

puisque'il y a plus de 1 700 organismes de bien-être social publics qui sont financés par l'État. Toutefois, les changements survenus au sein de la société japonaise rendent plus difficile la dépendance des personnes âgées à l'égard des familles étendues traditionnelles. Au Japon, l'espérance de vie élevée a également créé une situation selon laquelle les soignants sont eux-mêmes des aînés. Il est donc raisonnable de s'attendre à ce que, dans un avenir assez rapproché, les organismes financés par l'État ne soient plus en mesure de répondre aux besoins de la population.

Les initiatives du gouvernement japonais comprennent des plans pour accroître les dépenses en vue d'améliorer les services aux personnes âgées et handicapées (on prévoit, cependant, que ces dépenses demeureront restreintes, car le gouvernement s'est également engagé à bien gérer les coûts des soins de santé). Les programmes englobent des subventions destinées à l'achat et à la location d'équipement et à l'amélioration des infrastructures afin d'en faciliter l'accès aux personnes handicapées.

PLAN D'ACTION

Le Canada jouit d'une excellente réputation au Japon comme fournisseur de produits et de services de soins de santé. L'importance du marché des services n'est pas connue, mais l'intérêt que manifestent les Japonais à l'égard des méthodes canadiennes de gestion des soins de santé et des moyens utilisés pour améliorer l'efficacité des hôpitaux et des maisons de cure laisse entrevoir des débouchés pour les services conseils et les produits liés à la technologie de l'information.

Dans le secteur des produits médicaux et des produits de soins de santé, la science et la technologie jouent un rôle important dans le

développement des relations et des marchés. Par exemple, le Conseil de recherches médicales a désigné les neurosciences comme un domaine d'intérêt commun avec le Japon; d'autre part, le Réseau Neurosciences canadien (qui regroupe des gens du secteur privé et des universitaires) se propose de visiter des installations de recherche importantes au Japon et de discuter de projets possibles de coopération.

Même si quelques fabricants canadiens de produits de soins de santé et de réadaptation exportent au Japon et que plusieurs autres ont exploré le marché, le potentiel et les exigences relatives à l'entrée sur le marché japonais ne sont pas bien connus. Il importe à la fois de sensibiliser davantage les entreprises canadiennes à ce marché et de les encourager à adapter leurs produits afin de mieux répondre aux exigences des Japonais. Le Plan d'action est une stratégie qui vise à augmenter les exportations canadiennes au Japon.

Sensibiliser l'industrie et accroître sa connaissance du marché

Au Japon, les modes de distribution sont fonction du produit. Par exemple, les gros équipements qui nécessitent un soutien technique font surtout l'objet de ventes directes aux hôpitaux et aux cliniques, tandis que les produits de soins de santé à domicile peuvent être vendus par l'intermédiaire de représentants ou de grossistes. Étant donné qu'il peut être long pour les produits importés de se tailler une place sur le marché, on conseille aux fabricants canadiens de se fixer des objectifs de vente réalistes et de maintenir de bonnes relations avec leurs importateurs ou distributeurs, d'autant plus que le service après-vente demeure prioritaire.