, le Japon constitue le marché des télécommunications le plus grand et le plus évolué au monde, et les débouchés sont innombrables pour les entreprises canadiennes, particulièrement à la lumière de la déréglementation et de la concurrence intensifiée entre nouveaux fournisseurs de systèmes de communications. En général, les pressions intérieures et internationales accrues qui s'exercent en

faveur de la déréglementation ne peuvent qu'améliorer la croissance de ce marché.

Par ailleurs, les marchés japonais relativement sous-développés des services d'Internet et de télédistribution connaissent une forte croissance. En mars 1996, le ministère japonais des Postes et des Télécommunications a annoncé que le nombre des abonnés à la télédistribution étaient en hausse de 800 000 par rapport à l'année précédente. On compte à l'heure actuelle 11,2 millions de ménages qui bénéficient de la télédistribution au Japon, c'est-à-dire 26,9 p. 100 du total des foyers capables de recevoir la télédistribution. En mars 1996, on dénombrait 160 sociétés exploitant 169 stations de distribution. On prévoit que d'ici mars 1997, 800 000 autres foyers seront abonnés au service de télédistribution.

L'essor du secteur des services de télécommunications, tels que le soutien à l'intégration des systèmes pour les produits japonais destinés au marché nord-américain, donne aux entreprises canadiennes l'occasion de conclure des alliances stratégiques qui, à leur tour, amélioreront leurs possibilités de participation à de grands projets au Japon et dans des pays tiers.

Les débouchés pour les produits et services canadiens croissent à mesure qu'augmente la participation jusque-là réduite des entreprises de télécommunications étrangères au Japon et que la NTT, la société nationale de téléphone, termine la numérisation de ses dispositifs de commutation. D'autres possibilités s'offrent aux fournisseurs de matériel, aux intégrateurs de systèmes et aux fournisseurs de services canadiens sur le marché japonais, en raison d'une tendance à la prestation de services internationaux exploitables en intégration entre les entreprises de télécommunications.