

TALSMANDENS GRUPPE
SPRECHERGRUPPE
SPOKESMAN'S GROUP
GROUPE DU PORTE-PAROLE
GRUPPO DEL PORTAVOCE
BUREAU VAN DE WOORDVOERDER

INFORMATION
INFORMATORISCHE AUFZEICHNUNG -
INFORMATION MEMO

NOTE D'INFORMATION
NOTA D'INFORMAZIONE
TER DOCUMENTIE

Brussels, October 1979

PROMOTION OF COMMUNITY EXPORTS TO JAPAN

The imbalance in trade between the Community and Japan¹ and the problems of access to the Japanese market for foreign products are a constant source of concern to the Community, and the institutions have adopted a common strategy on Japan, which has been confirmed at the highest level (European Council). Following these guidelines, the Commission has initiated and pursued many rounds of talks and negotiations with the Japanese authorities aimed at opening up the Japanese market more widely to European goods.

But improving the trade balance, in other words increasing Community exports to Japan, also calls for a major effort on the part of the private sector. The size of the problem can be grasped by comparing the number of Japanese businessmen working in the Community with their European counterparts in Japan.

The Commission has therefore undertaken for the first time a programme to make the Japanese market better known, 1.5 million EUA having been earmarked in the Community's 1979 budget for the purpose. The programme combines two types of operation:

- (i) grants to enable young European industrialists and managers to study for eighteen months in Japan;
- (ii) a trade promotion campaign which has been entrusted to a European consultant in Tokyo.

The Commission intends to continue and step up these operations under the Community budgets, for the forthcoming years.

The study grants²

The aim of this scheme, which will need to be run for long enough to make its effects felt, is to increase young European industrialists' and managers' knowledge of the Japanese market by giving them a thorough grounding in the language coupled with working experience in a Japanese firm, so as to train a number of specialists in the Japanese market.

The Commission has awarded 22 grants under the 1979 programme; the holders left for Japan at the beginning of September for twelve months of intensive study of Japanese and six-month traineeships in Japanese firms.

¹ In 1978 the Community ran a trade deficit of \$6 400 million with Japan.

² See IP(79)191

They will also be attending seminars, round-table discussions, etc. aimed at teaching them more about Japan.

Trade promotion

After wide-ranging consultations with business circles and European experts in Japan, it was agreed that the first programme would concentrate on two industrial sectors: agri-food and machinery.

Pierre MARTIN Co. Ltd., a European firm of consultants established in Tokyo, has been entrusted with the running of this programme, which basically consists of the establishment of an Information Centre, the organisation of seminars within Europe, and sales missions to Japan.

The Information Centre will make it possible to gather all available data on the two sectors selected, to prepare rough market reports and to publish a monthly newsletter based on that information.

The European seminars are to be held for each sector in eight different towns throughout the Community.

The first set of seminars, on the agri-food industry, are scheduled to take place in the following towns, starting in mid-November:

Brussels	:	13 November
Paris	:	15 November
London	:	20 November
Dublin	:	23 November
Amsterdam	:	27 November
Copenhagen	:	29 November
Milan	:	4 December
Dusseldorf	:	7 December

The seminars on machinery are planned for February 1980.

The first two sales missions to Japan, in connection with the agri-food industry, are scheduled for January and February 1980; the two trips concerned with machinery will take place in April and May.

Firms taking part in the seminars will be invited to join the sales missions.

The Commission hopes that European firms with an interest in the fields concerned will take an active part in the seminars to be held in Member States, and in the sales trips to Japan.

It feels that its initiative in this field should enable European firms to increase their potential for exporting to Japan. Full, active participation by firms wishing to penetrate the Japanese market or increase their activities there will enable them to reap the benefits of the Commission's programme.

TALSMANDENS GRUPPE
SPRECHERGRUPPE
SPOKESMAN'S GROUP
GROUPE DU PORTE-PAROLE
GRUPPO DEL PORTA VOCE
BUREAU VAN DE WOORDVOERDER

INFORMATION
INFORMATISCHE AUFZEICHNUNG
INFORMATION MEMO

NOTE D'INFORMATION
NOTA D'INFORMAZIONE
TER DOCUMENTIE

Bruxelles, octobre 1979

LA PROMOTION DES EXPORTATIONS COMMUNAUTAIRES VERS LE JAPON

Le déséquilibre commercial entre la Communauté et Le Japon (1) et les difficultés d'accès des produits étrangers au marché japonais sont la source de préoccupations constantes de la Communauté et ses instances ont adopté une stratégie commune vis-à-vis du Japon, confirmé parfois au plus haut niveau (Conseil Européen). Dans le cadre de ces orientations, la Commission a entrepris et développé nombre de discussions, représentations et négociations avec les autorités japonaises dans le but d'ouvrir plus largement le marché japonais aux produits européens.

