

Guide des exportations vers le Japon (Denrées Alimentaires) 2011
<Boissons Alcoolisées>

Organisation Japonaise du Commerce Extérieur (OJCE)

Division du commerce et de la Coopération au Développement
Département de la Coopération Economique

Mars 2011

Guide Des Exportations Vers Le Japon (Denrées Alimentaires) 2011

Publié en Mars 2011

Edité et publié par:

L'Organisation Japonaise du Commerce Extérieur (OJCE)

Division de la Coopération au Développement

Département du Commerce et de la Coopération Economique

Bâtiment Ark Mori 6^e Etage, 12-32 Akasaka 1-CHROME, Minato-ku, TOKYO

107-6006 JAPON

TEL: +81-3-3582-5770

FAX: +81-3-3585-1630

Copyright (C) 2011 JETRO. Tous droits réservés.

7. Boissons alcoolisées

Ce chapitre définit les boissons alcoolisées selon le Code HS de la grille tarifaire (fig. 7-1), partant des importations jusqu'au saké, au shochu (spiritueux), et les boissons à faible taux d'alcool (prêt-à-boire [PAB] les boissons spécifiques au Japon, tels que le chu-hai, qui sont des boissons mixtes composées de shochu, de vodka ou d'autres spiritueux avec des boissons non alcoolisées telles que l'eau gazeuse à laquelle est ajouté de jus de fruits, et du whisky [whisky mélangé avec de l'eau gazéifiée]) qui sont distribués au Japon.

Fig. 7-1: Taux de couverture pour le café dans le présent chapitre

Catégorie	Description	Code H.S
Vin	vin pétillant	2204.10
	Sherry, le porto et autres vins enrichis en alcool (détenant moins de 2 l)	2204.21-010
	Vin toujours en bouteilles (dans un contenant de 2 litres ou moins)	2204.21-020
	Autres vins (vin en vrac)	2204.29-010, -090
	Vermouth et autres vins	2205.10, 2205.90-100, -200
Bière, Bière faible en malt	Bière de malt	2203
	Bière à faible taux de malt	2206
Whisky	Bourbon	2208.30-011, 019
	Whisky de seigle	2208.30-021, 029
	Autre whisky	2208.30-031, 032
Autre	Brandy, brandy au fruit	2208.20-100, 200, 2208.90-111, -119
	Rhum	2208.40
	Gin	2208.50
	Vodka	2208.60
	Liqueurs et sirops	2208.70

I. Repères juridiques sur les Exportations vers le Japon et le Commerce intérieur au Japon

1. Cadre juridique et institutionnel

(1) Règlements et Procédures pour l'importation vers le Japon

L'importation de boissons alcoolisées est régie par 1) la loi sur l'hygiène alimentaire, 2) la loi relative à la taxe sur les liqueurs, et 3) la loi relative aux douanes.

<Loi sur l'hygiène alimentaire>

Conformément à la note de service N ° 370 du Ministère de la Santé, du Travail et des Affaires sociales, relative aux «Normes et critères pour l'alimentation et les compléments" émise dans le cadre de la Loi sur l'hygiène alimentaire et les normes en matière de résidus de pesticides, etc. (y compris les compléments alimentaires et les médicaments pour animaux) qui sont concernés par celle-ci, les boissons alcoolisées sont soumises à un test d'hygiène alimentaire visant à évaluer les types et les détails des matières premières, et de tester les types et contenus d'additifs, résidus de pesticides, mycotoxines, et ainsi de suite. Des interdictions d'importation peuvent être imposées sur des aliments si, un additif, un pesticide, ou d'autres contenus qui sont interdits au Japon, lorsque leurs niveaux dépassent les limites approuvées, ou lorsque les mycotoxines présentes, etc. dépassent les niveaux prescrits. Ainsi, les boissons alcoolisées doivent être contrôlés sur le site de production avant l'importation. Si les niveaux dépassent les normes japonaises, les dispositions prévues en la matière devront être prises.

Les normes relatives aux résidus de pesticides ont adopté un système négatif jusqu'en 2006, dans lequel les pesticides n'étaient soumis à un contrôle que s'il y avait des exigences spécifiques. Des amendements à la loi ont introduit un système de liste positive, de sorte que désormais la distribution de produits est en principe interdite, s'ils contiennent un niveau spécifique de pesticides, etc., même s'il n'y a pas d'exigence formellement établie.

7. Boissons Alcoolisées

En 2011, aucune boisson alcoolisée n'est soumise à des tests obligatoires par arrêté du Ministre en charge de la Santé (l'ensemble des contrôles exigé des importateurs par le Ministère de la Santé pour les produits alimentaires qui sont grandement susceptible d'être en violation de la Loi sur l'hygiène alimentaire). Les liqueurs médicinales ne sont pas considérées comme aliments en vertu des dispositions de la Loi sur l'hygiène alimentaire, et sont par conséquent exemptées de l'inspection de l'hygiène des aliments.

Il y a eu des cas précédemment dans lesquels la destruction ou le retour à l'expéditeur ont été ordonnés. On peut citer le vin produit en Nouvelle-Zélande découvert lors d'une inspection par les autorités, contenant du sulfate de cuivre, qui est une substance interdite. Une autre liqueur produite en Azerbaïdjan dans laquelle de l'acide sorbique a été détectée à un niveau au-dessus de la limite approuvée lors d'une inspection volontaire. Du rhum produit en Australie, qui contenait un complément non autorisé également à une inspection volontaire. Il est préférable de toujours et bien vérifier l'usage approuvé des compléments à l'avance.

<Loi relative à la taxe sur la Liqueur>

La Loi relative à la taxe sur la Liqueur définit comme boissons alcoolisées toutes boissons d'une teneur en alcool de 1 pour cent ou plus, celles qui contiennent moins de 1 pour cent sont classées comme des boissons gazeuses.

Conformément à la loi, la vente en gros de boissons alcoolisées se fait dans un système de licence, dans lequel ceux qui ont obtenu du directeur d'un bureau fiscal, un permis de grossiste pour toutes les boissons alcoolisées ou les boissons alcoolisés importés, sont autorisés à vendre en gros des boissons alcoolisées importées. Les boissons alcoolisées peuvent être importés indépendamment si elles sont destinées à être offerts pour être bues sur le lieu de commercialisation du revendeur (comme un bar, un restaurant, etc.)

La taxe sur les alcools est un droit spécifique qui est imposée selon le type et le contenu d'alcool d'un article, et ses dispositions sont résumées comme indiqué dans la Fig. 7-2.

Fig. 7-2: Résumé des taux d'Imposition sur l'alcool par type

Classification	Boisson Alcoolisée	Douanes		Impôt sur liqueur	
		Tariff General	tarif Simplifié (Note 1)	Alcool par volume	Taux /kL
Bière à faible malt	Bière de malt	Free	—	< 20% vol	¥220,000
	Bière à faible malt	* Le taux tarifaire varie en fonction de la concentration en malt et en alcool par volume (ABV).			
Brasseurs	Vin (Vin au fruit)	15% or ¥125/L, tous plus bas. Si le taux tarifaire est < ¥67/L, il est fixé à ¥67/L (Note 2)	¥70/L	—	¥80,000
Spiritueux	Whisky, brandy, spiritueux	* Le taux tarifaire varie en fonction de l'ABV		≥37% vol	¥10,000 ajouté par point de pourcentage d'ABV au dessus de 37% vol
				< 37% vol	¥370,000
Liqueurs	Liqueur, Liqueur au fruit doux	* Le taux tarifaire varie en fonction de l'ABV		< 13% vol	¥120,000 (Note 3)

Source: Agence nationale des impôts

(Note 1) Les taux tarifaires simplifiés sont applicables aux marchandises d'importation générales ou au courrier international dont la valeur en douane est de ¥100.000 ou moins.

(Note 2) Limité à ceux qui sont dans des récipients d'une capacité de 2 l ou moins, à l'exclusion des vins mousseux et fortifiés (ex. Sherry, port).

(Note 3) Si l'alcool par volume dépasse 12%, ¥10000 / kL est ajouté pour chaque vol %. Pour liqueurs <12%, à l'exclusion des produits effervescents, les tarifaires sont ¥80000 / kL si l'alcool par volume est <9%, alors qu'ils sont calculés en raison de ¥80000 / kL combiné avec un cumul incrémentiel ¥10000 par point de pourcentage ne dépassant pas 8% si elle est comprise entre 9% et 12%.

<Loi sur les Douanes>

Conformément à la loi portant sur les recettes douanières, l'importation de cargaisons dont l'étiquette vise à falsifier l'origine du contenu, etc. est interdite.

7. Boissons Alcoolisées

(2) Règlement et procédure au moment de la vente

Les règlements et les restrictions relatives à la vente de boissons alcoolisées sont expliqués ci-dessous.

<Loi relative à la taxe sur la Liqueur>

Loi relative à la taxe sur la Liqueur stipule qu'on ne peut pas vendre des boissons alcoolisées sauf si on possède un permis de grossiste pour toutes les boissons alcoolisées ou les boissons alcoolisées importées afin d'être en mesure de vendre à des détaillants, etc., une licence général de détaillant de boissons alcoolisées à vendre au grand public, les propriétaires de restaurants, de lieu de consommation de boissons, les fabricants de confiserie, et un permis de vente au détail et par correspondance les boissons alcoolisées destinées à la vente au détail et par correspondance (Fig. 7-3).

Bien que les licences de grossiste peuvent être obtenus sur la base de permis tel que mentionné ci-dessus, les licences de vente au détail peuvent être obtenus en principe, sur la base des notifications.

Fig. 7-3: Caractéristiques des Licences majeurs pour vendre des liqueurs

Licence	Caractéristiques
Licence de Commerçant de gros pour toutes les boissons alcoolisées	Tous les genres d'alcool, local ou importés peuvent être vendus en gros; La distribution au détail de toute boisson alcoolisée est interdite.
Licence de Commerçant de gros pour les liqueurs occidentales	Les liqueurs occidentales autres que la bière peuvent être vendues en gros; La distribution au détail de toute boisson alcoolisée est interdite.
Licence de Commerçant de gros pour les boissons alcoolisées importées	Les boissons alcoolisées importées peuvent être vendues à des détaillants; La distribution au détail de toute boisson alcoolisée est interdite.
Licence de Commerçant de détail général pour boissons alcoolisées	Les boissons alcoolisées, y compris les produits importés, peuvent être directement vendues à des consommateurs en général dans la zone de distribution; La distribution en gros de toute boisson alcoolisée est interdite.
Licence de Commerçant de détail en ligne pour boissons alcoolisées	Les boissons alcoolisées peuvent être vendues par commande en ligne aux consommateurs, restaurants, etc.; notez que le maximum de volume d'importations autorisé est moins de 100 kl par année.

Source: Agence National des Impôts

<Loi sur l'Association des Commerces de Liqueur (Loi sur la sécurisation des taxes sur les alcools et les Associations des Commerce de liqueur)>

La Loi sur l'Association des Commerces de Liqueur régit diverses questions relatives à l'étiquetage dans le but d'assurer un commerce stable des boissons alcoolisées, et l'étiquetage conformément à la loi sur l'Association des Commerces de Liqueur est obligatoire pour la vente de boissons alcoolisées. (Reportez-vous au titre II. Étiquetage).

<Loi sur l'hygiène Alimentaire>

Conformément à la Loi sur l'hygiène alimentaire, la commercialisation de produits contenant des substances toxiques ou dangereuses ou d'autres ayant une mauvaise hygiène, est interdite. La commercialisation de boissons alcoolisées dans des conteneurs et emballages est soumise à l'étiquetage obligatoire Conformément à la loi sur l'hygiène alimentaire, et des dispositions relatives à l'étiquetage de sécurité telles que les indications d'additifs alimentaires, les informations sur les allergies, les ingrédients et les sources d'origines, et les modifications génétiques, etc. sont applicables. (Reportez-vous à II. Étiquetage)

<Loi sur les questions Pharmaceutiques>

Pour éviter que les boissons alcoolisées en général et liqueurs médicinales soient mélangés, il est interdit conformément à la Loi sur les questions pharmaceutiques d'étiqueter ou communiquer sur une boisson alcoolisée d'une manière qui la présente à tort comme ayant l'effet d'un produit pharmaceutique. Les liqueurs médicinales sont assujetties à la Loi sur les questions pharmaceutiques et à celle sur la taxe sur les alcools, même si elle est entre en ligne de compte dans ce chapitre.

<Loi sur la responsabilité des produits>

Le café vendu comme aliment traité est soumis à la loi sur la responsabilité des produits, et toutes les précautions doivent être prises pour les contenus et des conteneurs et des emballages afin d'assurer une bonne sécurité alimentaire à l'abri des intoxications alimentaires.

7. Boissons Alcoolisées

En tant que produit traité, les boissons alcoolisées sont comprises dans les articles soumis à la Loi sur la responsabilité des produits, et des précautions doivent être prises à l'égard de la gestion de la sécurité des contenus, des contenants et des emballages.

La Loi sur la responsabilité des produits établit la responsabilité des fabricants, etc. pour les dommages aux consommateurs, au cas où des défauts sont constatés sur certains produits, partant, les importateurs sont placés dans la même catégorie que les fabricants, etc. Ceci relève d'une politique visant à rendre les importateurs responsables des dommages car il est difficile aux consommateurs victimes de tenir les fabricants d'outre-mer pour responsable des dommages.

<Loi sur les Transactions Commerciales Spécifiées >

La loi sur les transactions commerciales spécifiées prévoit la protection de l'intérêt des acquéreurs dans les transactions commerciales directes avec les consommateurs. La vente de boissons alcoolisées par correspondance, par marketing direct, télémarketing, etc. est soumise aux dispositions de la loi sur les Transactions Commerciales Spécifiées.

Notez qu'une licence de détaillant et de vente par correspondance pour les boissons alcoolisées est exigée pour la vente de boissons alcoolisées par correspondance.

