

Les achats en grandes quantités

À mesure que les grands supermarchés et les chaînes, les magasins à rayons et les regroupements de petits détaillants continuent de prendre la place des établissements familiaux qui constituent encore la plus grande partie des magasins de détail japonais, on assistera à un accroissement des achats en grandes quantités. Il est fort probable que le réseau de distribution évolue dans le même sens. Bien qu'ils doivent au départ obtenir une autorisation gouvernementale à cette fin, de nombreux gros acheteurs s'approvisionnent maintenant directement dans les marchés de gros et parfois même chez le fournisseur étranger.

4 Réseau de distribution

Du monopole à la vente aux enchères

Autrefois, les producteurs agricoles japonais, y compris les champignonnistes, avaient peu d'influence sur les ventes et les négociations, car le réseau de la distribution en gros était dominé par de grandes entreprises spécialisées. Toutefois, avec l'expansion de l'urbanisation et la régression de l'agriculture familiale, la demande de produits agricoles a connu une poussée à laquelle, dans les années trente, le gouvernement a voulu répondre en établissant des marchés de gros placés sous contrôle public et fonctionnant par enchères.

Le marché de gros

Il existe aujourd'hui près de 120 marchés de gros agréés destinés à l'écoulement des légumes frais. Ces marchés prennent en charge la quasi-totalité des transactions de gros du Japon; le reste de la demande est satisfait directement par les fournisseurs. Puisque l'on procède par enchères, les prix varient selon les régions et, à l'intérieur même de celles-ci, selon la qualité des lots. Les marchés de gros exigent des frais de traitement atteignant 8,5 p. 100, selon le produit vendu.

Bien que la plupart de ventes soient effectuées aux enchères, on emploie à l'occasion trois autres méthodes :

Les **achats anticipés**, en vertu desquels on achète les champignons avant qu'ils ne soient prêts à expédier aux marchés de gros. La loi restreint l'emploi de cette méthode et la réserve généralement aux établissements scolaires et aux hôpitaux, qui doivent consommer

immédiatement les produits en cause. On assiste actuellement à une utilisation plus fréquente de cette méthode. Cependant, afin de prévenir une hausse désordonnée qui pourrait nuire à la vocation des marchés de gros, les autorités gouvernementales ont limité la quantité des produits qui peuvent être vendus par achats anticipés. Dans le marché de gros de Tokyo, par exemple, cette limite est fixée à 30 p. 100 pour les champignons *shiitake* à l'état frais.

La méthode des **achats sur réservation** permet aux fournisseurs en gros de conclure à l'avance des ententes relatives à des variétés données, prévoyant un prix et des quantités fixes. Environ 2 p. 100 des ventes totales sont effectuées par le biais de ce type de transaction.

Les **ententes de vente à des tiers** ont pour objectif de faire des transactions hors des marchés établis, par exemple des achats directs de fournisseurs étrangers. Certaines variétés importées, transformées ou séchées, ne sont pas vendues par l'entremise des marchés de gros, dans le but d'éviter le paiement des frais de traitement. Cette méthode est employée, à l'occasion, pour écouler les invendus du marché, pour vendre des lots hors du territoire d'un marché de gros, et pour faire des transactions avec d'autres marchés de gros.

Canaux de distribution et marges bénéficiaires

En règle générale, les champignonnistes vendent leurs produits à des coopératives affiliées et à des associations agricoles, ainsi qu'à des transporteurs et à des expéditeurs indépendants qui se chargent de les livrer aux marchés de gros. Les champignons y sont vendus aux enchères aux autres marchés régionaux ou à des courtiers qui les vendent à leur tour à des grossistes. Ceux-ci les revendent aux détaillants ou aux gros acheteurs tels les entreprises de transformation et les restaurants. La plupart des importations pénètrent le marché au stade initial, par l'intermédiaire d'un importateur spécialisé.

Les usages finals des champignons, au Japon, sont répartis en trois catégories : l'usage domestique, les cadeaux et l'usage industriel. Depuis cinq ans, on a constaté une augmentation régulière de la consommation industrielle, correspondant à l'expansion des secteurs de la restauration et de la transformation alimentaire. Les canaux de distribution et les marges bénéficiaires varient selon le destinataire ultime du produit.