Mais l'amélioration de notre balance commerciale et donc l'expansion des exportations communautaires vers le Japon, requiert également un grand effort de la part du secteur privé. La comparaison entre le nombre d'hommes d'affaires japonais installés dans la Communauté et celui de leurs homologues européens installés au Japon démontre l'ampleur du problème.

C'est pourquoi la Commission a initié un premier programme de promotion d'une meilleure connaissance du marché japonais, qui a été retenu dans le budget de la Communauté pour 1979 : 1,5 million d'UCE ont été prévus à cet effet.

Ce programme comporte la combinaison de 2 actions :

- L'attribution de bourses de 18 mois au Japon à des jeunes industriels et cadres européens ;
- une action de promotion commerciale qui a été confiée à un consultant européen installé à Tokyo.

La Commission a l'intention d'initier la poursuite et l'intensification de ces actions dans le cadre des budgets de la Communauté des années à venir.

Le Programme de Bourses (2)

L'objectif de cette action, qui devrait être établie sur une durée suffisante pour atteindre son but, est de promouvoir la connaissance, par de jeunes industriels et cadres européens, du marché japonais par

- une initiation linguistique approfondie, et
- la participation aux activités d'une société japonaise

(1) Le déficit commercial de la Communauté à l'égard du Japon a été de 6,4 milliards \$ en 1978.

(2) voir IP(79)191.

afin de susciter la formation de plusieurs spécialistes du marché japonais.

Dans le cadre du programme de 1979, la Commission a octroyé 22 bourses. Les bénéficiaires sont partis au Japon début septembre. Le programme comprend :

- 12 mois de cours intensifs de langue japonaise ;
- 6 mois de stage dans une société japonaise.

Parallèlement, diverses activités visant à les familiariser avec le Japon (séminaires - tables rondes - etc.) sont prévues.

Promotion commerciale

Après une large consultation des milieux d'affaires et des experts européens au Japon, il a été convenu pour le premier programme de se concentrer sur 2 secteurs :

- les industries agro-alimentaires,
- les machines.

La gestion de ce programme a été confiée à un consultant européen installé à Tokyo : Pierre MARTIN Co. Ltd. Ce programme comporte essentiellement :

- L'établissement d'un Centre d'Information :
Ce centre doit permettre notamment de rassembler l'ensemble des données disponibles sur les deux secteurs en cause, de préparer des rapports approximatifs sur leur marché, de publier une lettre d'information mensuelle sur ces bases.

- L'organisation de missions de vente au Japon.
8 séminaires devront être organisés pour chaque secteur dans différents Etats membres de la Communauté.
Pour le premier secteur : industries agro-alimentaires, les séminaires se tiendront à partir de la mi-novembre 1979 dans les villes suivantes :

- Bruxelles : 13 novembre
- Paris : 15 novembre
- Londres : 20 novembre
- Dublin : 23 novembre
- Amsterdam : 27 novembre
- Copenhague : 29 novembre
- Milan : 4 décembre
- Düsseldorf : 7 décembre

Pour le deuxième secteur : machines, les réunions sont prévues pour le mois de février 1980.

- L'organisation de missions de vente au Japon.
Les deux premières missions, qui concernent le secteur agro-alimentaire, sont prévues pour janvier et février 1980 ; les deux autres, dans le secteur des machines, auront lieu en avril et mai 1980.

Les Sociétés qui auront participé aux séminaires seront invitées à participer aux missions de vente.

La Commission souhaite que les industries européennes qui s'y intéressent participent activement aux séminaires qui se tiendront dans les Etats membres ainsi qu'aux missions de vente au Japon.

Elle estime en effet que ce premier projet initié par elle devrait permettre aux sociétés européennes d'améliorer leur potentiel d'exportation sur le marché japonais. La participation effective et active des entreprises intéressées qui souhaitent s'implanter sur le marché japonais ou développer leurs activités à cet égard leur permettra de bénéficier de la mise en oeuvre du programme envisagé.