

12. Les codes de description des produits

Le ministère des Finances du Japon a analysé jusqu'en 1987 inclusivement les importations de jambon, de bacon et de saucisses transformés au moyen de la nomenclature du Conseil de coopération douanière (CCD). Le système de codage a été changé dans l'analyse de 1988, car le Japon a accepté d'adopter à compter du 1^{er} janvier 1989 la description des produits et le système de codage internationaux harmonisés. Le Canada a lui aussi adopté le système harmonisé au même moment.

Voici les codes anciens et nouveaux :

	1987	Code du CCD
A.	Jambon	02.06-110
B.	Bacon	02.06-120
C.	Jambon, non stérilisé	16.02-221
D.	Bacon, non stérilisé	16.02-222
X.	Saucisses et produits semblables	16.01-000

	1988	Code harmonisé
E.	Jambon, jambon d'épaule avec os	0210.11-010
F.	Jambon, jambon d'épaule avec os	0210.11-020
G.	Bacon	0210-12-010
H.	Bacon	0210-12-020
I.	Autres produits (jambon de longe, etc.)	0210.19-010
J.	Autres produits (jambon de longe, etc.)	0210.19-020
K.	Jambon, non stérilisé	1602-41-011
L.	Jambon, non stérilisé	1602.41-019
M.	Jambon d'épaule, non stérilisé	1602.42-011
N.	Jambon d'épaule, non stérilisé	1602-42-019
O.	Jambon, autres types (non stérilisé)	1602-49-210
P.	Saucisses et produits semblables	1601.00-000

Résumé	Ancien code	Nouveau code
	A	EFIJ
	B	GH
	C	KLMNOP (jambon de longe)
	D	OP (bacon seulement)
	X	Y

13. L'approche du marché japonais

Le marché japonais des viandes transformées n'est pas d'un point de vue général différent de tout autre marché d'exportation. Pour avoir des chances raisonnables de percer ce marché, l'exportateur doit investir du temps, du personnel, de l'argent et assurer une continuité d'approvisionnement.

Toutefois, en raison de la particularité des produits en cause, d'autres facteurs doivent aussi être pris en compte. L'exportateur canadien qui veut vendre des viandes transformées au Japon doit considérer un certain nombre de facteurs lorsqu'il se prépare à une telle entreprise. Voici quelques questions auxquelles il devrait répondre avant de se lancer dans une telle entreprise :

- Quels produits seront offerts à la vente?
- Les produits conviendront-ils au marché (coût, emballage, particularités)?
- Les produits seront-ils offerts à des prix concurrentiels?
- Les produits seront-ils conformes aux règlements japonais en matière de santé, d'hygiène et d'étiquetage?
- Comment les produits seront-ils vendus?
- Les produits seront-ils expédiés frais, réfrigérés ou surgelés?
- Comment les produits seront-ils transportés au Japon?
- Comment les produits seront-ils distribués?
- Sera-t-il possible de surveiller adéquatement les produits au Japon afin d'assurer leur roulement et, par ricochet, leur fraîcheur?
- Quelle sera la politique concernant les retours de marchandises?
- Les produits seront-ils soutenus par des réclames publicitaires et de la promotion des ventes et quel en sera le coût?
- Est-il nécessaire de faire de la publicité et de la promotion des ventes?
- Le format d'emballage sera-t-il acceptable au Japon?
- Est-ce que la taille initiale du lot est pratique?