<Loi sur la Promotion du Tri des déchets à la collecte et le Recyclage des contenants et emballages >

Conformément à la loi sur la promotion du Tri des déchets à la collecte et le Recyclage des contenants et emballages, les importateurs, etc. qui vendent des contenus en utilisant des contenants et des emballages concernés par ladite loi (bouteille en verre, en plastiques, contenant et emballages en papier, contenants et emballages en plastique, etc.) sont tenus de les recycler (toutefois, cette mesure ne s'applique pas aux petites entreprises).

<Loi sur l'interdiction de Boire des Mineurs>

La Loi sur l'interdiction de Boire des Mineurs interdit la consommation de boissons alcoolisées par des mineurs, et prévoit une sanction pour ceux qui les leurs vendent ou offrent. Pour mieux contrôler cela, il est recommandé d'étiqueter les contenants et emballages des boissons alcoolisées pour indiquer que "la consommation d'alcool par des mineurs est interdite par la loi", «Avoir 20 ans ou plus pour consommer de l'alcool», etc.

Dans les boutiques, etc. qui vendent des boissons alcoolisées, également, une indication visible doit clairement indiquer que «Endroit réservé aux boissons alcoolisées» ou «Etablissement ne servant que des boissons alcoolisées» et que «nous ne vendons pas les boissons alcoolisées quand un client n'est pas confirmée avoir plus de 20 ans "avec une taille de police supérieure à 100 points.

2. Procédures

(1) Procédures d'autorisation d'importation et de vente

<Inspection d'hygiène alimentaire>

Conformément à la Loi sur l'hygiène alimentaire, les documents requis devront être déposés (Fig. 7-5) lors du dépôt de la demande d'inspection auprès du Département Surveillance des Aliments Importés des stations de quarantaine et du Ministère de la Santé, du Travail et des Affaires sociales. L'inspection est effectuée là où il a été jugé nécessaire pour vérifier les normes et critères ou les aspects sécuritaires à l'étape de l'examen initial. Si, à la suite de l'examen initial et de l'inspection, aucune irrégularité n'est détectée dans les dispositions prévues par la loi, le certificat d'enregistrement sera retourné, pour ensuite être présenté par le requérant, en même temps que les documents de douane, lors du dépôt d'une demande d'importation auprès de l'administration douanière. Par-contre, au cas où des irrégularités sont constatées établissant ainsi que les aliments sont impropres à l'importation, des mesures telles que la destruction ou le retour à l'expéditeur sont prises (Fig. 7-4).

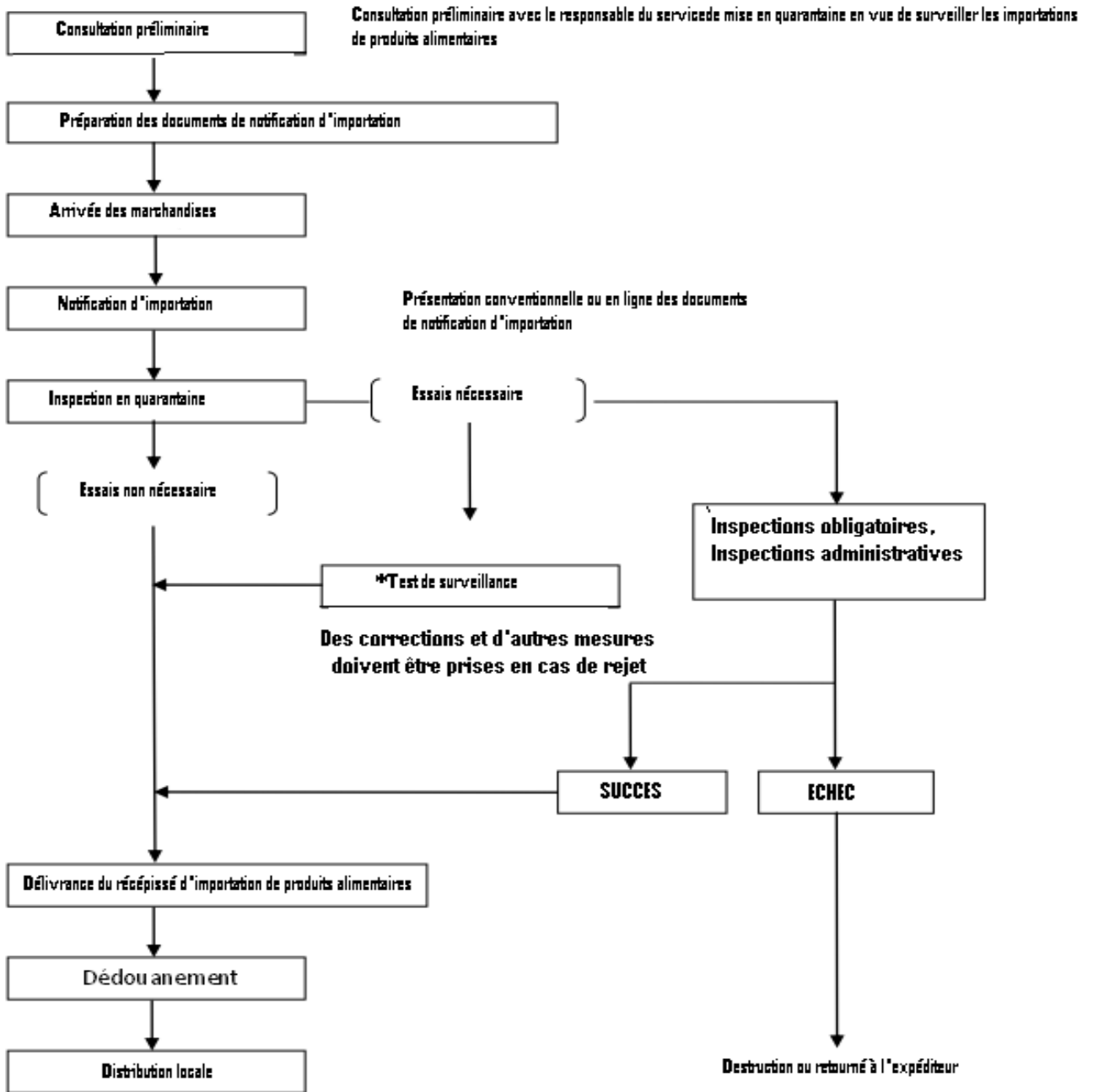
<Les Douanes>

Conformément à la Loi sur les Activités douanières, les déclarations d'importation doivent être faites par les importateurs eux-mêmes ou confiées aux personnes agréées en tant que spécialistes en douane (y compris les courtiers en douane).

Pour que des marchandises en provenance d'un pays étranger entrent sur le territoire Japonais, une déclaration d'importation doit être faite au bureau des douanes compétent pour la zone où les marchandises sont stockées. Les cargaisons pour lesquelles l'inspection douanière est requise sont soumises à des inspections en bonne et due forme dans un premier temps, et sur paiement des droits de douane et des taxes à la consommation nationales et locales, un permis d'importation peut être accordé en principe.

Pour transférer des cargaisons de boissons alcoolisées destinées à l'importation hors de la zone sous douane, une notification doit être déposée auprès du directeur du bureau des impôts compétent avant le temps de l'agrément.

Fig. 7-4: Organigramme de la Procédure d'importation



Source: Ministère de la Santé, du Travail et de la Prévoyance Sociale

* Importer des aliments suivant la notification d'inspection, menée par les stations de quarantaine MHLW selon le plan annuel.

7.Boissons Alcoolisées

<Documents à fournir>

Les documents à fournir pour l'importation sont résumés dans la figure 7-5 ci-dessous sur la base des renseignements fournis par chacun des services compétents.

Fig. 7-5: Les documents à fournir pour le dédouanement à l'importation

Services Compétents	Documents à fournir
Départements de contrôle des aliments importés des stations de quarantaine, Ministère de la Santé, du Travail et de la Prévoyance sociale (Inspection de l'hygiène alimentaire conformément à la loi sur l'hygiène alimentaire)	Formulaire de Notification pour l'importation d'aliments
	Tableau de Matériaux/ingrédients
	Organigramme de Production
	Tableau d'analyse des résultats délivrés par l'Institut d'inspection désigné (s'il y a des traces passées des importations)
Bureaux National des Douanes (Dédouanement conformément à la loi sur les Services de Douane)	Declaration d'importation
	Facture
	Bordereau d'expédition
	Connaissance (B/L) ou bordereau de transport aérien
	Deux copies de la notification d'étiquetage conformément à la loi sur l'Association des Commerces de Liqueurs*
	Une copie de la Licence conformément à la loi relative aux impôts sur l'alcool*

Source: Ministère de la Santé, du Travail et de la Prévoyance Sociale

* Les documents doivent être soumis avant demande d'importation.

(3) Contacts des autorités, institutions et départements compétents pour informations.

Fig. 7-6: Contacts des autorités compétentes

Loi relative aux taxes sur les Boissons alcoolisées/Loi sur L'Association des Commerce de liqueur/ Loi interdisant la boisson aux mineurs	Division de l'Industrie des Taxes sur les liqueurs, Département des Impôts, Agence Nationale des Impôts.	TEL: +81-3-3581-4161
Loi sur l'hygiène alimentaire	Division Inspections et Sécurité, Département Sécurité Alimentaire Sécurité Alimentaire, Bureau de la Sécurité Alimentaire et Pharmaceutique, Ministère de la Santé, du Travail et des Affaires Sociales	TEL: +81-3-5253-1111 http://www.mhlw.go.jp
Loi sur les tarifs douaniers	Office des Douanes, Ministère des Finances Japon	TEL: +81-3-3581-4111 http://www.mof.go.jp
Loi sur la normalisation et l'étiquetage adéquat des produits agricoles et forestiers	Division Etiquetage et Normes, Bureau de la Sécurité Alimentaire et du Consommateur, Ministère de de l'Agriculture, de la Forêt et de la Pêche,	TEL: +81-3-3502-8111 http://www.maff.go.jp
La loi sur les Mesures	Division Mesures et infrastructures intellectuelles, Office de la Politique en matière de Sciences et Technologies Industrielles et de l'Environnement, Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie.	TEL: +81-3-3501-1511 http://www.meti.go.jp
Loi sur la promotion de la santé publique	Division Aliments et Emballages, Agence chargée du consommateur	TEL: +81-3-3507-8800 http://www.ca.go.jp

7.Boissons Alcoolisées

Loi contre les primes complaisantes et les déclarations mensongères Représentation Répartition, Agence chargée du consommateur	TEL: +81-3-3507-8800 http://www.ca.go.jp
Loi sur la responsabilité des produits Division Sécurité Consommateurs, Agence chargée du consommateur	TEL: +81-3-3507-8800 http://www.ca.go.jp
Loi sur les Transactions Commerciales Spécifiées Agence de conseils pour consommateurs, Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie Division Sécurité du Consommateur, chargée du consommateur	TEL: +81-3-3501-1511 http://www.meti.go.jp TEL: +81-3-3507-8800 http://www.ca.go.jp
Loi sur la Promotion du Tri des déchets à la collecte et le Recyclage des conteneurs et emballages/ Loi sur la Promotion de l'Utilisation Efficace des Ressources Division de la Promotion du recyclage, Office de la Politique en matière de Sciences et Technologies Industrielles et de l'Environnement, Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie. Bureau pour la Promotion du Recyclage, Département Gestion des Ordures et Recyclage, Ministère de L'Environnement Division Politique de l'Industrie Alimentaire, Office de la Politique Alimentaire Générale Ministère de l'Agriculture, de la Forêt et de la Pêche	TEL: +81-3-3501-1511 http://www.meti.go.jp TEL: +81-3-3581-3351 http://www.env.go.jp TEL: +81-3-3502-8111 http://www.maff.go.jp
Loi contre la Concurrence Déloyale/Loi sur les Marques Bureau de la Politique de la Propriété Intellectuelle, Bureau de la Politique Economique et Industrielle, Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie, Division Affaires Générales, Office des brevets du Japon, Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie,	TEL: +81-3-3501-1511 http://www.meti.go.jp TEL: +81-3-3581-1101 http://www.jpo.go.jp

II. L'étiquetage

1. L'étiquetage selon les dispositions légales

Le label de qualité de la Liqueur en tant que produit doit être en japonais et respecter les lois et règlements suivants: 1) la loi sur l'hygiène alimentaire, 2) La loi relative à la liqueur 3) la loi sur l'Association des commerces de liqueurs, 4) Loi sur la normalisation et l'étiquetage des produits agricoles et forestiers, 5) Loi sur la mesure, 6) la Loi sur la Promotion de la santé, 7) Loi sur la promotion de l'utilisation efficace des ressources, 8) Loi sur les questions pharmaceutiques, 9) Loi contre les primes injustifiables et les déclarations mensongères et 10) Les lois liés aux actifs intellectuels (exemple, les lois sur la prévention de la concurrence déloyale, Loi sur les marques).

Les boissons alcoolisées doivent obligatoirement être marquée du nom du fabricant, mentionner le poids et le type d'alcool sur l'emballage du contenant conformément à la méthode présentée au ministère des Finances. Pour cette raison, lors de l'importation et la vente de boissons alcoolisées, l'importateur doit fournir les informations suivantes sur les étiquettes en conformément aux normes d'étiquetage de qualité pour les aliments traités selon la Loi sur la normalisation et l'étiquetage des produits agricoles et forestiers, et les exigences similaires pour les aliments traités emballés dans des contenants selon la Loi sur l'hygiène alimentaire, la loi sur l'Association de Commerce d'alcools 1) Nom du produit, 2) Type, 3) Ingrédients, 4) Taux d'alcool, 5) Contenu et 6) Date d'expiration, 7) Méthode de conservation, 8) Pays d'origine, et 9) Nom et adresse de l'importateur.

