

Les fabricants canadiens de matériel médical doivent donc apporter un très grand soin à la sélection de représentants qualifiés des ventes au Japon. Ces représentants ne devraient pas se contenter d'avoir de bonnes installations de service et un réseau de vente étendu avec beaucoup de contacts dans les hôpitaux et les cliniques, mais aussi posséder de l'expérience sur la façon d'obtenir des autorisations d'importation du gouvernement japonais.

L'entrée de ces produits est ralentie de façon sensible au Japon par l'utilisation de barrières non-tarifaires comme les exigences réglementaires (tant cliniques que commerciales) et les exigences peut-être moins formelles, mais tout aussi contraignantes, des pratiques d'affaires japonaises qui touchent de la même façon les sous-secteurs du matériel médical et des produits pharmaceutiques. Le peu d'expérience que les entreprises canadiennes ont dans l'exportation pose parfois des difficultés car les Japonais préfèrent les longues relations d'affaires.

Concurrence

Ce sont les entreprises américaines et plusieurs exportateurs européens qui sont les concurrents du Canada pour les appareils médicaux. Ils sont établis depuis longtemps au Japon et disposent de réseaux de distribution grâce à des agences de représentation auprès des fabricants japonais. Siemens, un important fabricant européen, a des intérêts dans plusieurs filiales japonaises. La situation est sensiblement la même en ce qui concerne les produits pharmaceutiques. Les principales multinationales sont souvent présentes grâce à des coparticipations, des ententes de fabrication sur place de leurs produits et grâce à des recherches entreprises en commun.

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

L'industrie canadienne doit se familiariser avec la nature du marché japonais des produits pour les soins de la santé. Cela devrait lui permettre d'évaluer le temps qu'il lui faudra pour pénétrer ce marché, la quantité et la complexité des efforts que cela nécessitera et ce qu'elle peut en attendre. Étant donné que le sous-secteur des produits pharmaceutiques est surtout tourné vers la consommation intérieure et que le sous-secteur des appareils médicaux en est au stade embryonnaire au Canada, on ne peut s'attendre qu'à des développements très modestes des exportations. Les efforts de promotion ne seront pas très

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