

## KANSAI — Suite de la page 5

de plus en plus complexes et son attitude beaucoup plus favorable à l'égard des produits importés, nos entreprises s'aperçoivent bien vite qu'une représentation locale est essentielle dans ce pays — notamment s'il s'agit de produits destinés à la consommation.

Or, la représentation régionale n'est nulle part aussi importante qu'à Osaka, le deuxième centre commercial et financier du pays.

Osaka était autrefois le premier centre commercial du Japon; cette ville a dominé le commerce du pays jusqu'à ce que Tokyo lui ravisse la première place au cours de ce siècle. Les habitants d'Osaka sont encore extrêmement fiers de leur héritage commercial et regrettent vivement la perte de leur prépondérance au bénéfice de Tokyo. Ils sont extrêmement fiers du fait que leur ville est considérée comme la "cité des marchands", et se considèrent comme les véritables entrepreneurs du Japon.

Avec près de 9 millions d'habitants, Osaka est la première ville d'une région située au centre-ouest du Japon : le Kansai. Cette région comprend également, au voisinage d'Osaka, les villes de Kobé, Kyoto et Nara, dont l'ensemble constitue une mégapole.

Le Kansai n'est pas plus vaste que la vallée du Fraser en Colombie-Britannique, mais il est presque aussi peuplé que le Canada tout entier. En outre, il représente un cinquième de l'économie japonaise et deux pour cent du produit national brut (PNB) du monde entier.

Quant à la ville d'Osaka proprement dite, elle possède la troisième des bourses de valeur du monde, et abrite les sièges sociaux de 30 des sociétés mondiales les plus importantes et les plus renommées, parmi lesquelles

Sumitomo, Suntory, Matsushita, Sanyo, Sharp et Minolta.

Lorsqu'il sera inauguré, en 1993, le nouvel aéroport international du Kansai desservira des liaisons directes avec des villes canadiennes, stimulant ainsi davantage les nouvelles entreprises auxquelles participeront le Canada et cette importante région du Japon. En outre, les Canadiens sont en train de découvrir que la prospérité des Osakans repose sur le commerce, et qu'il y a là d'excellents débouchés pour nos entreprises.

Les articles canadiens les plus vendus au Kansai comprennent les aliments transformés et les boissons, et les produits de construction. Il y a aussi d'excellentes perspectives dans plusieurs autres secteurs, dont beaucoup pourront être étudiés au cours des prochains événements liés au commerce.

En octobre, par exemple, le Canada participera à la Deuxième foire mondiale de la mode qui aura lieu à Osaka. Cet événement offrira aux fabricants de vêtements canadiens une excellente occasion de trouver des agents japonais pour écouler leurs produits.

En novembre, un grand nombre d'entreprises canadiennes participeront, avec le Consulat général, à l'exposition Techno Océan '90 à l'île Portopia de Kobé. Cette exposition est la plus grande exposition commerciale consacrée aux technologies sous-marines et extracôtières.

En mars prochain, le Consulat général présentera également la Sixième exposition alimentaire canadienne à Osaka.

Le personnel du Consulat canadien à Osaka a récemment préparé un guide pratique essentiellement conçu pour aider nos entrepreneurs à tirer le meilleur

parti de ces voyages commerciaux au Kansai.

Cet ouvrage, intitulé *Marchés régionaux : Osaka et le Kansai* est une somme de renseignements utiles qui offre des tuyaux et des conseils sur la façon de préparer un voyage d'affaires au Kansai; sur les attitudes et les comportements qu'on attend des gens d'affaires dans cette région, et sur les formalités à observer lorsqu'on est de retour au Canada. Pour les nouveaux venus au Japon, le guide fournit plusieurs sources de renseignements; il indique les possibilités offertes par certains hôtels de la région, les coûts normaux des opérations commerciales au Kansai, et ce qu'il en coûte pour recevoir des clients ou embaucher un interprète. On y explique également comment utiliser les services de notre délégué commercial de l'endroit.

Même les voyageurs de commerce chevronnés qui se rendent au Japon auront intérêt à emporter ce document qui les renseignera sur les occasions où ils auront besoin du numéro de téléphone d'un avocat qui parle anglais, ou sur la façon d'obtenir rapidement les services d'un interprète, ou encore sur la manière la plus rapide d'envoyer un texte par télécopieur.

Pour obtenir gratuitement un exemplaire de l'ouvrage intitulé *Marchés régionaux : Osaka et le Kansai*, communiquer, à Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, avec Info Export. Tél. (numéro gratuit) 1-800-267-8376 (région d'Ottawa: 993-64350. Télécopieur : (613) 996-9709.

Pour d'autres renseignements sur le Kansai, communiquer, à AECEC, avec la Direction de l'expansion du commerce au Japon (PNJ), 125 Promenade Sussex, Ottawa KIA 0G2. Tél. : (613) 995-1281.

## Débouchés à l'exportation sur le marché japonais des équipements de transformation des aliments

Les importations japonaises de machines de transformation des aliments ont été évaluées à quelque 11,5 millions de yens en 1988.

Or, suite à une étude commandée par la Direction de l'expansion du Commerce au Japon (PNJ) d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), nos exportateurs ont maintenant l'occasion d'exploiter ce marché en pleine croissance.

Cette étude intitulée *Débouchés offerts par le marché japonais des équipements de transformation des aliments*, indique que le Japon offre un marché dynamique et très compétitif pour les équipements de transformation des viandes, du poisson, pour les aliments cuits et pour les équipements destinés à l'alimentation rapide. Le Japon favorise le commerce : il n'y a pas de barrières commerciales officielles; certains

droits de douane ont été supprimés; et l'on a rendu compatibles les normes nord-américaines et les normes japonaises.

L'étude fait état d'excellents débouchés quant aux franchises d'origine nord-américaine dans le domaine de l'alimentation rapide, car la plupart des appareils spécialisés sont importés. En outre, le jambon et les saucisses de

*Suite à la page 7 — TRANSFORMATION*