

défini et adopté ces normes, les parties concernées au Japon en seront informées. Cela devrait permettre de renforcer les relations et d'éliminer une source de conflits avec les partenaires commerciaux du Japon, puisque, pour l'instant, l'évaluation de ces produits du porc n'est qu'une question de jugement et d'évaluation entre l'acheteur et le vendeur. (FPB)

- v) On encouragera les exportateurs canadiens à chercher de nouvelles méthodes pour vendre du porc au Japon. Il semble qu'il y ait de la place pour la mise au point d'emballages destinés aux consommateurs.

(FPB/Ambassade)

- vi) On fera des efforts pour mettre au point des procédures normalisées d'emballage pour tous les produits du porc.

(FPB)

Fromages fins

Possibilités

Même si, de façon traditionnelle, les fromages fins n'ont pas fait partie de l'alimentation japonaise, ils ont été de plus en plus acceptés sur le marché au cours des dernières années. Les importations totales de fromages naturels ont atteint 74 487 tonnes métriques en 1980, dont environ 70 % provenaient de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande. L'augmentation de la consommation de fromage (environ 4 % par année) se rattache à la tendance générale à l'occidentalisation des habitudes alimentaires japonaises, ainsi qu'au prestige qui est accordé à la consommation de fromage accompagné de vin.

En 1980, la production japonaise de fromage transformé, qui est aux mains de quatre fabricants locaux, a atteint 65 928 tonnes. Près de 90 % a été fabriqué à l'aide de fromage local et importé. Chaque année, le gouvernement japonais autorise l'entrée en franchise d'une quantité de fromage égale au double de la production locale. Ce qui dépasse ces quantités est soumis à des tarifs douaniers de 35 %.

En 1980, les Japonais ont consommé 20 420 tonnes de fromages naturels importés, sans qu'ils aient subi d'autres transformations. De ce montant, un quart est allé aux consommateurs à travers le commerce de détail, tandis que les trois autres quarts ont été absorbés par les consommateurs institutionnels. Quant à la présentation de ces fromages, environ 80 % étaient en mottes ou râpés, alors que le reste se présentait sous forme de crème ou de poudre. Ce marché est moins sensible aux variations de prix que les autres marchés de produits alimentaires.