La Loi sur l'hygiène alimentaire prescrit des normes d'étiquetage de qualité pour l'alcool, et exige que l'étiquetage de la qualité appropriée soit effectué sur la base de la compréhension correcte des normes correspondantes lors de l'importation des aliments concernés.

7.Boissons Alcoolisées

< Nom du produit >

Le nom du produit doit être inscrit sur l'étiquette conformément à la loi sur la normalisation et l'étiquetage adéquat des produits agricoles et forestiers et la loi sur l'hygiène alimentaire.

<Ingrédients>

Les ingrédients du produit doivent être listés sur l'étiquette dans un ordre décroissant en fonction de leurs contenus conformément à la loi sur la normalisation et l'étiquetage adéquat des produits agricoles et forestiers et la loi sur l'hygiène alimentaire.

<Additifs>

Les dénominations chimiques des additifs utilisés doivent être listées sur l'étiquette dans l'ordre décroissant en fonction de leurs contenus conformément à la loi sur l'hygiène alimentaire. La dénomination chimique et l'usage des huit additifs suivants doivent être indiqués sur l'étiquette: édulcorants, antioxydants, colorants artificiels, agents chromogènes, conservateurs, agents blanchisseurs, agents épaississants / stabilisants / gélifiants / agents d'enrobage, agents antifongiques et agents anti-moisissures). Pour les détails des normes d'utilisation et de conservation des additifs, il est bon de savoir que la Note de service N° 370 du Ministère de la Santé, du Travail et des Affaires Sociales relative aux « Normes et Critères pour l'alimentation et les additifs » définit la limite maximale d'additifs autorisée pour chaque produit alimentaire.

<Poids du contenu>

Lors de l'importation et de la commercialisation du café (produit transformé), l'importateur doit peser le produit conformément à la loi sur la mesure et indiquer le poids en grammes sur l'étiquette. Le produit doit être pesé de façon que la différence entre le poids réel du produit et le chiffre indiqué sur l'étiquette se situe dans la limite autorisée

<Date d'expiration>

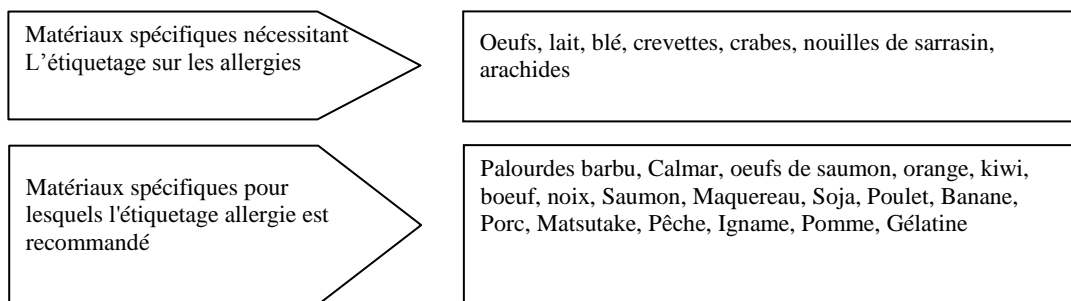
La date d'expiration du produit lorsqu'il est conservé selon le mode de conservation à un état non ouvert donné doit être indiquée sur l'étiquette conformément à la loi sur la normalisation et l'étiquetage adéquat des produits agricoles et forestiers, de même que celle sur l'hygiène alimentaire. Comme la qualité du café ne se détériore pas facilement, la mention «meilleur avant» la date doit être indiquée sur l'étiquette.

<Allergies>

Lorsque des produits contenant les ingrédients spécifiques indiquées dans la Fig. 7-7 sont vendus, il est nécessaire ou recommandé que les ingrédients soient étiquetés conformément à la Loi sur l'hygiène alimentaire pour prévenir les risques sanitaires pour les consommateurs souffrant d'allergies spécifiques.

Certains produits tels que les boissons à faible taux d'alcool ajouté à l'orange contiennent des ingrédients sujet à l'étiquetage portant mention allergie. Si elles sont incluses dans la liste des ingrédients principaux, aucune action supplémentaire ne doit être prise. Si le nom des ingrédients sur l'étiquette n'identifie pas certains ingrédients, l'étiquetage est obligatoire ou recommandée.

Fig. 7-8: Matériels Spécifiques relatives à l'étiquetage sur les allergies



Source: Ministère de la Santé, du Travail et de la Prévoyance sociale

7.Boissons Alcoolisées

<Aliments Recombinant>

Les boissons alcoolisées suivantes contenant des ingrédients tels que les cultures recombinantes, etc. doivent être étiquetées comme telles sur le contenant ou l'emballage dans le respect des normes d'étiquetage de qualité selon la Loi sur les normes d'étiquetage de qualité et l'étiquetage des produits agricoles et forestiers:

a) Liqueurs fabriqués à partir des cultures concernées (fèves de soja produites en utilisant des techniques de recombinaison de l'ADN, y compris les fèves vertes de soja et les germes de soja, le maïs, les pommes de terre, le colza, les graines de coton) ou les aliments traités à base de ces ingrédients, qui contiennent des résidus d'ADN recombiné ou de la protéine produite à la suite.

b) Les liqueurs à base de fèves de soja avec de fortes caractéristiques d'acide oléique (y compris les aliments traités à base de ceux-ci), qui sont classés comme des cultures spécifiques recombinantes (cultures concernées dont la composition et la valeur nutritionnelle sont très différentes des cultures normales parce qu'elles sont produites en utilisant la technologie de recombinaison d'ADN), si de telles fèves de soja constituent l'ingrédient principal (un des trois premiers ingrédients, ce qui représente 5% ou plus du poids total), et les spiritueux fabriqués à partir de ces liqueurs.

L'étiquetage indiquant que le produit n'est pas recombinant est interdit pour les produits fabriqués à partir de cultures de liqueur dont les produits recombinants ne sont pas disponibles et les aliments transformés à base de ces cultures.

<Taux d'Alcool>

la Loi sur l'Association des Commerce de Liqueur exige que l'étiquetage de la teneur en alcool soit en "degrés" ou "%".

Les lois fiscales sur alcool prescrivent pour l'alcool ± 1 degré de différence que la valeur admissible.

<Poids du contenu>

Lors de l'importation et de la commercialisation du café (produit transformé), l'importateur doit peser le produit conformément à la loi sur la mesure et indiquer le poids en grammes sur l'étiquette. Le produit doit être pesé de façon que la différence entre le poids réel du produit et le chiffre indiqué sur l'étiquette se situe dans la limite autorisée

Le poids des produits doit être indiqué en litres, millilitres ℓ, ou ml selon la Loi sur l'Association des Commerce de Liqueur.

<Date d'Expiration>

L'étiquetage date d'expiration prévue par la Loi sur l'hygiène alimentaire peut être omis pour les boissons alcoolisées, mais les boissons alcoolisées, nécessitant des précautions de conservation à respecter doivent être étiquetés avec la date d'expiration et les précautions de conservation conformément aux normes d'étiquetage de qualité de la méthode de fabrication du saké et du code de concurrence loyale.

La Loi sur l'hygiène alimentaire et la Loi sur l'Association des Commerce de Liqueur n'exige pas l'étiquetage de la date de fabrication, mais plutôt un étiquetage approprié du type d'alcool pour les produits de saké afin d'assurer et faciliter le commerce de l'alcool et faire profiter les consommateurs. Ces lois ont donc des normes d'étiquetage pour les méthodes de fabrication et la qualité des produits de saké et elles requièrent l'étiquetage de la date de fabrication.

<Méthode de Conservation>

La méthode de conservation pour le maintien de la saveur à l'état fermé jusqu'à la date de péremption doit être indiquée sur l'étiquette conformément à la Loi sur la normalisation et l'étiquetage des produits agricoles et forestiers, et celle sur l'hygiène alimentaire. Pour les boissons alcoolisées qui peuvent être stockées à température ambiante, la méthode de conservation peut être omise sur l'étiquette.

<Pays de origine>

Les normes en matière d'étiquetage pour l'aspect géographique telles que prescrites par le Texte de l'Agence Nationale des Impôts, interdisent l'étiquetage dont l'utilisation est elle-même interdite dans les pays autres que les pays producteurs membres de l'OMC. Pour cette raison, des produits uniques à une région particulière, comme le vin de Bordeaux, le Champagne, le Cognac et le brandy doivent porter une étiquette indiquant qu'ils ont été produits dans des régions autres que le site de production selon les mêmes règles de protection que les droits d'auteur, etc.

Les normes d'étiquetage de qualité pour les aliments traités, spécifiées par la Loi sur la normalisation et l'étiquetage des produits agricoles et forestiers, exigent que le pays d'origine soit indiqué sur les étiquettes des aliments importés. Cette loi prévoit aussi que le pays d'origine soit étiqueter pour les ingrédients énumérés dans le tableau ci-joint. L'exigence n'est pas applicable à tous les autres ingrédients.

Ces informations doivent être étiquetés soit par l'indication entre parenthèses dans la liste des ingrédients ou en indiquant le nom du pays d'origine dans une colonne spécifiée de l'étiquetage.

<Importateurs>

Le nom et l'adresse de l'importateur doivent être indiqués sur l'étiquette conformément à la Loi sur la normalisation et l'étiquetage des produits agricoles et forestiers, et la Loi sur l'hygiène alimentaire.

7. Boissons Alcoolisées

<Questions nutritionnelles>

Les composantes nutritionnelles et le nombre de calories doivent être indiqués sur les étiquettes des produits de café (produits transformés) en conformité avec les normes d'étiquetage nutritionnel prévues par le Ministre de la Santé. Les informations requises comprennent les éléments nutritifs, les composantes structurales (Ex : acides aminés dans les protéines) et les types de composantes (Ex : acides gras dans la matière grasse).

Les composants doivent être indiqués dans l'ordre et unité suivants:

- a) Calories (kcal ou kilocalories)
- b) Protéine (g ou grammes)
- c) Matière grasse (g ou grammes)
- d) Glucides (g ou grammes)
- e) Sodium
- f) Autres éléments nutritifs devant figurer sur les étiquettes

Le ministère de la Santé prévoit également des normes sur l'étiquetage des autres composants nutritionnels et sur des informations devant être mis en évidence.

Les étiquettes d'aliments spécifiés doivent respecter les normes en vigueur et être examinées pour approbation.

<Etiquetage Biologique >

La Loi sur L'Association de Commerce de Liqueur permet l'étiquetage de «vin biologique» sur le contenant ou l'emballage de boissons alcoolisées qui répondent aux normes suivantes prévues par la loi, conformément à la «norme biologique NAJ.» (Fig.7-8)

a) Les ingrédients et le volume de leur contenu

· Les Produits agricoles biologiques et les aliments traités évalués selon la Loi sur la normalisation et l'étiquetage des produits agricoles et forestiers doivent être utilisés comme ingrédients.

· Le contenu des produits agricoles biologiques est de 95% ou plus.

· L'utilisation de compléments alimentaires est le minimum requis pour la fabrication.

b) La gestion des processus de fabrication et autres

· La méthode de fabrication répond à certaines conditions telles que la méthode utilisant les fonctions physiques et biologiques.

c) L'étiquetage du type de produit

· Doit être étiqueté comme «liqueur à base de produits biologiques agricoles et d'élevage» ou «liqueur faite à partir de produits agricoles biologiques» (limité aux produits qui n'utilisent pas de produits d'origine animale comme ingrédients biologiques) selon l'étiquetage du type de boisson alcoolisée.

· La police et la taille des caractères pour l'étiquetage de la «liqueur à base de produits biologiques agricoles et d'élevage» ou la «liqueur faite à partir de produits de agricoles biologiques» doivent être les mêmes que l'étiquetage du type de boisson alcoolisée. Si les conditions susmentionnées ne sont pas remplies, l'étiquetage "vin biologique", etc. n'est pas autorisé, mais «utilisation de raisins biologiques xx% " peut être autorisée. Dans ce cas, le procédé de marquage diffère selon que les produits biologiques agricoles ou d'élevages utilisés représentent plus ou moins de 50% du poids total.

Si la quantité de produits biologiques agricoles et d'élevage utilisées est de 50% ou plus, il faut faire attention à ce qui suit:

i. La quantité de produits agricoles et d'élevage biologique (Contient x% de culture biologique et de produits d'origine animale) doit être étiquetée à l'avant, en arrière, ou à proximité de l'étiquetage du type d'alcool. Les caractères utilisés pour l'étiquetage "(Contient x% de culture biologique et de produits animaux)" doit être de la même police et taille que celle utilisée pour l'étiquetage du type d'alcool. "x %" doit être exprimée en unités numériques de 1% ou 5% (décimales arrondies vers le bas). La même chose s'applique à ce qui suit.

ii. L'étiquetage sur l'utilisation de produits biologiques agricoles et d'élevage ne doit pas être lié au nom du générique ou au nom de l'alcool.

iii. Les caractères utilisés pour l'étiquetage sur l'utilisation des produits agricoles et d'élevage biologique doit être plus petits que la taille des caractères utilisés pour indiquer le nom générique de la liqueur.

