

instruments à radiations et les instruments à mesure électrique pour les applications médicales. La gamme des produits est très vaste puisqu'on y trouve aussi bien des compteurs miniaturisés servant pour les appareils stéréophoniques que des appareils à mesurer pour les aciéries géantes, les usines chimiques et les installations nucléaires. Le groupe des instruments électroniques coiffe davantage des systèmes d'instrumentation sophistiqués que des appareils de mesure précis.

Les importations jouent un rôle important dans ce secteur de l'industrie. De 15 à 23 % du marché intérieur est approvisionné en importations dans des domaines comme celui de l'instrumentation électronique pour le matériel de mesure, de vérification, d'analyse ou de contrôle automatique, de transformation et de contrôle, le matériel de vérification et de mesure et les compteurs.

La Japan Electrical Measuring Instrument Manufacturers Association (Association japonaise des fabricants d'instruments de mesure électriques) s'inquiète des projections contenues dans le rapport de l'Agence de planification économique qui traite du nouveau plan économique et social de sept ans pour la période de 1978 à 1985. Celles-ci se traduiraient par une croissance plus lente des investissements en usines et en matériel qu'au cours de la seconde moitié des années 70. Cela aurait un effet direct sur la production d'instruments, qui pourrait être néfaste aux importations, surtout si le marché croît à un taux plus lent que celui prévu au départ. L'industrie locale serait alors en effet le principal concurrent qui empêcherait l'augmentation de la pénétration des importations.

Étant donné la haute spécialisation de bon nombre des produits de ce sous-secteur du marché, il semble qu'il y ait surtout deux canaux de distribution qu'on utilise pour acheminer les produits importés jusqu'au consommateur. Dans le cas des produits hautement spécialisés et qui intéressent un petit segment du marché, la plupart des entreprises étrangères ont eu tendance à avoir recours à de petites agences spécialisées pour s'occuper de leurs produits. Ces agences peuvent alors consacrer le temps nécessaire aux relations avec une clientèle choisie. Par contre, les entreprises dont les produits peuvent avoir une plus grande diffusion semblent avoir recours à un importateur ou à un distributeur à l'échelle nationale.