

certaines produits de menuiserie, notamment les escaliers, les lambris et les moulures, s'est vu diminuer au profit des plaques de bois et de contreplaqué, considérées comme plus faciles à utiliser, moins exigeantes en termes de réparation et d'entretien et correspondant mieux à la demande japonaise en termes de qualité, de variété et d'uniformité des produits.

Par conséquent, les exportateurs canadiens de produits en bois massif devront créer une stratégie de commercialisation pour faire connaître les avantages du bois massif aux architectes et aux entrepreneurs. Ils devront également créer un bon service après-vente, et formuler des programmes de forma-

tion concernant l'utilisation des produits en bois massif.

Pour obtenir d'autres renseignements sur les débouchés offerts au Japon pour les exportateurs de produits de menuiserie, on peut consulter l'étude intitulée *Débouchés à l'exportation au Japon - Le marché des produits de menuiserie*. Publiée le 24 mai, à l'occasion de la réunion du Bureau des bois massifs des Associations des exploitants forestiers canadiens, à Sherbrooke (Québec), cette étude fait partie d'une série d'ouvrages sur le Japon publiée par Affaires extérieures et commerce extérieur Canada (AECEC). (Voir la section Publications, page 16.)

Industries de services

LE TOURISME ANTILLAIS : UN MARCHÉ FLORISSANT

Au cours d'une étude commandée par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), on a repéré, dans le tourisme antillais, une foule de débouchés qui pourraient intéresser les fournisseurs canadiens.

Cette étude consacrée aux méthodes de commercialisation et aux débouchés de seize îles/États des Antilles révèle des profils d'expansion prometteurs.

Dans l'ensemble du secteur touristique antillais, on constate une activité florissante dans le domaine de l'extension et de la restauration des villégiatures, des hôtels, des appartements et des villas.

Les spécialistes évaluent les investissements éventuels dans les nouvelles installations et les programmes de restauration à 1,49 milliard de dollars canadiens!

D'après l'étude, cette somme se répartit de la façon suivante, selon les secteurs visés par les fournisseurs de l'industrie touristique. (en millions de dollars canadiens) :

Construction : 523,9 \$
Ameublement des chambres : 64,5 \$
Équipements de restaurant : 21,1 \$
Ordinateurs et téléphones : 21,8 \$
Verrerie, faïence, lingerie : 13,4 \$
Équipements de blanchisserie : 3,9 \$
Équipements de cuisine : 25 \$

En outre, on a dressé une grande liste de projets d'infrastructure, notamment

: construction d'aéroports, d'installations pour croisières et marinas; et restauration de quartiers commerciaux situés au bord de la mer.

Autres conclusions :

- Six États ont pris la tête de cette expansion : la Jamaïque, les Îles Caïman, St Martin, la République dominicaine, Cuba et Aruba.

- Certaines îles/États ont l'intention d'entreprendre immédiatement, à partir de zéro, des projets de développement touristique. Or, ces projets offrent aux fournisseurs canadiens une occasion idéale de commencer au tout début.

- La plupart des pays antillais possèdent déjà un programme d'encouragement à l'investissement dans l'industrie touristique.

- Compte tenu des différences entre les îles/États, l'ensemble des prix de location hors saison est en hausse, ce qui est également un facteur d'expansion.

- La croissance continue du secteur touristique antillais a accentué la fragmentation du marché. Les débouchés sont plus variés et les établissements mieux adaptés aux désirs personnels des clients (exemples : hôtels et lieux de séjour pourvus d'un centre de conditionnement physique; établissements conçus pour les réunions d'affaires et les conférences; très grandes stations touristiques; hôtels pourvus de boutiques; et maisons offrant la chambre et le petit

déjeuner).

- En outre, on réclame plus de spécialistes dans les services informatiques, l'organisation hôtelière, l'ingénierie, et la consultation dans les domaines de la gestion et de la comptabilité.

Cette croissance et ce développement soutenus font du secteur touristique antillais un marché attrayant pour nos entreprises; car ces îles doivent se procurer des quantités de matériels à l'extérieur. Or, ce facteur, combiné avec l'obligation d'acheter des biens et des services de plus en plus variés, offre aux gens d'affaires des possibilités de plus en plus stimulantes et lucratives.

Cependant, les exportateurs doivent être fermement décidés à nouer des contacts dans la région et à bien desservir le marché.

Pour obtenir d'autres renseignements sur ces débouchés, communiquer, à l'AECEC, avec : R. Rutherford, Direction de l'expansion du commerce aux Antilles et en Amérique centrale (LCT), 125, prom. Sussex, Ottawa KIA 0G2. Tél. : (613) 996-3877. Télécopieur : (613) 996-0677.

MISE A JOUR

Ouverture du Bureau de coopération commerciale caraïbo-canadienne

Les pays des Caraïbes offrent de nombreux débouchés.

Afin d'aider les entreprises canadiennes à mieux tirer parti des occasions d'affaires qu'offre ce marché important, le Bureau de coopération commerciale caraïbo-canadien vient d'être mis sur pied.

Le Bureau vise à promouvoir l'établissement de relations industrielles durables entre les milieux d'affaires canadiens et caraïbes au moyen d'entreprises conjointes, investissements, transferts de technologie, formation, production sous licence, franchissage, et autres formes de coopération.

Pratiquement tous les secteurs d'affaires et, en particulier, ceux de la fabrication, peuvent présenter des demandes d'aide.

Créé et géré par l'Association des exportateurs canadiens (AEC), le Bureau sera dirigé par un comité consultatif composé de représentants des mi-