

sur ce marché. On a l'intention d'inciter le Canadian Carpet Institute (CCI) à poursuivre l'organisation de ces expositions annuelles de tapis canadiens au Japon, ce qui permet d'offrir un service aux distributeurs et de présenter de nouveaux produits aux acheteurs japonais. De plus, on prévoit s'adonner aux activités suivantes de développement des marchés au cours des deux ou trois années à venir.

- i) Le quatrième salon consacré aux tapis à Osaka en 1982 ou 1983 sera suivi, annuellement, d'autres expositions de même importance où on souhaite obtenir la participation et l'aide du CCI. (DOJ/TCP)
- ii) On encouragera la création de liens entre les constructeurs de maisons, les fabricants de meubles d'intérieur et de tapis pour qu'ils participent à des programmes de publicité conjoints (dans les principaux journaux japonais spécialisés) pour promouvoir l'ensemble des biens de consommation du Canada. (Ambassade/TCP/RIB)
- iii) On incitera les importateurs et les distributeurs japonais à visiter les stands canadiens aux grandes expositions internationales de recouvrement de planchers. (Ambassade/TCP)

Pour de plus amples renseignements sur les revêtements de plancher, veuillez contacter la Direction des textiles et des produits de consommation au MEIR (voir p. 280).

10b. Produits industriels

Produits pour les soins de la santé

Possibilités

Le marché total des produits des soins de la santé au Japon est énorme, puisqu'on estime que le marché du matériel médical, des approvisionnements et des produits pharmaceutiques atteint 23 milliards de dollars. Les produits importés représentent environ 25 % du marché. Etant donné l'évolution prévue de la démographie japonaise, la demande à long terme pour les produits en soins de la santé devrait être très élevée. (En 2020, le Japon sera le pays qui aura la plus haute proportion de personnes âgées au monde.)