Si la quantité de produits agricoles biologiques et d'élevage utilisé est inférieure à 50%, il faut faire attention à ce qui suit:

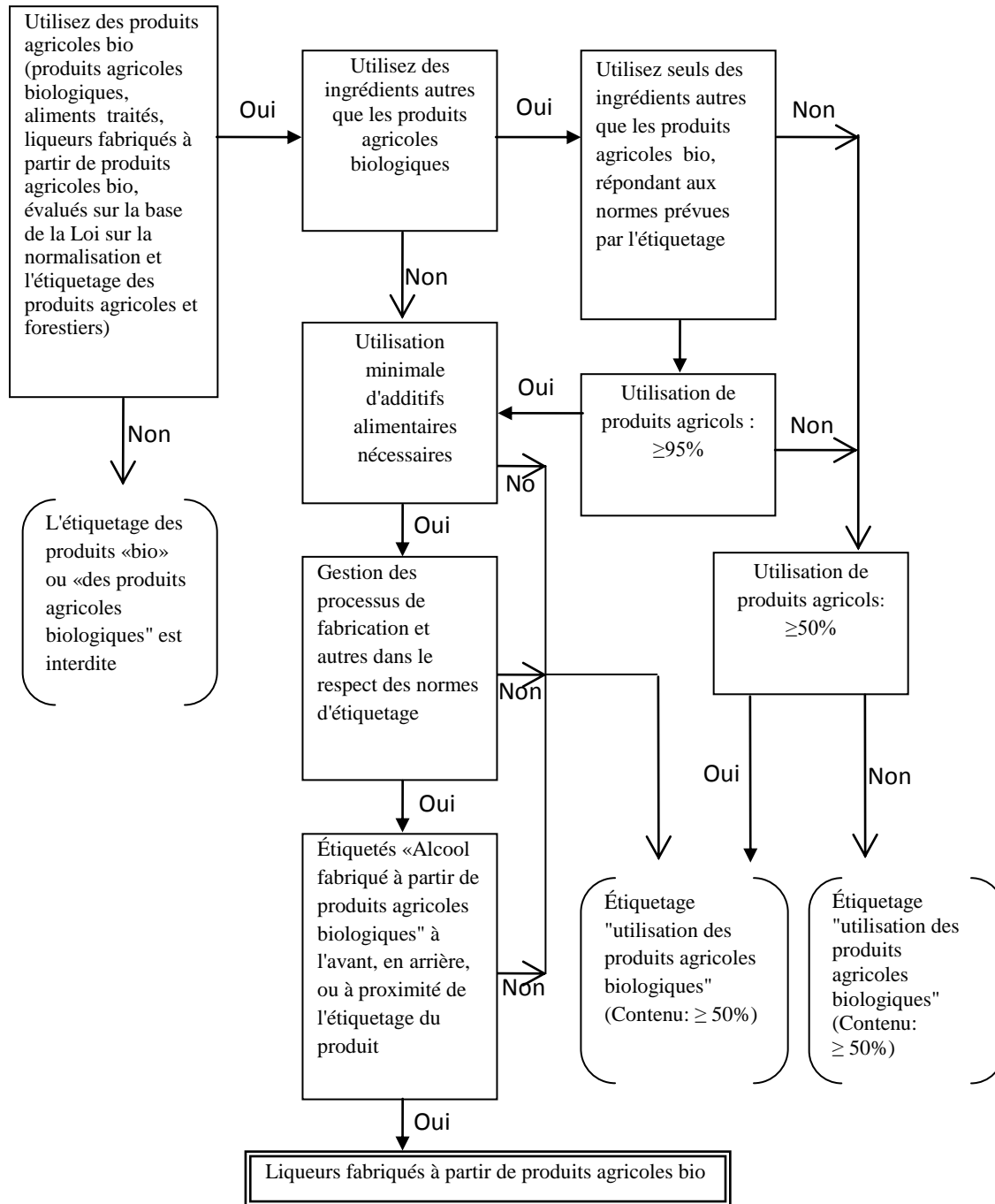
i. La quantité de produits agricoles biologiques et d'élevage (Contient x% de culture biologique et de produits d'origine animale) doit être étiquetée à l'avant, en arrière, ou à proximité de l'étiquetage du type d'alcool.

ii. L'étiquetage sur l'utilisation des produits agricoles biologiques et d'élevage ne doit pas être lié au nom générique ou au nom de l'alcool.

iii. Les caractères utilisés pour l'étiquetage sur l'utilisation des produits agricoles biologiques et d'élevage ne doivent pas dépasser la taille des caractères pour le marquage prévu à l'article 86-5 (règles d'étiquetage sur le type d'alcool, etc.) (Excluant le type de produit) et à l'article 2 de normes d'étiquetage sur la prévention de la consommation d'alcool par des mineurs (Déclaration No9 de l'Agence Nationale des Impôts 1989) qui sont étiquetés sur le contenant ou l'emballage de la liqueur concerné doivent être plus petite que la taille des caractères utilisés pour indiquer le nom générique de la boisson l'alcoolisée.

7.Boissons Alcoolisées

Fig. 7-8: Diagramme des normes d'étiquetage biologique etc. pour les boissons alcoolisées



Source: Agence nationale des impôts

7.Boissons Alcoolisées

<Conteneurs et emballages>

La loi sur la promotion de l'utilisation efficace des ressources exige un étiquetage qui permette de promouvoir les grains triés sur les contenants et emballages spécifiés. Les produits d'importation remplissant les conditions suivantes doivent, de par la loi, être étiquetés pour permettre leur identification.

- Lorsque des consignes administratives ont été données sur les matériaux et la structure des conteneurs et emballages et l'usage de la marque pour le produit importé.
- Lorsque les contenants et emballages du produit d'importation sont floqués, étiquetés ou comportent des inscriptions en Japonais.

Lorsque les deux types de contenants suivants sont utilisés pour des produits du café, l'un ou les deux sceaux indiqués dans la figure 1-6 ci-dessous doit ou doivent porter une étiquette sur un ou plusieurs cotés du contenant et de l'emballage dans le style indiqué.

Fig. 7-9: Étiquettes de promotion de collecte sélective



<Description>

La Loi sur les questions pharmaceutiques permet l'étiquetage des indications médicales ou d'efficacité sur l'emballage des produits alcoolisés à usage médical uniquement qui ont été approuvés conformément à la Loi.

Les descriptions de produits avec des expressions fausses ou trompeuses sont interdites par l'Association des commerces de Liqueur, la Loi sur les primes contre la publicité mensongère et la Loi sur la prévention de la concurrence déloyale, qui est applicable à tous les articles en plus des produits alimentaires.

2. Étiquetage en vertu de retenue volontaire de l'industrie

Pour éviter l'induction des clients à travers l'étiquetage illégale, l'étiquetage qui peut provoquer des malentendus chez les consommateurs en général est interdite par les normes suivantes en matière d'étiquetage de qualité et le code de concurrence loyale par type d'alcool.

- Articles 2 et 6, Normes d'étiquetage de qualité de la méthode de fabrication du saké (Novembre 1989 Déclaration de l'Agence Nationale des Impôts)
- L'article 6, code de concurrence loyale sur l'étiquetage de la bière (Décembre 1979 Association des Brasseries du Japon)
- L'article 6, code de concurrence loyale sur l'étiquetage de la bière d'importation (Mars 1982 Association des Importateurs de Spiritueux et Vins du Japon)
- L'article 6, code de concurrence loyale sur l'étiquetage whisky (Août 1980 Association des Fabricants de Liqueur et Spiritueux du Japon)
- L'article 6, code de concurrence loyale sur l'étiquetage du whisky d'importation (Août 1980 Association des Importateurs de Spiritueux et de Vins du Japon)
- L'article 6, code de concurrence loyale sur l'étiquetage du pot-distillée du shochu (Juin 1986 Association des Fabricants de Saké et de Shochu du Japon)
- L'article 6, code de concurrence loyale sur l'awamori (Novembre 1983 Association des Fabricants de Saké et de Shochu du Japon)

7. Boissons Alcoolisées

Japon)

< Code de concurrence Loyale et Ordonnance pour l'application de la loi sur l'étiquetage de la bière>

<http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/C-1.pdf>

< Code de concurrence Loyale et Ordonnance pour l'application de la loi sur l'étiquetage de la bière d'importation>

<http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/C-2.pdf>

< Code de concurrence Loyale et Ordonnance pour l'application de la loi sur l'étiquetage du whisky>

<http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/C-3.pdf>

< Code de concurrence Loyale et Ordonnance pour l'application de la loi sur l'étiquetage du whisky d'importation>

<http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/C-4.pdf>

< Code de concurrence Loyale et Ordonnance pour l'application de la loi sur l'étiquetage du pot-distillée de shochu>

<http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/C-5.pdf>

< Code de concurrence Loyale et Ordonnance pour l'application de la loi sur l'étiquetage de l'awamori>

<http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/C-6.pdf>

< Code de concurrence Loyale et Ordonnance pour l'application de la loi sur l'étiquetage des boissons alcoolisées par les détaillants de boissons alcoolisées>

<http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/C-7.pdf>

Pour assurer le choix du produit approprié par les consommateurs et la concurrence loyale, le "code de concurrence loyale sur les restrictions sur l'octroi des primes à l'importation d'alcool et de l'industrie des ventes" prescrit des règles volontaires sur la base de la loi contre les primes injustifiables et les déclarations mensongères.

La bière d'importation exige l'étiquetage de la date d'expiration et le mode de conservation en conformité avec le "code de concurrence loyale sur la bière et l'étiquetage de la bière d'importation."

Contacts:

Association des Brasseries du Japon TEL: +81-3-3561-8386 <http://www.brewers.or.jp>

Association des Importateurs de Spiritueux et Vins du Japon TEL: +81-3-3503-6505 <http://www.youshu-yunyu.org>

Association des Fabricants de Liqueurs du Japon TEL: +81-3-6202-5728 <http://www.yoshu.or.jp>

Association des Fabricants de Saké et Shochu du Japon TEL: +81-3-3501-0101 <http://www.japansake.or.jp>

III. Régime Fiscal

1. Droits de douane, taxes à la consommation et autres taxes applicables

Les Droits de douane sur les boissons alcoolisées sont indiqués dans le tableau ci-dessous. Les Droits de douane sur le vin sont basés sur un système de taxation sélective soit spécifique soit d'obligation ad valorem, dans lesquels des taux de droits différents s'appliquent en fonction de l'élément et l'origine de l'exportation. Conformément à l'accord de l'OMC à sa session d'Uruguay, la bière et le whisky ont été en franchise depuis 2002, et le cognac depuis 2004.

Les taux de droits pour le bourbon ou le whisky de seigle sont applicables seulement à ceux qui ont été authentifiés par le gouvernement ou un instrument du gouvernement du pays d'origine. Comme pour les liqueurs, où il est difficile de juger si oui ou non un article est de la liqueur pendant les procédures de dédouanement à l'importation, une boisson alcoolisée mélangée qui contient du sucre ou des édulcorants ajoutés dans le but de l'adoucir doit être considérée comme une liqueur. Pour faire une demande de tarifs préférentiels sur les articles importés des pays à traitement préférentiel, l'importateur doit présenter un Certificat d'origine du Système Généralisé de Préférences (SGP) délivré par les services des douanes ou une autre agence du pays exportateur, aux douanes Japonaise avant dédouanement à l'importation (pas nécessaire si la valeur imposable totale de l'article n'est pas supérieure à ¥200.000). Les détails peuvent être contrôlés avec le Bureau des douanes et du Tarif du ministère des Finances.

Si l'importateur désire vérifier les classifications tarifaires ou les taux tarifaires à l'avance, il peut être pratique d'utiliser le Système de Régulation de Classification Préalable dans lequel on peut faire des recherches et recevoir des réponses en personne, par écrit ou par e-mail.

Fig. 7-10: Droits de douane sur les boissons alcoolisées (FY2011)

Code H.S.	Description	Taux Tarifaire				
		General	Temporaire	OMC	GSP	LDC

7.Boissons Alcoolisées

22.03	00	-000	Bière de malt	6.40 yen/l		Gratuit	Gratuit	
22.04	10	-000	Vin de raisins frais, dont des vins fortifiées Vins mousseux	201.6 yen / ℓ		182 yen / ℓ	145.6 yen / ℓ	Gratuit
		21	En conteneurs atteignant 2ℓ ou moins Sherry, porto et autres vins fortifiés	123.20 yen/ ℓ		112 yen / ℓ		Gratuit
	29	-020	Autre	21.3% or 156.80 yen/ ℓ, le moins, sujet à un droit de douane minimum de 93 yen / ℓ		15% or 125 yen/ ℓ, le moins, sujet à un droit de douane minimum de 67 yen / ℓ		Gratuit
		-010	Autre 1. En conteneurs atteignant 150ℓ ou moins	21.3% or 156.80 yen/ ℓ, le moins, sujet à un droit de douane minimum de 93 yen/ ℓ		15% or 125 yen/ ℓ, le moins, sujet à un droit de douane minimum de 67 yen / ℓ		Gratuit
		-090	Autre	64 yen / ℓ		24 yen / ℓ		Gratuit
22.05	10	-000	Vermouth et autre vin de raisins frais parfumés avec des plantes ou des substances biologiques Dans des conteneurs atteignant 2 ℓ ou moins	70.6 yen / ℓ		69.3 yen / ℓ	50.4 yen / ℓ	Gratuit
		90	Autre					
	-100 -200	D'une telle concentration d'alcool par volume de moins 1. 1% vol 2. Autre	22.5% 70.6yen / ℓ		19.1% 69.3yen / ℓ	50.4 yen / ℓ	Gratuit Gratuit	
22.06	00	-225	Autre boissons fermentées (a) boissons pétillantes faites, en partie, du malt	(6.40yen / ℓ)	Gratui	(42.4yen / ℓ)		
22.08	20	-100	Spiritueux obtenus par distillation de grappes de vin ou grappe marc 1. D'une forte concentration d'alcool par volume de 50% ou plus élevé, sauf ceux dans les conteneurs faisant moins de 2ℓ	(193.2 yen / ℓ)	Gratui	(Grat)		
		-200	2. Autre	(227.9 yen / ℓ)	Gratui	(Grat)		
	30	-011	Whiskies 1. Bourbon, authentique D'une forte concentration d'alcool par volume de 50% ou plus élevé, sauf ceux dans les conteneurs faisant moins de 2ℓ	(13.7%)	Gratui	(Grat)		
		-019	Autre	(15.7%)	Gratui	(Grat)		
		-021	2. Whisky de seigle, authentique D'une forte concentration d'alcool par volume de 50% ou plus élevé, sauf ceux dans les conteneurs faisant moins de 2ℓ					
	-029	Autre						
	-031	3. Autre D'une forte concentration d'alcool par volume de 50% ou plus élevé, sauf ceux dans les conteneurs faisant moins de 2ℓ	(207.2 yen / ℓ)	Gratui	(Grat)			
	-032	Autre	(172.5 yen / ℓ)	Gratui	(Grat)			
	40	-000		(20.2%)	Gratui	(18.0%)		
	50	-000	Rhum et autres spiritueux obtenus par distillation des produits de canne à sucre fermenté Gin et Genève	(19.6% or 86.20 yen/ ℓ, si ce dernier est moins) (17.9%)	Gratui	(17.5% or 77 yen/ ℓ, si ce dernier est		

7.Boissons Alcoolisées

60	-000	Vodka	(141.10 yen / ℓ)		moins)		
70	-000	Liqueurs et sirops		Gratui	(16.0%)		
90		Autre		Gratui	(126 yen / ℓ)		
		Alcool éthylique et boissons alcoolisées distillées		Gratui			
		Vie de Fruit	(193.2 yen / ℓ)	Gratui	Gratui		
	-111	D'une forte concentration d'alcool par volume de 50% ou plus élevé, sauf ceux dans les conteneurs faisant moins de 2ℓ	(227.9 yen / ℓ)	Gratui	Gratui		
	-119	Autre					
		Autres spiritueux					

Source: Ministère des Finances

Note 1) Des tarifs spéciaux d'urgence peuvent être imposés sur les articles si leur volume d'importation a augmenté de plus d'un pourcentage spécifié ou leur prix à l'importation a diminué de plus d'un pourcentage spécifié.

