

excellente position sur le marché grâce à leur rapidité, leur durabilité, leur compacité et leur prix de vente inégalés.

Les canaux de distribution

Habituellement, les machines d'emballage sont importées par des fabricants nationaux qui souhaitent compléter leur ligne de production, ou encore par des maisons spécialisées dans l'importation. Ces dernières comprennent les grandes sociétés de commerce général (*sogo shoshas*), de même que les petites entreprises spécialisées qui agissent également comme distributeurs.

Un fabricant national de machines d'emballage, Tokyo Automatic Machinery (TAM), entretient des relations d'affaires fructueuses avec trois sociétés étrangères. Il importe de l'équipement des compagnies Rose-theegarten et IPS d'Allemagne de l'Ouest, et maintient un accord de transfert de technologie avec la Packing Machinery Company des États-Unis. Cet accord de transfert consiste en une « autorisation mutuelle », qui permet à la société TAM d'importer et d'exporter des machines et de la technologie grâce à ses liens avec la Packing Machinery Company. La société Rose-theegarten était représentée, au départ, par un importateur-distributeur qui ne faisait pas grand-chose pour promouvoir ses produits. Après avoir accepté de collaborer avec la société TAM, Rose-theegarten a vu ses ventes augmenter de façon substantielle.

Fabricants nationaux. À l'heure actuelle, un nombre important de fabricants nationaux offrent des machines importées pour les utiliser dans un système déjà en place. Plusieurs fabricants nationaux de machines d'emballage de produits pharmaceutiques, par exemple, importent des emplisseuses qu'ils intègrent à un complexe d'emballage. Cela permet d'agrandir ou d'améliorer les installations d'emballage tout en utilisant des machines japonaises ou d'autres composantes selon les exigences des utilisateurs.

La force du yen a favorisé cette pratique, qui a pris de l'ampleur au cours des trois dernières années et qui continuera vraisemblablement de se répandre, puisque le Japon adopte des mesures visant à réduire les frictions avec ses partenaires commerciaux.

Comme partenaires, les fabricants présentent un certain nombre d'avantages auxquels ne peuvent prétendre les importateurs. Soulignons, en tout premier lieu, qu'ils offrent un service après-vente et qu'ils gèrent et exploitent des réseaux de service que ni les sociétés de commerce, ni les représentants des ventes ne peuvent concurrencer. Ils sont aussi en mesure de produire sur place des pièces de rechange pour les machines importées, ce qui permet de diminuer les inventaires, une pratique qui a pour effet de réduire les frais généraux.

Les fabricants de machines d'emballage sont déjà bien implantés sur le marché, avec une clientèle établie dans des secteurs précis comme les industries alimentaire et pharmaceutique. Cependant, cette situation pourrait s'avérer désavantageuse dans la mesure où elle risque de limiter la visibilité sur le marché de machines plus polyvalentes.

La plupart des fabricants nationaux utilisent un *sogo shosha* comme intermédiaire pour s'occuper des procédures d'importation et d'expédition. Au cours des dernières années, toutefois, plusieurs fabricants nationaux ont commencé à importer du matériel directement des fabricants étrangers et, de ce fait, peuvent maintenant se passer des services de *sogo shoshas*.

Les importateurs-distributeurs spécialisés. Même si l'on considère qu'ils ne peuvent rivaliser avec les fabricants en ce qui a trait au suivi après-vente et pour la qualité générale de leur service, les importateurs-distributeurs ont la réputation d'être des partenaires de choix pour importer du matériel d'emballage au Japon. En règle générale, ils disposent d'une clientèle bien établie dans un large éventail de secteurs industriels et sont en mesure, par conséquent, de représenter des machines polyvalentes auprès d'une gamme plus vaste d'acheteurs éventuels. Toutefois, comme les *sogo shoshas*, leurs faiblesses se situent au niveau de la promotion et de la protection de la technologie.

Les sogo shoshas. Les sociétés de commerce général (*sogo shoshas*), parce qu'elles ne font pas grand-chose pour promouvoir les produits ou n'offrent presque pas de service après-vente, sont plus ou moins considérées comme des « collectionneuses de licences ». Même s'il existe quelques *sogo shoshas* très compétents, il vaut mieux les choisir avec la plus grande circonspection. Il est souvent préférable de s'allier à un fabricant et d'avoir recours aux services d'un *sogo shosha* à titre d'intermédiaire, en lui confiant certaines tâches bien précises, plutôt que de s'en remettre à ce type d'entreprise pour offrir une gamme complète de services.

Établissement des prix et majorations

Les majorations, en moyenne, varient entre 10 et 20 p. 100 à chacun des niveaux. Les prix des machines japonaises ou importées — sans accessoires adaptés aux besoins de l'utilisateur et vendues à prix régulier — s'établissent comme suit : de 50 à 100 millions de yens pour une emplisseuse, 20 millions de yens pour une machine d'emballage, 20 millions de yens pour une en-cartonneuse et 10 millions de yens pour une machine d'emballage en pochettes.