

La demande potentielle de moulures de bois dur vient des maisons de style occidental et des édifices commerciaux, comme les boutiques, les restaurants et les casse-croûte.

4 Pratiques commerciales

Critères d'achat

Le propriétaire s'intéresse de plus en plus au choix des éléments de construction, mais la décision repose toujours principalement sur l'entrepreneur. Quoique les entrepreneurs s'approvisionnent auprès de leurs propres fournisseurs, ceux-ci n'offrent qu'un choix limité de marques.

Même dans les cas où le propriétaire choisit des éléments d'une marque donnée, on le persuade habituellement d'accepter le choix de l'entrepreneur lorsque ce dernier ou son fournisseur n'offre pas cette marque.

Le prix constitue le critère primordial du choix des matériaux étant donné que les considérations d'ordre budgétaire revêtent généralement une importance cruciale à la fois pour le propriétaire et l'entrepreneur.

Le choix des couleurs, du style et des matériaux repose sur ce qu'on appelle communément la « coordination de la décoration intérieure ».

En règle générale, les Japonais préfèrent les lignes simples pour tout ce qui concerne les produits de menuiserie. Les « volutes », que l'on retrouve souvent dans les moulures et les escaliers importés, se méritent rarement la faveur du Japonais moyen.

Le public japonais n'a pas de préférence marquée pour les couleurs. Les choix les plus courants vont du brun clair au brun foncé.

La qualité de fabrication constitue un autre critère important. Il s'agit ici de la précision des mesures, de la qualité du fini et de l'uniformité du produit.

Réseaux de distribution

Les réseaux japonais de distribution des produits de menuiserie s'avèrent complexes, bien qu'à un degré moindre que d'autres secteurs industriels. Plusieurs types d'entreprises servent d'intermédiaires entre les fabricants, les importateurs et les utilisateurs, notamment :

- les grossistes en matériaux de construction;
- les détaillants en matériaux de construction;
- les constructeurs de maisons à ossature de bois;
- les fabricants de maisons usinées;
- les entrepreneurs généraux (architectes);
- les menuisiers;
- les spécialistes.

Les réseaux de distribution varient d'une entreprise à l'autre, et la plupart diversifient leurs réseaux. Cependant, la majorité de leurs produits sont vendus à des grossistes et, dans certains cas, directement aux entreprises de construction résidentielle.

Les grossistes se répartissent parfois sur plusieurs niveaux selon l'importance de leurs activités; par exemple un grossiste principal peut fournir un certain nombre de grossistes secondaires.

Les importateurs relativement modestes vendent leurs produits directement aux entrepreneurs, aux architectes et aux menuisiers.

Les spécialistes constituent un autre réseau de distribution pour les produits de parqueterie et les cadres de portes et de fenêtres. Ceux-ci sont essentiellement des menuisiers capables de travailler le bois massif. Bien qu'elles ne jouent normalement qu'un rôle négligeable au niveau de la distribution, les grandes entreprises distribuent directement certains types de produits.

Certains importateurs, comme la société Santa Tsusho, possèdent leurs propres services de pose de parquets et d'entretien. Il s'agit de services particulièrement utiles dans la mesure où la main-d'oeuvre spécialisée se fait rare.