

1 Introduction

L'évolution des habitudes de consommation, l'utilisation de plus en plus fréquente de l'emballage comme moyen de distinguer les produits et la tendance à la centralisation des réseaux de distribution — voilà autant de facteurs qui ont contribué à la création de perspectives intéressantes pour les fabricants canadiens de certains types de machines d'emballage sur le marché du Japon.

Bien que la force du yen ait favorisé cette évolution, il faut également noter que les consommateurs japonais deviennent de plus en plus exigeants. Par conséquent, la position relativement avantageuse du dollar canadien, ajoutée à la compétitivité croissante du Canada, offre un certain nombre de perspectives nouvelles et potentiellement fructueuses en matière d'exportation.

En janvier 1990, la firme Saican Consultants Inc., membre du groupe de consultants Strategy Analysis International (SAI), a mené une étude portant sur le marché du matériel d'emballage canadien au Japon, pour le compte d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Les données de l'étude ont été obtenues au moyen d'entrevues auprès d'associations industrielles japonaises, d'organismes d'État et de compagnies privées oeuvrant dans ce secteur de l'industrie. En outre, des entrevues réalisées avec d'importants fabricants canadiens, des représentants d'associations industrielles et des fonctionnaires de l'État ont permis de recueillir des renseignements au sujet des produits canadiens compétitifs sur le plan international.

Le présent guide poursuit deux objectifs, soit : fournir aux fabricants canadiens de matériel d'emballage suffisamment de données sur le marché pour qu'ils soient en mesure d'établir la possibilité de vendre leurs produits au Japon, de même que pour les aider à élaborer une stratégie de mise en marché. Pour les exportateurs canadiens déjà établis au Japon, l'étude servira à réviser leur stratégie actuelle dans le but d'accroître ultérieurement le volume de leurs ventes.

Le guide décrit l'état actuel de l'industrie japonaise du matériel d'emballage, brosse un tableau du marché des importations au Japon et met en lumière les principaux facteurs susceptibles de permettre une pénétration réussie du marché.

Les données statistiques de l'étude couvrent les années 1982 à 1988. Les données pour 1989 ne sont que des estimations.

2 Résumé

Le marché japonais des importations de matériel d'emballage, autrefois centré sur le conditionnement de spécialités de type occidental comme les tablettes de

chocolat, a graduellement évolué pour s'adapter au marché croissant des produits offerts dans des emballages pratiques, où le rendement et les prix deviennent de plus en plus importants. Les principaux utilisateurs de matériel d'emballage sont les industries alimentaire (55 p. 100), de produits de consommation (25 p. 100) et pharmaceutique (20 p. 100).

Bien que le matériel d'emballage importé ne représente qu'environ 4 p. 100 du marché intérieur, dont le total s'élève à 364 000 millions de yens, dans certains secteurs — l'industrie pharmaceutique en particulier — les importations comptent pour jusqu'à 50 p. 100 du total des ventes. L'Europe de l'Ouest, qui contrôlait 88 p. 100 du marché des importations en 1988, reste le principal fournisseur étranger. Pour la même année, la part du marché détenue par l'Amérique du Nord était tout juste supérieure à 10 p. 100.

En l'absence de barrières commerciales établies — les droits d'importation ont été abolis et les normes nord-américaines et japonaises sont compatibles — et compte tenu de l'intérêt manifeste des Japonais pour les échanges commerciaux avec des fournisseurs canadiens, le succès d'une pénétration du marché japonais des machines d'emballage repose essentiellement sur les deux facteurs suivants : le bon type de machine et le bon partenaire.

Ce sont des machines qui ne sont pas disponibles actuellement sur le marché du Japon, ou celles qui sont plus rapides, plus durables et moins coûteuses que leurs équivalentes japonaises, qui offrent les meilleures perspectives. Étant donné que les machines de fabrication américaine jouissent d'une excellente réputation au Japon, les fabricants canadiens auront avantage à se concentrer sur les exportations qui ont déjà trouvé leur place sur le marché. En outre, le matériel qui a été bien accueilli en Europe offre des possibilités encore plus grandes au Japon. Les meilleures perspectives pour les fabricants canadiens se retrouvent dans le secteur des machines spécialisées ou adaptées à l'utilisateur et, en particulier, du matériel de manutention, d'emplissage, d'encartonnage et d'étiquetage. En ce qui a trait aux machines moins spécialisées d'empaquetage, d'encartonnage et d'emplissage, les perspectives de pénétration sont davantage fonction des prix.

Parmi les meilleurs partenaires possibles — c'est-à-dire ceux dont le rôle consiste à offrir un accès au marché et à assurer un service après-vente — figurent les fabricants, les importateurs et distributeurs, ou encore, les *sogobas*.

Bien qu'il soit souvent difficile de protéger la technologie au Japon, le fait d'y être connu comme le « premier » à avoir lancé un nouveau produit sur le marché suffit, bien souvent, à parer la concurrence ultérieure de compétiteurs offrant des produits semblables à plus bas prix.