

près au marché japonais. Le CCC a accueilli une première exposition de tapis en octobre 1979. Les expositions suivantes au CCC se sont également déplacées à Osaka, en octobre 1980 et 1981, et ont ainsi permis à cinq exportateurs d'embarquer sur le marché. Les ventes sont passées de 670 000 en 1979 à 1,3 million de dollars en 1981.

Il a fallu trois ans pour monter des équipes de commercialisation qui s'occupent bien des produits des entreprises individuelles. On peut s'attendre à ce que le volume annuel de vente des entreprises établies augmente, en autant qu'elles passent des contrats réguliers et assurent le service aux distributeurs individuels.

#### Commentaires sur le marché

On avait espéré que les exportations de tapis au Japon pourraient atteindre la valeur de 5 millions de dollars à partir du moment de la présentation des produits canadiens aux expositions du CCC. Les ventes ne se sont pas produites à ce rythme car les coûts en temps et en promotion sur le marché japonais étaient plus élevés que les bénéfices qu'il était possible de retirer sur d'autres marchés. Le marché japonais n'a pas accepté totalement le concept du tapis mur à mur, préférant ne couvrir que certaines zones du plancher. Les ventes de tapis étant liées avec l'acceptation au Japon d'un mode de logement occidental, il faut favoriser des liens plus étroits au Canada entre les exportateurs canadiens de tapis et de revêtements de sol et des organismes comme le Council of Forest Industries de Colombie-Britannique.

Même si les autorités japonaises imposent des tests d'inflammabilité très rigoureux pour les planchers et les revêtements de sol, ceux-ci n'ont pas freiné l'arrivée des produits canadiens qui ont pu satisfaire à ces tests.

#### Concurrence

Les principaux concurrents du Canada au Japon sont les États-Unis, avec 50 % du marché, le Royaume-Uni et la Chine, qui accaparent le reste. Les concurrents américains et les fabricants japonais offrent des produits qui se ressemblent à des prix inférieurs à ceux des entreprises canadiennes.

#### Plan d'action \* (Pour les contacts, voir l'annexe II)

L'implication du gouvernement dans des activités de promotion pour ce sous-secteur au Japon, au cours des quatre dernières années, a permis à l'industrie de mettre un pied

---

\* À moins d'indication contraire, on tiendra pour acquis que les activités ou les événements décrits sont en cours.