

Pour favoriser les objectifs canadiens sur le marché japonais, il faut éclairer la connaissance que les entreprises canadiennes ont des possibilités de ce marché, augmenter le nombre d'entreprises canadiennes exportant au Japon et développer une infrastructure pour les aider à s'implanter dans ce pays. Ces entreprises doivent évaluer attentivement la demande de ce marché en fonction de leur propre capacité, de leurs ressources et de leur aptitude à assurer leur présence à long terme sur ce marché. Au cours des deux années à venir, on s'adonnera aux activités de promotion suivantes.

- i) Organisation de missions au Japon, avec la participation de 10 à 12 compagnies capables d'exporter, pour leur faire mieux connaître le marché japonais (c'est-à-dire les méthodes d'achat, la structure du commerce de détail et la demande pour le produit). (Ambassade/DOJ/TCP)
- ii) Des expositions consacrées uniquement à la fourrure devraient se tenir à différents endroits au Japon et accueillir de 10 à 12 exposants. (Ambassade/TCP)
- iii) Davantage d'acheteurs japonais devraient être incités à visiter les expositions auxquelles participent une délégation canadienne importante, comme celles de Francfort et de New York. (Ambassade/TCP)
- iv) Etudier la possibilité d'organiser un consortium pour promouvoir les produits canadiens, identifier les possibilités du marché, servir de contact avec les détaillants, fournir des renseignements sur le crédit et organiser des expositions commerciales. La réalisation de cette possibilité dépend largement de l'aptitude du ministère de convaincre l'industrie à travailler de façon collective. (TCP)
- v) Pour améliorer la connaissance et la prise de conscience que l'industrie a des possibilités du marché japonais, il faudrait préparer des publications ainsi que des séminaires expliquant ce qu'est le marché japonais. (TCP)

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

Articles et vêtements de sport

Possibilités

Le marché japonais des articles de sport et de loisir a augmenté sensiblement depuis 1973. La réduction de la semaine de travail et l'augmentation des revenus se sont