

Ces sociétés adhèrent à l'association japonaise des négociants en viande, autrefois spécialisée dans toutes les viandes sauf le boeuf. Depuis qu'en avril 1991 les importations de boeuf ont été libéralisées, cet organisme comprend également des importateurs de boeuf. L'automne prochain au plus tard, sera créé un organisme qui les regroupera tous.

#### **Débouchés offerts aux produits canadiens**

Le marché du porc offre des perspectives encourageantes. Ainsi, la demande va croître de 10 à 20 % pour atteindre un montant de 2,2-2,4 millions de tonnes d'ici à l'an 2000. Comme l'annonce d'une production locale de 1,8 million de tonnes a été déclarée trop optimiste, il devrait y avoir de la place pour des importations supplémentaires de porc. Sur le marché des importations de porc, le segment dont la croissance est la plus rapide est la viande réfrigérée, comme on l'a déjà signalé dans le passé à l'industrie canadienne du porc. Le Canada doit absolument tracer un plan de promotion par secteur, c.-à-d. les hôtels, restaurants et collectivités et le commerce de détail en plus du secteur de la transformation, et exploiter à fond les débouchés offerts à son porc congelé, jusqu'à ce qu'il puisse développer encore ses exportations de porc réfrigéré vers le Japon. L'étude approfondie menée en 1992 pour le compte de Canada Porc International sur les débouchés offerts au porc canadien dans le secteur japonais de la restaurations contient une foule de recommandations permettant d'obtenir les meilleurs résultats possibles à court et à long terme.

#### **Grandes foires commerciales et autres opérations de promotion**

Pour se faire connaître de l'industrie japonaise du porc, il est recommandé d'avoir recours aux expositions individuelles, par société ou par produit, qui se tiennent à l'ambassade à Tokyo et dans des marchés régionaux privilégiés. Il semble que Canada Porc International (CPI) pourrait tirer mieux parti du concept de la semaine canadienne de la viande. Pour être efficace, ce genre de manifestation doit être organisé régulièrement (pas nécessairement tous les ans), afin de mettre en vedette la viande de porc canadienne, ainsi que CPI et chacun de ses membres. En ce qui concerne les séminaires de promotion, il faut en organiser régulièrement, en ciblant un secteur donné (p. ex. la restauration) pendant une certaine période. Quant à la publicité en magasin, il serait bon que les exportateurs canadiens de porc accroissent leurs efforts progressivement, en parallèle avec le développement de leurs exportations de viande réfrigérée vers le Japon.

#### **Accès au marché**

##### **● Prix plancher à l'importation**

Le Japon a fondé son régime d'importation de porc sur un prix d'importation minimum appelé Prix plancher à l'importation. Au 1<sup>er</sup> avril de chaque année, le gouvernement japonais fixe le prix maximum et le prix minimum des carcasses de porc. La moyenne de ces deux prix devient le prix minimum que doit rencontrer tout porc importé au Japon (483 ¥ en 1993). Si le produit est vendu à un prix inférieur au prix plancher à l'importation, les droits de douane s'élèvent à la différence entre ce dernier et la valeur