Note 2) Un taux spécial préférentiel n'est applicable que pour les pays les moins développés.

Note 3) Normalement, l'ordre de priorité pour l'application de tarifs est préférentiel, l'OMC, temporaire, et général, dans cet ordre. Toutefois, les taux préférentiels ne sont éligibles que lorsque les conditions prévues par la loi ou les règlements sont respectés. Les taux de l'OMC s'appliquent lorsque ces taux sont inférieurs aux taux temporaires ou général. Reportez-vous à «Grille des tarifs douaniers du Japon" (par l'Office des Douanes, le Ministère des Finances) pour une interprétation plus complète de la grille tarifaire.

2. Taxe à la consommation

(CIF + droits du tarif) × 5%

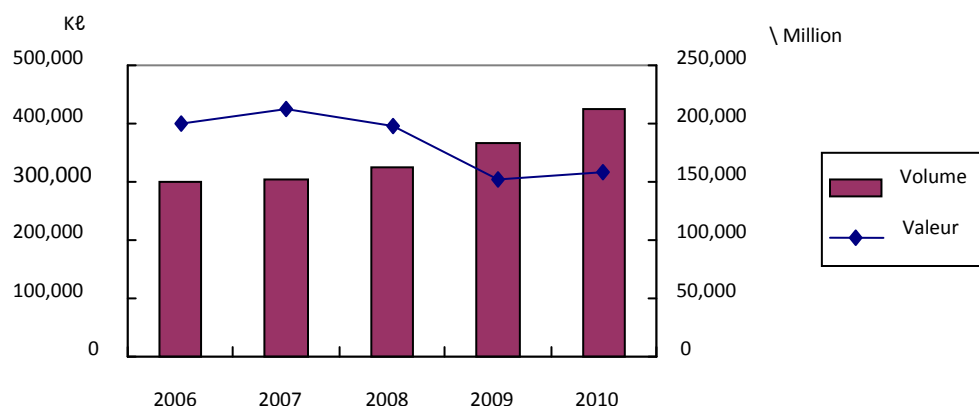
IV. Tendances du Marché

1. Evolution des importations

Les importations de boissons alcoolisées (teneur en alcool de 1% ou plus) à destination du Japon ont augmenté en particulier pour ce qui est du volume ces dernières années. En 2010, les importations totales de boissons alcoolisées (y compris l'alcool non dilué) ont atteint 426.457 kilolitres en volume (116,8% par rapport à l'année précédente) et ¥ 158,212 millions d'euros (104,0% par rapport à l'année précédente) en valeur. La croissance est principalement due à la forte augmentation des importations de bière (160 955 kilolitres, 142,6% par rapport à l'année précédente), autant qu'à l'augmentation des importations de vin (196 054 kilolitres, 107,1% par rapport l'année précédente) et de whisky (19 639 kilolitres, 123,3% par rapport à l'année précédente). Cependant, il est important de noter que cette croissance est basée sur le volume, et que la valeur des importations ne se développe pas autant en raison de la forte tendance à la baisse du prix unitaire de vin et de whisky. Ceci est le reflet de la confiance des entreprises incertaines au Japon et également attribuable à la tendance des consommateurs à préférer les vins à prix raisonnable et les cocktails gin. En outre, dans le cas de la bière, les importations ont augmenté de 42,8% par rapport à 2006 sur par rapport au volume due à une augmentation de l'importation de bière à faible teneur en malt connue au Japon comme happo-shu en provenance de la Corée du Sud comme un label privé (PL) produit de grandes chaînes de distribution. Cependant, en terme de valeur, les importations de bière ont diminué de 21,1% par rapport à 2006.

7. Boissons Alcoolisées

Fig. 7-11: Evolution des Importations des boissons alcoolisées



Source: Trade Statistics (MOF)

Fig. 7-12: Evolution dans les importations de boissons alcoolisées par articles

Units: volume = kℓ, value = ¥ million

Article	Volume					Valeur				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Bière, Bière à faible beer	57,468	60,223	83,034	112,839	160,955	7,809	8,288	9,834	11,155	14,645
Bière	37,707	31,830	33,706	30,729	29,429	6,142	5,867	5,969	4,965	4,572
Bière à faible beer	19,762	28,393	49,328	82,110	131,526	1,666	2,421	3,865	6,191	10,073
Vin (sous total)	168,113	168,796	174,051	183,082	196,054	135,415	146,095	136,772	99,731	101,509
Vin Pétillant	19,799	20,713	23,046	20,528	23,794	39,111	42,832	40,617	23,164	28,755
Sherry, Porto et autres vin enrichis en alcool	825	902	791	718	735	922	933	808	616	607
Vin toujours enbouteillé	119,405	119,044	118,937	127,787	133,517	91,036	97,781	90,831	71,592	67,414
Autre vin	26,214	26,005	28,986	31,708	35,807	3,684	3,718	3,649	3,564	4,055
Vermouth et autre vin	1,870	2,131	2,290	2,341	2,201	662	829	868	796	678
Brandy	4,600	4,463	3,535	2,798	2,875	12,271	11,863	9,261	6,334	6,416
Bourbon	2,752	2,218	2,312	2,011	2,525	2,394	2,012	1,824	1,559	1,831
whisky de seigle	65	61	29	55	11	56	66	29	25	16
autres whisky	15,179	14,650	13,553	13,860	17,103	23,205	23,276	21,354	16,418	17,980
Rhum	2,068	1,984	2,074	1,940	1,975	1,206	1,254	1,247	1,066	1,055
Gin et genièvre	2,863	2,736	2,555	2,654	2,664	1,523	1,589	1,344	1,316	1,359
Vodka	3,060	3,036	2,768	2,954	2,805	1,947	2,269	2,002	1,964	1,874
Liqueurs et sirops	18,752	21,014	18,477	18,714	18,176	12,077	12,191	10,728	9,884	9,096
Vie de Fruit	202	187	165	152	170	256	357	328	241	247
Saké d'imitation et saké blanc	17,362	17,693	15,596	16,301	12,434	1,517	1,671	1,416	1,474	1,174
Other fermented beverages	6,091	6,726	6,782	7,614	8,709	740	858	876	935	1,010
Total	298,575	303,786	324,932	364,974	426,457	200,417	211,787	197,015	152,103	158,212

Source: Trade Statistics (MOF)

2. Répartition régionale

(1) Bière / bière à faible teneur en malt

7. Boissons Alcoolisées

Les marques de bière majeures du monde comme Budweiser (États-Unis), Heineken (Hollande), Löwenbräu (Allemagne) et Carlsberg (Danemark) produisent leurs bières au Japon sous licence et ils exportent seulement une quantité limitée de petites cannettes de bière vers le Japon. La consommation de bière domestique est restée stagnante au Japon et avec la confiance qui fait de plus en plus défaut en affaire, la demande en bière faible en malt (happo-shu) et celle prétendu "bière de genre nouveau" ou "la bière de troisième catégorie" grandit. Cependant, la bière faible en malt produite par des brasseurs japonais majeurs connaît un véritable déclin dans la demande en raison du changement en "genre nouveau" ou "bière de troisième catégorie." Dans ces circonstances, la bière à faible teneur en malt de la Corée du Sud a été lancée comme un produit à label privé des chaînes de magasins majeures et la quantité d'importations croît rapidement ces jours-ci.

Fig. 7-13: Trends in leading partner imports

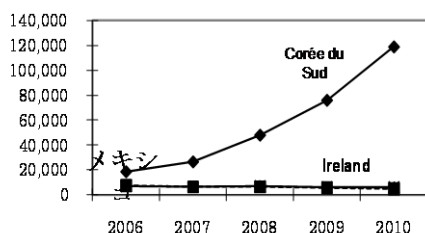
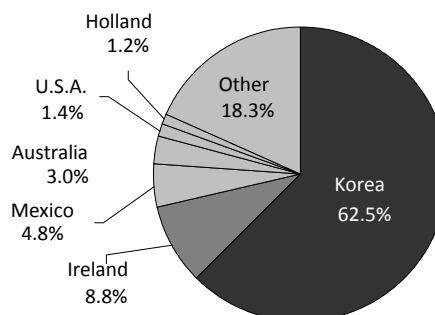


Fig. 7-14: Shares of imports in 2010 (value basis)



Source: Statistiques commerciale (MOF)

Fig. 7-15: Principaux lieux d'origine de la bière / bière faible en malt

Unités: volume = tones, valeur = ¥ million

Pays	Volume					Valeur				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Corée	18,356	26,318	47,825	75,918	118,951	1,452	2,126	3,646	5,692	9,157
Mexique	6,869	6,161	6,727	5,861	5,829	1,043	951	940	753	704
Irlande	7,569	6,413	6,401	5,746	4,739	1,810	1,794	1,900	1,588	1,286
Australie	4,568	5,338	5,972	5,545	4,602	451	594	602	475	435
Etats-Unis	2,284	1,429	1,102	1,258	1,526	284	217	184	178	205
Hollande	4,498	627	825	901	1,497	448	109	137	131	176
Autres	13,324	13,937	14,182	17,611	23,812	2,322	2,497	2,425	2,339	2,683
Total	57,468	60,223	83,034	112,839	160,955	7,809	8,288	9,834	11,155	14,645
(Pays Africains)	29	15	15	40	63	3	3	3	6	9

Source: Statistiques commerciales (MOF)

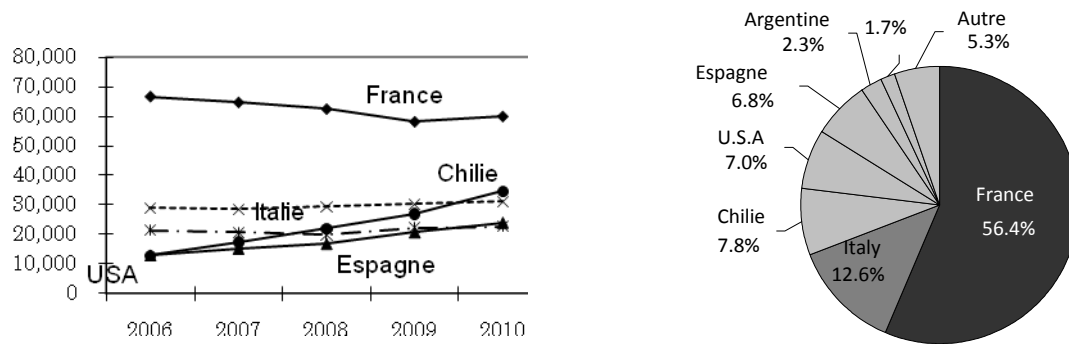
(2) Le Vin

Les importations totales de vin en 2010 étaient de 196,054 kilolitres (107.1 % comparé à l'année précédente) et ¥ 101,509 millions (101.8 % comparé l'année précédente). A première vue, les importations semblent être sur une tendance croissante. Cependant, si nous comparons ces chiffres à ceux de 2006, tandis que le volume d'importation atteignait 116.6 % en 2006, la valeur d'importation diminuait à 75.0 % en 2006, montrant une tendance en déclin forte du prix unitaire au cours des années. Sur le marché intérieur, le vin bon marché, avec son prix au détail au-dessous de ¥ 500, devient le courant dominant, contribuant à la baisse drastique dans la consommation de vin haut de gamme. En raison de cette tendance, le volume d'importation total de la France, le plus grand partenaire commercial du Japon, a diminué. Parmi les pays africains, la République sud-africaine est notre partenaire commercial majeur, important 3,350 kilolitres (124,9% par rapport à l'année précédente) sur la base du volume et de ¥ 1.103 millions de yens (124,6%) pour une base de valeur en 2010.

