

Il est certain que le Japon continuera à être un grand marché, de plus en plus important, et qu'il verra dans le Canada un fournisseur fiable à long terme de produits agricoles, de poisson et de produits alimentaires.

#### Développement du marché

Au cours des dernières années, les activités de développement du marché au Japon, pour les produits de base, ont surtout porté sur la fourniture de données techniques, sur le développement de produits (en particulier l'huile de colza), en plus des missions et d'autres efforts conçus pour améliorer la connaissance des produits canadiens et de la capacité d'approvisionnement de notre pays. Dans le domaine des aliments transformés, les efforts ont porté sur l'implantation d'entreprises canadiennes sur le marché japonais en les aidant à trouver des agents, à commencer à vendre et à promouvoir les ventes, grâce à des activités conçues pour inciter les consommateurs à acheter des produits canadiens. Ces activités ont pris diverses formes:

- voyages d'identification de marchés par des entreprises canadiennes;
- missions: ministérielles, techniques, de vente et d'achat;
- promotions dans les magasins: expositions alimentaires canadiennes;
- séminaires: techniques et sur le marché;
- expositions: expositions commerciales mettant en vedette un groupe donné de produits (par exemple les produits du poisson).

En plus de ces activités directes de promotion, les entreprises canadiennes disposent de services-conseils qui les aident à comprendre les mécanismes du marché japonais pour leur en faciliter l'accès. Les politiques protectionnistes japonaises, avec un système de distribution relativement complexe, ont eu tendance à décourager les entreprises voulant vendre au Japon. L'Ambassade du Canada à Tokyo informe les entreprises sur la réglementation et les aide dans leurs efforts de commercialisation pour atteindre leurs objectifs de vente. Le gouvernement fédéral essaie de minimiser les conséquences négatives de la réglementation japonaise en tentant d'obtenir sa réduction ou son élimination grâce à des rencontres informelles régulières portant sur des problèmes précis.

Les objectifs du Canada en ce domaine sont de faire concurrence aux autres pays fournisseurs, de récupérer une part de marché pour divers produits et de la conserver. Il s'agit donc de participer pleinement à cet important