

Les dinghies se divisent également entre les embarcations pour une personne et les embarcations plus grandes. Environ 80 % des dinghies sont des embarcations monocoques. Les dinghies de classe nationale fabriqués au Japon accaparent 80 % du marché; les dinghies de classe internationale forment le reste. Soixante-dix pour cent des embarcations de classe internationale sont utilisés pour la compétition.

En vieillissant et en s'enrichissant, les propriétaires de dinghies ont tendance à acheter des yachts de croisière. Cette tendance est favorisée par l'augmentation du pouvoir d'achat découlant de la croissance de l'économie japonaise.

Yachts de croisière

En 1988, le Japon comptait environ 10 000 yachts de croisière. L'essor du marché est limité par le manque de marinas, les coûts d'entretien élevés, les frais d'amarrage exorbitants et la pénurie d'équipages qualifiés.

Tokyo et Osaka sont les centres de la navigation à voile du Japon. Il y a beaucoup plus de yachts de croisière à Osaka en raison de ses ports naturels et de la proximité de la mer intérieure.

Voile de compétition

Trente-huit grandes courses de dinghies ont lieu chaque année au Japon, mais la popularité de ce sport est à la baisse. Le yachting de compétition, pour sa part, est devenu très à la mode malgré qu'il soit très coûteux.

Perspectives pour les constructeurs canadiens

Le marché des grands yachts de haute qualité est excellent à court et à long termes. Les perspectives pour les prochaines années se trouvent compliquées par la profusion de constructeurs dans le monde et le manque d'espace d'amarrage. Les constructeurs canadiens doivent offrir une qualité nettement supérieure pour pouvoir s'imposer.

La réussite passe par un effort constant et patient : collaboration avec les promoteurs de marinas, participation aux salons des sports nautiques et mise en oeuvre d'une campagne de vente appuyée. Encourager la formation d'une association est un bon instrument de promotion.

Les dinghies, à l'exception des modèles de course spéciaux, n'offrent que des possibilités limitées.

Figure 2

Marges commerciales types — dinghies