Fig. 7-16: Évolution des importations des partenaires de premier plan

Fig. 7-17: Parts des importations en 2010 (en valeur)

7. Boissons Alcoolisées



Source: Statistiques commerciale (MOF)

Fig. 7-18: Principaux lieux d'origine du vin

Unités: volume = tones, valeur = ¥ million

Pays	Volume					Valeur				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
France	66,697	64,753	62,504	58,217	60,014	90,378	96,272	86,690	56,253	57,278
Chile	12,996	17,455	21,949	27,000	34,596	4,126	5,412	6,171	6,704	7,881
Italie	28,940	28,656	29,338	30,376	31,054	15,809	17,527	17,328	14,056	12,823
Espagne	12,915	15,153	16,755	20,541	23,806	5,819	6,988	7,738	6,919	6,946
U.S.A	21,325	20,473	19,699	22,264	22,685	7,877	8,734	7,930	6,545	7,105
Argentine	12,032	11,652	12,615	11,541	10,258	2,191	2,230	2,495	2,335	2,292
Allemagne	5,804	4,289	4,137	3,472	3,497	3,491	2,825	2,600	1,890	1,771
Autre	7,405	6,367	7,054	9,670	10,143	5,724	6,107	5,819	5,028	5,412
Total	168,113	168,796	174,051	183,082	196,054	135,415	146,095	136,772	99,731	101,509
(Pays Africains)	1,163	2,563	1,716	2,711	3,369	502	1,162	665	900	1,110

Source: Statistiques commerciale (MOF)

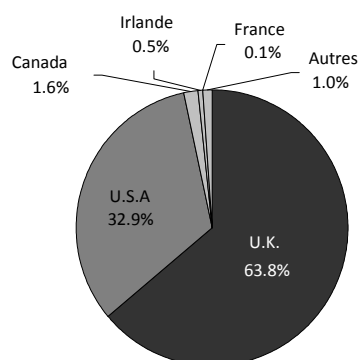
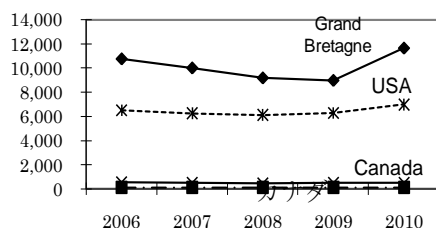
(3) Les Whiskys

La majorité des whiskys qui vient au Japon est fait en Écosse, faisant de la Grande-Bretagne un de nos partenaires commerciaux majeurs dans le domaine de ce produit. En 2010, l'importation de whisky à partir de la Grande-Bretagne était estimée à 11,660 kilolitres (130.0 % contre l'année précédente), contribuant à l'augmentation du volume d'importation total. Récemment, le marché intérieur du Japon connaît "un boom de whisky à l'eau," cela reste à l'avantage des ventes de whisky. Cependant, comme avec le vin, tandis que les importations de whisky en terme de volume ont augmenté à 109.1 % comparé à 2006, elles ont connues éprouvé une croissance négative en terme de valeur en dessous de 77.3 % selon les chiffres de 2006, montrant un une baisse significative dans le prix unitaire.

Fig. 7-19: Évolution des importations des partenaires de premier plan

Fig. 7-20: Shares of imports in 2010 (value basis)

7. Boissons Alcoolisées



Source: Statistiques commerciale (MOF)

Fig. 7-21: Principaux lieux d'origine de whyskis

Unités: volume = tones, valeur = ¥ million

Pays	Volume					Valeur				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Grande Bretagne	10,764	10,007	9,176	8,969	11,660	18,428	18,387	16,686	11,401	12,643
Etats-Unis	6,506	6,267	6,122	6,288	6,989	6,554	6,372	5,974	6,101	6,528
Canada	540	483	453	482	508	450	404	384	360	322
Irlande	113	95	91	96	103	115	109	106	90	103
France	11	3	4	40	74	10	5	7	17	24
Autres	62	73	48	52	305	98	76	50	33	206
Total	17,996	16,929	15,894	15,926	19,639	25,655	25,354	23,207	18,002	19,827
(Pays Africains)	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

Source: Statistiques du commerce (MOF)

3. Part de marché d'Importation au Japon

Le pourcentage des importations de boissons alcoolisées en 2008 est de 1.0 % pour la bière, 3.4 % pour la bière faible en malt, 71.5 % pour le vin et 21.1 % pour le whisky (tout en terme de volume). Tel que les chiffres le montre, la part de marché d'importations de la bière et la bière à faible teneur en malt est significativement petite; montrant combien les sociétés de brasseries japonaises sont fortes sur le marché local. D'autre part, le Japon dépend fortement des fabricants étrangers pour la production de vin, avec des importations représentant 71.5 % du marché. La part de marché du vin importé a démontré une croissance continue jusqu'à 2004. Depuis lors il a atteint un plateau et a tourné autour de 70 %. Quant au whisky, bien que le whisky domestique ait joui d'une part de marché plus grand, les importations ont réussi à maintenir un pourcentage significatif. Compte tenu du récent «boom whisky,» la demande à la fois pour le whisky canadien et importé a augmenté en 2009 et 2010, conduisant à une augmentation du volume des importations.

Fig. 7-22: Part de marché des boissons alcoolisées au Japon

Unités: (kl sur la base du volume taxable)

7. Boissons Alcoolisées

品目	種別	2004	2005	2006	2007	2008
ビール	国内生産量	3,844,468	3,649,732	3,536,114	3,469,953	3,212,874
	輸入量	26,321	37,921	37,707	31,830	33,706
	合計	3,870,789	3,687,653	3,573,821	3,501,783	3,246,580
	輸入品のシェア	0.7%	1.0%	1.1%	0.9%	1.0%
発泡酒	国内生産量	2,282,146	1,694,167	1,593,622	1,527,755	1,382,947
	輸入量	30,515	24,842	19,762	28,393	49,328
	合計	2,312,661	1,719,009	1,613,384	1,556,148	1,432,275
	輸入品のシェア	1.3%	1.4%	1.2%	1.8%	3.4%
ワイン	国内生産量	65,293	89,345	65,355	66,855	69,532
	輸入量	167,808	160,152	168,113	168,796	174,051
	合計	233,101	249,497	233,468	235,651	243,583
	輸入品のシェア	72.0%	64.2%	72.0%	71.6%	71.5%
ウイスキー	国内生産量	63,894	61,717	60,749	56,468	59,582
	輸入量	17,754	17,926	17,996	16,928	15,894
	合計	81,648	79,643	78,745	73,396	75,476
	輸入品のシェア	21.7%	22.5%	22.9%	23.1%	21.1%

Source: Agence Nationale des Impôts, Ministère des Finances

Note) Les chiffres calculés sur la base du volume imposable sont différents des données d'importation ci-dessus.

Le volume imposable est le volume de boissons alcoolisées dont les taxes sur la liqueur ont été payées. Il est inclus dans la catégorie distribution locale. Les taxes sur l'alcool pour les produits nationaux sont payées quand ils sont livrés par les usines tandis que de telles taxes pour les liqueurs importées sont payées quand elles sont sorties d'entrepôt.

4. Contexte de l'évolution du volume des importations et autres tendances

La consommation de bière importée a subi une baisse face au ralentissement de l'économie au cours de la seconde moitié de 2008, et la stagnation conséquente des dépenses de consommation dans l'industrie des services alimentaires. C'est parce que la destination principale de vente de la bière importée, comme la Corona, est dans l'industrie des services alimentaires. En 2009, alors que les ventes de bière importée d'Europe, d'Amérique du Nord et du Sud ont chuté en raison de leur prix plus élevé par rapport à la bière nationale, la vente de bières à label privé (PL) des distributeurs importants réalisés en Corée du Sud a augmenté.

Comme pour le vin importé, la France, le plus grand exportateur de vin au Japon, a perdu des parts de marché au profit de ce qu'on appelle le Nouveau Vin du Monde en provenance du Chili, d'Australie et de Nouvelle-Zélande. Toutefois, étant donné la baisse de l'intensification du prix unitaire, la valeur des importations du total des importations a autant baissé. En 2011, grâce à la campagne promotionnelle liée à la Coupe du Monde en Afrique du Sud, le vin sud-africain a réalisé de fortes ventes.

Le whisky local a connu de fortes ventes et compte tenu du boom whisky que le groupe Suntory a déclenché, attirant une plus grande attention sur le whisky en général. Cela a permis de récupérer les ventes de whisky importé qui battaient de l'aile en raison de la faiblesse de l'économie.

V. Distribution intérieure

1. Pratique Commerciale, Etc.

Comme la réglementation sur les ventes d'alcool a été progressivement assouplie depuis 2001, le nombre de détaillants qui vendent de l'alcool a augmenté en conséquence. En outre, comme les grandes chaînes de vente au détail ont commencé à vendre l'alcool, la concurrence des prix s'est intensifiée. En conséquence, les pratiques telles que les remises sur le volume qui avaient alimenté les promotions de remises excessives ont été démolies avec le système de prix de l'offre (un système permettant aux fabricants de veiller à ce qu'une marge fixe soit accordée aux grossistes et aux détaillants en déterminant le prix de vente au détail à l'avance.). Aujourd'hui, le système à prix ouvert est devenu une pratique plus courante dans laquelle les fabricants seulement déterminent le prix de gros au lieu qu'un prix de détail soit suggéré. Et la pratique des remises est à la baisse en conséquence.

2. La situation sur le marché intérieur

L'âge légal pour boire au Japon est de 20 ans. La consommation totale, ainsi que par habitant de l'alcool est en baisse sur le marché japonais. Ceci est le reflet de la baisse de la proportion de jeunes adultes dans une population rapidement vieillissante combinée à un taux de natalité très bas de la population au Japon. La diminution de la consommation d'alcool chez les jeunes adultes est un autre facteur qui a contribué à ce déclin.

Comme on le voit par catégorie, la consommation de bière est la catégorie la plus importante au Japon. Compte tenu du fait que la taille des ménages diminue aussi, la bière en boîte est préférable à la bouteille, car il est plus léger à transporter et peut être ingurgité plus facilement par beaucoup moins de gens. Toutefois, ces dernières années, les jeunes semblent avoir changé leur

7. Boissons Alcoolisées

préférence pour la plus abordable des bières faible en malt et des boissons qui ont une saveur de bière, et donc, la consommation de bière a rapidement diminué. En outre, il y a une tendance croissante chez les jeunes adultes au Japon à se détourner de la saveur amère de la bière et par conséquent la consommation de boissons faiblement alcoolisées (avec une teneur en alcool de 3-9%, ce qui est classé comme alcool) faites avec de la liqueur distillée tel que des spiritueux, de la vodka et du shochu (liqueur traditionnelle distillée) mélangée avec du soda et du jus de fruits frais, a augmenté.

* "Les boissons faiblement alcoolisées" se réfèrent à des types de boissons appelés PAB (Prêt à boire: tout ce que vous avez à faire c'est ouvrir la bouteille ou la canette) spécifique au Japon. Parmi eux se trouve le chu-hai, fait de mélange d'alcool distillé comme le shochu, de vodka ou d'autres spiritueux avec des boissons non alcoolisées telles que les fruits (citron, pamplemousse) de soda. Un autre tout aussi populaire est un genre de whisky fabriqué en mélangeant le whisky avec du soda. Ils viennent principalement dans des canettes de 250ml ou 350ml avec une teneur en alcool d'environ de 3 à 9%.

Parmi les boissons alcoolisées traditionnelles japonaises, il y a surtout le shochu et le saké (le saké raffiné et le saké synthétique). Le Shochu est une boisson distillée avec une teneur en alcool de 45% ou moins, et le saké, qui n'est pas dilué lorsqu'il est consommé, contient de 10 à 15% d'alcool. Comme de plus en plus de consommateurs tendent à préférer les boissons à faible teneur en alcool, à la fois le shochu et le Saké ont connu une croissance lente de la consommation.

En ce qui concerne les vins de fruits, le vin s'est imposé comme une boisson alcoolisée dans le mode de vie des Japonais depuis le boom du vin des années 1990. Le vin européen a toujours été importé de France et d'Italie, cependant, ces dernières années, un nombre croissant de consommateurs préfèrent le vin bas de gamme, et par conséquent les importations en provenance du Chili ont été à la hausse (voir Fig. 7-18). Le vin est produit localement, avec un clin d'œil spécial aux besoins des consommateurs soucieux de leur santé en n'utilisant pas d'additifs tels que les antioxydants du vin et certains vins bio.

La consommation des whiskys (whisky et brandy) était sur le déclin en raison de leur forte teneur en alcool et du prix. Cependant, la popularité croissante du whisky depuis 2009, une boisson mélangée de whisky et de soda, a mis un frein à cette tendance à la baisse. Aujourd'hui, la consommation de whisky est à la hausse après des années de déclin.

Au Japon, les boissons alcoolisées sont couramment consommées à la maison et dans les restaurants au cours de la soirée, et sont moins susceptibles d'être consommées pendant la journée en semaine. La plupart des endroits qui servent le dîner servent également des boissons alcoolisées. Cependant, l'Izakaya est le type le plus représentatif du service de nourriture au Japon qui sert de l'alcool. L'Izakaya est un type de bar unique au Japon. Habituellement, les gens vont à un Izakaya en groupe, et profitent de la nourriture et de l'alcool en compagnie des autres. L'Izakaya est un bar de style très japonais, mais il ne sert pas seulement le saké et le shochu, mais aussi de la bière, le vin et les autres boissons alcoolisées tels que les cocktails. Certains endroits ont mis en place un système "tout-ce que tu-peux-boire" dans lequel les gens peuvent boire autant qu'ils le veulent dans un certain laps de temps en payant une certaine somme d'argent. De cette façon, l'Izakaya bénéficie d'une ambiance très décontractée pour profiter de différents types de boissons alcoolisées.

Au Japon, les gens boivent de l'alcool dans des situations quotidiennes. Boire joue un rôle crucial dans les cérémonies comme les mariages et les enterrements ainsi que des événements spéciaux tels que les célébrations du Nouvel An. Lors d'occasions spéciales et d'événements, non seulement le saké, mais aussi la bière, le vin et d'autres boissons alcoolisées sont servies.

Quant aux fabricants d'alcool entier au Japon, il y a les Brasseries Asahi, le Holdings Kirin, le groupe Suntory, et les Brasseries Sapporo. Avec de la bière et les boissons alcoolisées comme la bière au cœur de leur entreprise, ils fabriquent et vendent des vins, des spiritueux et du shochu. Ils produisent également de la bière sous licence à l'étranger, avec Asahi qui produit Löwenbräu, Kirin producteur de Budweiser et Heineken, et Suntory qui produit Carlsberg.

