

3 L'industrie des machines d'emballage

Facteurs qui influencent le marché

En 1988, les expéditions de matériel d'emballage au Japon, estimées au total à 20 millions de tonnes, étaient évaluées à 5,7 millions de yens. Le papier et le carton dominaient ces expéditions de matériel d'emballage, tant en termes de volume que de chiffre de vente (voir tableau 1). En raison du nombre assez restreint de nouveaux produits d'emballage qui ont effectué une percée, ces partages du marché sont restés sensiblement les mêmes au cours des six dernières années.

En général, les consommateurs japonais sont plutôt imprévisibles. Ils s'engouent rapidement pour de nouveaux produits ou de nouvelles tendances et ne montrent que peu de fidélité envers des produits, des fabricants ou des marques en particulier. Par conséquent, la concurrence est féroce dans le secteur du commerce au détail, où les fournisseurs ne cessent de lancer de nouveaux produits pour capter l'attention des consommateurs. Étant donné qu'un éventail toujours plus large de produits inonde le marché, les fabricants mettent l'accent sur l'emballage pour vendre leurs produits. Les consommateurs japonais attachent une grande importance à la façon dont les produits sont emballés. En fait, les achats sont souvent basés sur la présentation des produits plutôt que sur le contenu des emballages. Le consommateur moyen laissera de côté un produit dont l'emballage comporte des impressions de qualité inférieure aux standards établis, ou est froissé, même si ce produit lui est offert à un prix avantageux. Par

Les utilisateurs de machines d'emballage

Tableau 1

Valeur et volume des expéditions de matériaux d'emballage nationaux — 1984-1988

Types de matériaux	Valeur (%)	Volume (%)
Papier/Carton	44,9	55,7
Plastiques	23,5	14,0
Métaux	15,5	10,3
Bois	6,4	7,7
Autres	5,0	0,2
Verre	4,0	11,5
Cellophane	0,4	0,2
Tissus	0,3	0,4
Total	100,0	100,0

Source : Japan Packaging Institute.

conséquent, les machines d'emballage doivent pouvoir fournir constamment un rendement de qualité supérieure, en plus d'offrir suffisamment de souplesse pour suivre les tendances et être adaptées aux produits toujours changeants d'une industrie donnée.

L'impression est l'un des éléments clés de l'emballage. Les fournisseurs nationaux de machines d'emballage ont établi des liens techniques très étroits avec les imprimeries japonaises, qui sont considérées comme plus compétentes et plus promptes à adopter de nouvelles technologies pour s'adapter aux besoins des utilisateurs, que leurs équivalentes occidentales. Par exemple, Siber Kikai K.K., représentant exclusif de la SIG Swiss Industrial Company, le premier fournisseur de produits d'emballage de tablettes de chocolat au Japon, travaille en collaboration avec Dai Nippon Printing Company Limited, une société d'imprimerie japonaise de premier plan. Ces partenariats garantissent aux fournisseurs non seulement l'accès à des machines de première qualité, mais aussi une qualité d'impression supérieure sur tous les emballages.

La majeure partie des machines d'emballage sont utilisées par les industries alimentaire, pharmaceutique et de produits de consommation, qui se partagent respectivement 55 p. 100, 20 p. 100 et 25 p. 100 du marché. Il convient de noter que le secteur des produits de consommation comprend les aliments frais conditionnés dans des centres de distribution centralisés. Quinze pour cent de l'ensemble des machines d'emballage destinées à l'industrie des produits de consommation sont utilisés dans ces centres de distribution d'aliments frais.

L'industrie des produits alimentaires emballés. La grande diversité de formes, de formats et de configurations des emballages utilisés dans l'industrie alimentaire a entraîné une haute spécialisation des machines d'emballage et cela explique, par extension, la forte proportion de petites et de moyennes entreprises que l'on retrouve parmi les fabricants nationaux de machines d'emballage desservant cette industrie. Compte tenu du roulement relativement important des produits à l'étalage — les consommateurs japonais ont tendance à baser leurs achats sur la présentation plutôt que sur la date limite d'utilisation optimale des produits —, les entreprises nationales de conditionnement des produits alimentaires se voient contraintes de préparer une vaste gamme de produits en petites quantités. Par conséquent, les machines d'emballage qu'elles achètent doivent pouvoir être adaptées à un tel contexte. Dans l'industrie de la confiserie, par exemple, ces conditions du marché ont amené les intervenants à se tourner massivement vers les machines d'emballage importées.