

Tableau 1 : Importations du Japon (en dollars américains actuels)

	1984	1988	1992	Croissance (%) 1984-1992
Calculatrices	10 032	131 712	112 693	1 023
Téléviseurs couleur	3 247	111 881	382 017	11 665
Radios portatives	1 729	21 909	67 756	3 819
Magnétoscopes	5 092	68 509	81 597	1 502
Ventilateurs électriques	4 105	29 836	23 032	461
Caméras	106 037	175 649	415 079	291
Équipement de golf et de tennis	228 041	662 431	892 752	291

Source : Banque de données sur le commerce international des Nations Unies.

*Étude de cas : Pampers au Japon*⁷⁶

Procter & Gamble a développé le marché de la couche jetable, en partant de zéro, avec ses *Pampers*. Peu à peu, Procter & Gamble a réussi à convaincre suffisamment de mères japonaises de se servir de couches jetables et cette société a vu d'abord d'un assez bon oeil ses concurrentes japonaises pénétrer le marché, parce que cela promettait de populariser encore plus la couche jetable. Tous les fabricants représentaient sur leurs boîtes de produit des bébés occidentaux et les noms étaient écrits en anglais : il n'y avait aucune xénophobie à cet égard.

Toutefois, entre 1983 et 1986, Procter & Gamble a été presque chassé du marché par ses concurrents locaux, et notamment par un nouveau petit fabricant appelé Unicharm. À l'époque, il aurait été facile de conclure que les consommateurs rejetaient le produit étranger maintenant qu'il y avait des équivalents fabriqués au Japon. Cette conclusion aurait également été erronée. Unicharm avait une technologie supérieure (autrement dit, les couches étaient plus absorbantes et elles fuyaient moins) et sa publicité était également meilleure. Les mères japonaises se comportaient comme n'importe quelle mère étrangère l'aurait fait : elles voulaient le meilleur

⁷⁶ Bill Emmott, *op. cit.*, 1989, pages 67 et 68.