7.Boissons Alcoolisées

Fig. 7-23: Marché de la boisson alcoolisée au Japon (consommation) Unit: 1000 kℓ

	2006	2007	2008	2009	Ratio (Prévision 2010)
Bèrer	3,305	3,215	2,986	2,844	33.7%
Bièer faible en mallt	1,516	1,473	1,307	1,117	13.2%
Shochu	1,000	1,005	973	961	11.4%
Saké	745	717	683	663	7.9%
Liqueurs	745	945	1,161	1,495	17.7%
Liqueurs de fruit	238	239	237	248	2.9%
Spiritueux	79	93	146	192	2.3%
Whiskies	90	85	84	92	1.1%
Autre	1,032	884	838	822	9.7%
Total	8,750	8,656	8,415	8,434	100.0%

Source: Agence Nationale des Impôts

Fig. 7-24: Consommation annuelle d'alcool par habitant Unité: 1000 consommateurs, ℓ

	2006	2007	2008	2009
Population +de 20 ans	103,910	104,196	104,360	104,421
Consommation personnelle	85.2	84.1	81.6	81.8

Source: Statistiques de l'imposition sur la liqueur Japon 2009 (Agence Nationale des Impôts), Projections Population (Ministère de l'intérieur et de la communication)

(1) Bière et Boissons de type bière

La bière et les boissons du type font référence à la bière, les boissons gazeuses à gout de bière appelées happo-shu, soi-disant «nouveau genre de bière», et la bière sans alcool. La bière et les boissons du type au Japon sont taxés en fonction de leur teneur en malt, la bière ayant le taux d'imposition le plus élevé, suivi par le happo-shu, et le nouveau-genre de bière. La bière sans alcool est classée comme boisson gazeuse, de sorte qu'il n'existe pas de réglementation sur le contenu de malt, et donc aucune taxe sur l'alcool n'est appliquée. Ces dernières années, les sanctions renforcées sur la conduite en état d'ivresse ont contribué à la demande croissante de boissons non alcoolisées contenant zéro à moins de 1% d'alcool.

En ces temps d'économie chancelante, les consommateurs bas de gamme sont en nombre croissant. Un certain nombre de ces consommateurs ont créé une nouvelle manière de tirer profit de la bière et des boissons de type bière, ils boivent de la bière lors d'occasions spéciales comme quand ils dînent dehors ou les week-ends et boivent ensuite à un prix raisonnable du happo-shu ou le nouveau-genre de bière à des occasions normales. Comme le prix du happo-shu se situe entre la bière et le nouveau genre de bière, il ya une tendance croissante pour les consommateurs qui apprécient le prix à choisir le nouveaux-genre de bière, et les consommateurs qui apprécient le goût à choisir la bière. En raison de ces tendances du marché, les fabricants connaissent la plus forte baisse de leurs cargaisons de happo-shu.

Parmi les bières et les boissons du genre, les cargaisons du nouveau-genre de bière sont à la hausse, en remplacement du happo-shu comme une alternative raisonnable à la bière. Cette augmentation rapide des cargaisons du nouveau-genre de bière ces dernières années est due à son faible taux d'imposition, ce qui permet aux consommateurs de savourer le goût de la bière à faible coût.

Les deux bières happo-shu et du nouveau-genre ont moins de restrictions en termes d'ingrédients et méthodes de fabrication par rapport à la bière, les fabricants profitent donc de cette situation et développent diverses produits à basses calories et à faible taux de sucre.

Une tendance récente dans la catégorie des bières d'importation est que le nouveau-genre de bière à prix bas est importé comme produit à Label Privé (PL). Conventionnelle la bière importée provient principalement d'Europe et des États-Unis et est vendue principalement dans les bars, izakaya, ainsi que par des détaillants. La bière importée de pays autres que l'Europe et les États-Unis sont principalement fournis par des restaurants qui servent de la cuisine locale de leur pays respectif et par achat en ligne. Le prix au détail de la bière importée dans un large contenant de 350 ml va de ¥ 300 à ¥ 350 (le prix moyen de 350 ml de bière locale est d'environ ¥ 230).

Les fabricants d'alcool qui produisent et vendent de la bière et les boissons du genre au Japon sont les Brasseries Asahi, les Holdings Kirin, le groupe Suntory, les Brasseries Sapporo et les Brasseries Orion. Ces cinq entreprises représentent presque la totalité des parts du marché. Asahi et Kirin sont en compétition pour la plus grande part du marché, chacun comptant pour près de 40% de part de marché totale.

7. Boissons Alcoolisées

La bière importée est gérée par les fabricants de bière locale tels que, Kirin et Asahi, ainsi que les entreprises qui produisent, importent et vendent des boissons alcoolisées telles que la bière Nipponne et la Compagnie de Brassage Konishi.

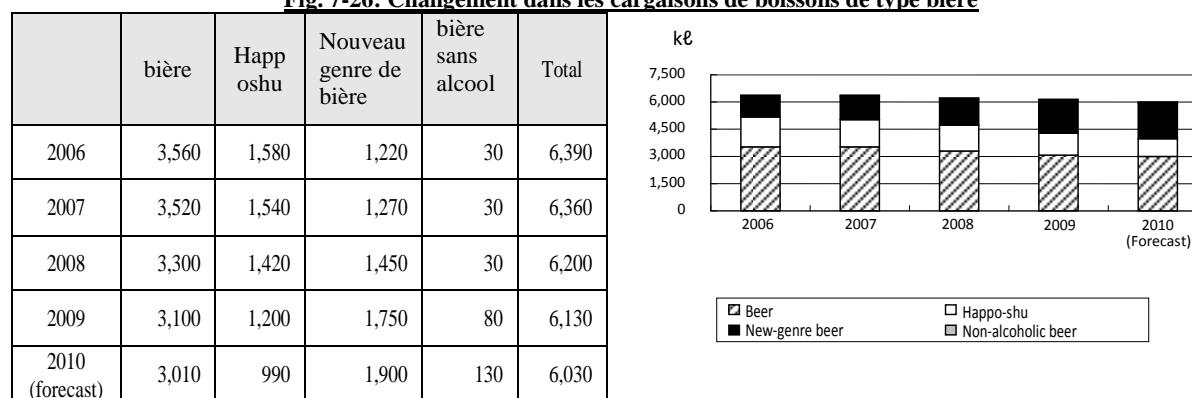
* Les produits de Label Privé (LP) sont ceux pour lesquels une entreprise de vente au détail ou en gros s'implique pour le développement de produits et les étiquettes sous sa propre marque. La publicité ou la détention par un grossiste n'est pas nécessaire, et les articles peuvent donc être beaucoup moins coûteux que les marques des fabricants.

Fig. 7-25: Détails de la bière comme les boissons

article		contenu en malt	Taux Tarifaire (par k ℓ)
bière		Le montant des comptes de malt pour 2/3 ou plus de matières premières (à l'exception de l'eau et du houblon)	¥220,000
Bière faible en malt		Malt ou orge / blé utilisé. Contenu en malt n'est pas défini.	¥134,250 -220,000
Nouveau-genre de bière	Autres basses (mousseux) (1)	Liqueurs produites par la fermentation des céréales, des saccharides, et autres matériaux. L'utilisation du malt est interdite.	¥80,000
	Liqueurs (mousseux) (2)	Liqueurs à base de liqueurs, des saccharides, et autres produits (contenant des liqueurs)	¥80,000

Source: Agence Nationale des Impôts

Fig. 7-26: Changement dans les cargaisons de boissons de type bière



Source : 2011 Guide No. 2 du marketing des aliments, Fuji Keizai

(2) Le Saké

Le Saké se classe entre le Seishu et le Gosei-seishu (saké synthétique). Le Seishu est une boisson alcoolisée traditionnelle au Japon à base de riz et de riz koji (riz moulu ou "starter" constitué de *Aspergillus oryzae*), et le Gosei-seishu, ou seishu synthétique, est le saké au goût d'alcool fait en mélangeant les sucres, les acides biologiques et les acides aminés à l'alcool. Ils contiennent tout deux 10 à 20% d'alcool, ce qui rend difficile l'élargissement de leur part de marché où les consommateurs préfèrent de plus en plus des boissons moins alcoolisées (voir Fig. 7-23). Le saké est produit dans de petites brasseries disséminées dans tout le Japon.

(3) Le shochu

Le Shochu est un type de boisson alcoolisée distillée avec une teneur en alcool de 45% ou moins. Il existe trois types de shochu: kou-ruï, otsu-ruï, et le shochu mélangé. Le Kou-ruï est souvent fait avec différents types de mélasse et nécessite plusieurs distillations continues, tandis que le otsu-ruï est fait avec une seule matière première comme le riz et / ou de l'orge et n'implique qu'un seul tour de distillation. Le Kou-ruï shochu est relativement bon marché et les ventes de gros volumes de produits tels que ceux vendus dans les bouteilles plastiques de 2,7 litre et 4 litres (PET) sont en expansion dans un contexte de consommateurs de moins en moins exigeants. L'Otsu-ruï shochu, fabriqué par un processus de distillation unique, permet à la saveur naturelle de la matière première de ressortir. Bien qu'il soit plus cher, les consommateurs sollicitaient une shochu de qualité en 2003 et 2004. Cependant, l'augmentation de la consommation de shochu se stabilisa avec la fin du boom et des difficultés économiques.

Le Kou-ruï shochu est principalement produit par les quatre sociétés suivantes qui occupent environ 70% du marché: Takara

7. Boissons Alcoolisées

Shuzo, les Brasseries Asahi, le groupe Suntory, le groupe Oenon. Comme le saké, le kou-ruï shochu est produit par un certain nombre de petites brasseries dans tout le Japon, et même le premier brasseur, Sanwa Shurui ne représente que 10% de part de marché.

(4) Le Vin

Depuis le boom du vin des années 1990, le vin s'est imposé au Japon comme une boisson alcoolisée à déguster dans des situations quotidiennes. Aujourd'hui, le vin est largement servi à la maison ainsi que dans les restaurants de styles différents, y compris les cuisines italienne et française et les restaurants de type Izakaya. Le vin est vendu non seulement dans les points de vente d'alcool, mais aussi dans les points de marchandises de masse, les commerces de proximité et les magasins de vin. Sur le marché local du vin, les vins importés représentent plus de 60% de part de marché, avec la France ayant le plus grand volume de vente (voir Fig. 7-18). Les Vins mousseux tels que le champagne gagnent aussi en popularité en tant que boissons à consommer à la maison. Depuis 2009, avec le nombre croissant de consommateurs moins exigeants, la demande pour les vins à prix plus abordables provenant des pays comme le Chili, l'Australie et la République d'Afrique du Sud connaît une croissance comme alternatives au vin européen (voir Fig. 7-18).

En plus de maintenir des prix bas, un certain nombre de fabricants de vins locaux tentent de séduire les consommateurs en produisant des vins sans additifs antioxydants. Il s'agit d'un moyen de différencier leurs produits de vins importés et de répondre aux demandes croissantes des consommateurs soucieux de leur santé au Japon.

Aussi, il ya un certain nombre de cavistes spécialisés dans le vin biologique, répondant aux besoins des consommateurs qui sont très conscients de leur santé et de l'environnement. Certains grands fabricants japonais d'alcool sont impliqués dans la production de vins biologiques localement. Les vins biologiques sont importés principalement d'Europe mais aussi des pays comme le Chili et la République d'Afrique du Sud.

Les vins importés représentent environ 70% de part de marché (voir Fig. 7-22). Le top des fabricants de vins au Japon comme Mercian, le groupe Suntory, Sapporo beer et Asahi beer, ne font pas que produire leur propre vin, mais sont également impliqués dans la distribution de vins importés. Pour information, il faut souligner que Mercian est une filiale de Kirin Brewery Co.

(5) Autres vins et spiritueux.

Les autres vins et spiritueux comprennent les whiskies, les eaux de vie, les spiritueux, le vin de fruits sucrés (boissons obtenues en ajoutant du sucre et / ou du brandy au vin de fruits) et des liqueurs.

Etant donné que plusieurs consommateurs préfèrent les boissons faiblement alcoolisées, la demande pour les boissons à fort taux d'alcool telles que les whiskies et les brandies a diminué, entraînant une réduction des cargaisons. Toutefois, cette tendance a changé vers 2009, après le lancement réussi d'une série de produits highball en cannettes (Les produits RDT faits en mélangeant le whisky avec le soda, classés comme liqueurs conformément à la Loi relative aux taxes sur les alcools), ce qui, par conséquent a provoqué une attention accrue sur les whiskies. En conséquence, la consommation de whisky chez les jeunes adultes a augmenté et la demande et le marché des whiskies ont augmenté. D'autre part, la plupart des produits Brandys sont vendus sur le haut de gamme, ainsi la demande de brandies a baissé en raison de la tendance générale à la consommation qui préfère les produits à faible teneur en alcool et à bas prix.

En ce qui concerne le marché des spiritueux, le gin, la vodka et le rhum sont les principaux produits et 70% d'entre eux sont distribués dans les bars et boîtes de nuit pour être utilisés dans la fabrication de cocktails. Récemment, la demande pour le rhum s'est accrue en même temps que le cocktail Mojito gagne en popularité. La qualité supérieure "rhum agricole" est aussi devenue plus visible sur le marché tout en restant limitée dans son montant. En outre, la tequila de type premium appelé "Patron" par Bacardi est en train de se faire de la place sur le marché. Dans l'ensemble, les cargaisons de spiritueux sont en augmentation au Japon (voir Fig. 7-28). Autre que le Bacardi Japon, le groupe Suntory, Kirin Holdings et Asahi Breweries, distribuent des spiritueux de marque étrangère, comme Beefeater, Gilbey, Jose Cuervo et Wilkinson, respectivement.

