

Lors d'une exposition récente, un producteur a présenté un système complet de conception de boutiques, de matériel de cuisson, de planification des menus, de matériel d'emballage et d'idées de promotion pour les restaurants, les boucheries et les grossistes. Un autre producteur a donné des idées pour améliorer au cours de la prochaine année les ventes en magasin par des communications en magasin avec les consommateurs, par des techniques de production de produits faits à la main et par l'ouverture de boutiques pour consommation sur place. Un autre producteur a donné de nouvelles idées de présentation des nouveaux produits.

Outre ces expositions individuelles, on trouve pendant toute l'année des campagnes spéciales de promotion de nouveaux produits qui comprennent habituellement la publicité dans les médias, des coupons rabais pour les consommateurs, des démonstrations et des campagnes publicitaires en magasin. La mise au point et la promotion de nouveaux produits a beaucoup d'importance au Japon.

Tous les grands producteurs participent aussi aux grandes foires alimentaires professionnelles, y compris « Foodex » où on peut se procurer des échantillons des produits et où on lance de nouveaux produits. Les producteurs consacrent beaucoup de temps et d'argent à se livrer concurrence pour augmenter leur part du marché.

7. La fabrication

Pratiques

Les techniques de production ressemblent beaucoup à celles qui sont employées au Canada. L'équipement est essentiellement d'origine européenne, avec certaines modifications pour se conformer aux exigences japonaises. Les grands producteurs ont tendance à accroître et à moderniser la production ainsi qu'à automatiser les installations. Ce faisant, ils améliorent leur efficacité, et réduisent les risques de contamination des produits par la réduction du contact manuel avec les matières premières et les produits finis. Dans la mesure du possible, on préfère des produits frais plutôt que surgelés.

La sécurité et la qualité des produits reçoivent une attention particulière avec l'utilisation de détecteurs de métaux supplémentaires et l'inspection visuelle des produits. À preuve aussi, les aires d'emballage sont isolées et leur accès est réservé à certaines personnes autorisées. Les personnes qui pénètrent dans

ces zones sans bactéries doivent porter des vêtements spéciaux et passer par des sas et des bains de pied. Il y a régulièrement des programmes de formation pour les membres du personnel. De telles précautions supplémentaires permettent de faire de la sécurité des produits une préoccupation constante pour toutes les personnes qui participent au processus de production.

Afin de réduire la fréquence des plaintes et des retours de marchandises, on examine encore le produit fini avant l'emballage final. On peut citer comme exemple la vérification finale des étiquettes mal alignées qui pourraient entraîner le rejet du produit par les consommateurs.

Caractéristiques des produits

Les produits carnés transformés contiennent généralement moins de sel que les produits canadiens, particulièrement dans le cas des saucisses. Le *U.S. Meat Export Research Centre*, de l'université d'État de l'Iowa, a effectué des tests afin de reproduire la saveur des saucisses japonaises et a constaté qu'il fallait pour cela une teneur en sel de 1,75 % et une teneur en sucre de 1,25 %. Les mêmes tests ont établi que les produits de jambon au Japon contenaient près de 2,5 % de sel, mais ce niveau de sel était masqué par du sucre, donnant au produit une saveur plus douce et moins salée que son pendant américain.

On peut remarquer une baisse de la production de saucisses à texture fine en faveur des saucisses à texture plus grossière qui rappellent les produits de type allemand. Dans l'esprit des consommateurs japonais, les saucisses sont associées à la production européenne. Les producteurs japonais ont misé sur cette perception dans la composition de leurs produits et dans le choix des noms des produits, entretenant ainsi cette perception répandue. Cette stratégie de commercialisation a connu du succès, comme on peut le constater par l'importante croissance de la production de saucisses au Japon.

Le flanc fumé continue de gagner en popularité aux dépens du bacon d'épaule et autres formes de bacon. La différence principale de ce bacon par rapport au flanc fumé canadien est qu'il est tiré du ventre du porc, et donc plus maigre que le bacon canadien. Il semble aussi plus fumé.

Dans les produits de bas de gamme, le Japon est plus tolérant à l'égard des liants et des allongeurs, mais cette utilisation est contrôlée par la Loi sur les normes agricoles en fonction de la catégorie du produit.