Liqueurs comme Cointreau et Bols ont été introduites pour les boîtes de nuit et les Izakaya au Japon vers la fin des années 90 tandis que les cocktails gagnaient une plus large popularité au Japon. Ces liqueurs ont été présentées comme des liqueurs authentiques ce qui signifie qu'elles ont été utilisées comme base de cocktail. Le terme liqueur authentique a été utilisé pour faire la distinction avec les autres liqueurs mélangées avec du soda. À une époque donnée, les gens auraient d'abord commandé une bière, puis solliciter cocktails. Aujourd'hui, la tendance a changé, et beaucoup de gens commencent volontiers avec des cocktails. En 2006, le groupe Suntory, un fabricant de boissons alcoolisées majeur, a mis sur le marché une liqueur appelée Macadia fait de maca et d'églantier. Macadia avec sa haute teneur en vitamines dérivées de la maca et rose musquée s'adressait aux consommateurs qui recherchaient la santé et la beauté et ainsi gagna sa réputation de liqueur saine.

7.Boissons Alcoolisées

Umeshu, est l'une des plus populaires liqueurs japonaises faite par décapage de prunes de sucre et d'alcool. Elle est appréciée sur les rochers, ou mélangée avec de l'eau et du soda. En raison de sa simplicité, les gens apprécient umeshu non seulement dans les restaurants et les bars, mais aussi à la maison. Récemment, il y a eu une tendance à produire une variété moins chère d'umeshu, faible en calories, ainsi que des boissons haut de gamme, ce qui entraîna une augmentation de la demande.

Les cocktails Chu-hai sont préparés par mélange d'alcool distillé tels que le shochu et la vodka avec du jus de fruits et du soda. Ces cocktails en cannette contiennent de 3 à 9% d'alcool. La demande pour ce chu-hai à faible teneur en alcool a grandi comme il a coïncidé avec la préférence des consommateurs pour des produits à faible teneur en alcool (voir Fig. 7-27). Cependant, en 2009, les produits chu-hai à forte teneur en alcool (9%) ont été mis sur le marché avec l'intention d'amener les gens à boire "rapide et pas cher." Ces produits sont destinés à l'augmentation du nombre de consommateurs confrontés à un budget restrictif en raison de la faiblesse de l'économie.

Les cocktails Chu-hai sont principalement produits et distribués par Kirin Brewery Co et le groupe Suntory, qui représentent environ 60% de part de marché. Plusieurs autres entreprises nationales telles que Takara Shuzo Co., Asahi Beer, Oenon groupe entrent sur le marché et développent activement des produits qui utilisent des jus de fruits frais de saison et contiennent moins de calories.

Fig. 7-27: Volume des cargaisons des autres boissons alcoolisées (2010)

article		Volume (kl)	variation annuelle	
Whiskies		81,270	120.6%	
Eaux		5,260	98.3%	
Spiritueux	Gin	1,210	111.8%	
	Vodka	1,210	105.3%	
	Rhum	1,260	105.7%	
	Autre	Non mousseux	10,520	88.2%
		mousseux	260,330	117.9%
		total	270,850	116.4%
Total		274,530	116.3%	
Vin de fruits doux		3,040	97.0%	
Liqueurs	Liqueur authentique		1,900	104.5%
	liqueur médicamenteux		7,230	87.8%
	Umeshu	Non mousseux	37,830	107.4%
		mousseux	5,940	88.5%
		total	43,760	104.3%
	Cocktails / chu-hai cocktails	Non mousseux	1,3280	84.1%
		mousseux	1,579,870	113.8%
		total	1,593,150	113.4%
	autre		5,070	92.4%
	Total		1,651,100	112.9%
autres liqueurs		1,430	104.2%	
Total		2,016,640	113.6%	

Source: Association des Fabricants de Spiritueux & Liqueurs du Japon

* Le volume des cargaisons de boissons alcoolisées est la quantité de boissons alcoolisées sorties des usines de fabrication déduits du volume des produits renvoyés à l'usine par exemple, pour cause de retour.

Fig. 7-28: Evolution des ventes par type de spiritueux

Type	2006	2007	2008	2009	2010 (Prévision)	Ratio
Gin	5,100	5,100	5,250	5,300	5,400	32.1%
rhum	4,700	5,250	5,550	5,600	5,700	33.9%
Vodka	4,100	4,200	4,300	4,500	4,600	27.4%
autre	1,400	1,450	1,300	1,200	1,100	6.5%
Total	15,300	16,000	16,400	16,600	16,800	100.0%

Source: 2010 Guide No. 2 du marketing des aliments, 2011 Guide No. 2 du marketing des aliments, Fuji Keizai

7.Boissons Alcoolisées

3. canaux de distribution

Les boissons alcoolisées au Japon sont distribuées par les fournisseurs autorisés conformément à la Loi sur la taxe sur les alcools. En Mars 2010, il y a 196 570 fournisseurs agréés. Après que les règlements de vente d'alcool ont été levés en 2005, le nombre de fournisseurs agréés a augmenté, atteignant 215 247 magasins en 2008. Cependant, à cause de l'intensification de la concurrence, les fusions et acquisitions sont en cours entre les détaillants et les grossistes.

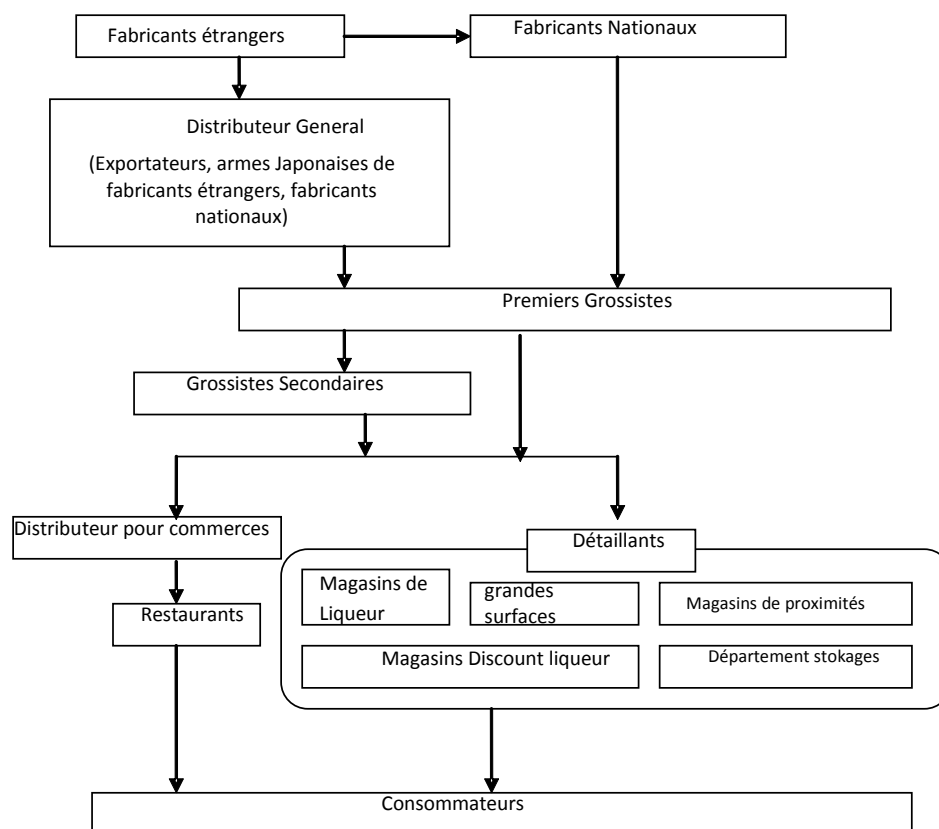
Fig. 7-29: Nombre de distributeurs et vendeurs autorisés (à partir de Mars 2010).

distributeur	catégorie	Les vendeurs
grossiste	Toutes les boissons alcoolisées	6,589
	Autre	5,909
	Total	12,498
détaillant	Toutes les boissons alcoolisées	176,773
	Autre	7,299
	Total	184,072
Total		196,570

Source: Agence Nationale des Impôts

* Autres représente les fournisseurs qui sont autorisés à distribuer les types de boissons alcoolisées.

Les canaux de distribution générale de boissons alcoolisées au Japon sont comme décrit dans la Fig. 7-30. Dans le cas des exportations vers le Japon, les fabricants vendent d'abord par l'intermédiaire d'agents à des grossistes, et les grossistes vendent aux détaillants et aux restaurants. Dans certains cas, les importateurs jouent le rôle d'agent, et dans d'autres, les fabricants d'outre-mer mettent en place leur bureau au Japon pour servir d'agent. En outre, dans certaines situations, les principaux fabricants au Japon servent d'agent pour la distribution. Dans le cas des spiritueux et des liqueurs qui sont utilisés comme base de cocktail, les marques d'outre-mer ont une meilleure réputation et une forte demande que les produits nationaux. Par conséquent, il existe de nombreux cas dans lesquels les fabricants japonais servent d'agent pour la distribution de liqueurs de renom.

Fig. 7-30: Les canaux de distribution pour les boissons alcoolisées

Source: Données de recherche Fuji Keizai

4. Aspects à considérer afin de pénétrer le marché japonais

Lors de l'importation des boissons alcoolisées au Japon, il est nécessaire de s'assurer que les produits sont conformes aux normes établies par la Loi sur l'hygiène alimentaire, et que aucun additif autres que ceux approuvés par la Loi relative à l'impôt sur l'alcool ne soit utilisé.

Les consommateurs japonais sont très concernés par les questions relatives à la sécurité alimentaire. Donc, tout dommage causé sur bouteille, et encore moins la contamination de la boisson, entrainerait très probablement un rappel ou une possible suspension. Ainsi, l'importation de produits au Japon nécessite des soins supplémentaires non seulement pour la boisson elle-même, mais aussi la qualité de ses contenants.

Les boissons alcoolisées sont les éléments qui sont sélectionnés sur la base de préférences personnelles des consommateurs. Par conséquent, le prix varie selon la préférence personnelle. Lorsque vous effectuez une nouvelle entrée sur le marché japonais, par exemple, si vous souhaitez vendre des boissons pour une consommation journalière, il est nécessaire de le faire à bas prix (par exemple 350 ml de bière locale coûte autour de ¥ 220 et 350 ml de happo-shu coûte environ ¥ 140). Si les produits sont dans la fourchette de prix élevé, vous pouvez augmenter l'attrait pour les consommateurs en utilisant des emballages qui ajoute un sentiment de luxe, et en utilisant des ingrédients qui ont une forte valeur ajoutée. En outre, lors de l'importation des boissons alcoolisées qui sont nouveaux au Japon, il est utile de présenter non seulement la manière de boire du pays d'origine, mais aussi la manière dont les consommateurs japonais pourraient profiter de cette boisson. Par exemple, la boisson alcoolisée appelée makgeolli coréenne était apprécié en la buvant directement de la bouteille, le plus souvent dans les restaurants coréens. Toutefois, lorsque les fabricants ont suggéré de nouvelles façons de boire le makgeolli en le mélangeant avec des liqueurs et des boissons non alcoolisées telles que les jus de fruits, les izakayas ont commencé à mentionner cette boisson sur leurs menus, conduisant en conséquence à une plus grande consommation à la maison. En conséquence, le volume des importations de makgeolli à augmenté.

7. Boissons Alcoolisées

<Expositions>

Fig. 7-31: Expositions pour les boissons alcoolisées

Produits alimentaires globaux	FOODEX	
	http://www3.jma.or.jp/foodex/ja	TEL: +81-3-3434-3453
	Salon Supermarché	
	http://www.smts.jp	TEL: +81-3-5209-1056
Les boissons alcoolisées	Importer et produits localement événements de dégustation de boissons alcoolisées	
		TEL: +81-3-3276-4000 (Host: Kokubu & Co., Ltd.)

5. Cas de d'échec

<Contamination par la Moisissure>

Le Makgeolli est une liqueur fermentée coréenne. Sa consommation au Japon a progressivement augmenté étant donné que la Coupe du Monde 2002 au Japon et ce qui a attiré les regards sur la Corée et y a suscité des voyages, ainsi qu'un intérêt pour la nourriture coréenne. En 2010, le makgeolli n'a pu être trouvée dans les grandes surfaces ainsi que les magasins de proximité. Toutefois, lorsque le makgeolli entra pour la première fois au Japon, il fut confronté à des problèmes divers, y compris la détection de la moisissure et ses contenants endommagés. Ces incidents ont fait que quelques grossistes et détaillants se sont méfiés de vendre du Makgeolli, et il leur a fallu un certain nombre d'années pour se débarrasser de l'image du makgeolli comme étant «de mauvaise qualité».

<Distribution Des produits non standard>

En 2010, il ya eu un incident concernant les vins argentins qu'un fabricant japonais a importés et vendus. Dans cet incident, les vins dont l'alcool et l'extrait de concentration étaient inférieurs à la norme établie par le fabricant argentin ont été accidentellement importés et distribuée au Japon. Le fabricant japonais a lancé le rappel volontaire des produits qui ont été distribués par erreur.

<Erreur de Remplissage>

Une grande chaîne de distribution a révélé que le PL happo-shu importé de Corée en 2008 a connu une erreur de remplissage et que leur «nouveau genre» de bière avait été accidentellement rempli dans leurs cannettes de bière à faible teneur en malt. Ils ont lancé le rappel volontaire.

6. Associations et organisations connexes à l'importation

Fig. 7-32: associations d'importateurs de boissons alcoolisées et les organisations apparentées

Association des brasseurs du Japon	http://www.brewers.or.jp/ TEL: +81-3-3561-8386
Association des importateurs de Vins et Spiritueux du Japon	http://www.yoshu-yunyu.org/ TEL: +81-3-3503-6505
Association des Fabricants de Liqueurs et Spiritueux	http://www.yoshu.or.jp/ TEL: +81-3-6202-5728
Association des Fabricants de Shochu et Sakee du Japon	http://www.japansake.or.jp/ TEL: +81-3-3501-0101