

**Guide pour l'Exportation au Japon (Articles Alimentaires)
2011
<Boissons non-Alcoolisés>**

Japan External Trade Organization (JETRO)

Division de la Coopération au Développement

Département du Commerce et de la coopération économique

Mars, 2011

Guide pour l'Exportation au Japon (Articles Alimentaires) 2011

Publié en Mars 2011

Rédigé et publié par:

Japan External Trade Organization (JETRO)

Division de la Coopération au Développement

Département du Commerce et de la coopération économique

Ark Mori Batiment 6F, 12-32 Akasaka 1-CHOME, Minato-Ku, TOKYO

107-6006 JAPON

TEL:+81-3-3582-5770

FAX:+81-3-3585-1630

Copyright (C) 2011 JETRO. Tous droits réservés

8. Boissons non-alcoolisées

Ce chapitre définit les boissons non-alcoolisées selon le HS Code de la nomenclature tarifaire (fig. 8-1), couvrant les importations ainsi que des articles de goût (comme le café et le thé noir), les boissons gazeuses, et autres boissons non alcoolisées distribués à température ambiante qui sont distribués au Japon. Lait et autres boissons lactées ne sont pas abordés dans ce chapitre.

Fig. 8-1: Champ d'application de la couverture des boissons non-alcoolisées dans ce chapitre

Categorie	Description	Code. H.S
Beverages de jus de fruits	jus d'orange	2009.11,12,19
	Le jus de pamplemousse (pomelo)	2009.21,29
	Jus de tout autre fruit agrume	2009.31,39
	jus d'ananas	2009.41,49
	Jus de To mate	2009.50
	Jus de raisin (y compris les moûts de raisin)	2009.61,69
	jus de pomme	2009.71,79
	Jus de tout autre fruit ou légume	2009.80
	Mélanges de jus	2009.90
Eaux minérales	Eaux minérales et les eaux gazéifiées	2201.10
Autre	Autres boissons non alcoolisées	2202.90

I. Points à noter pour l' Exportations et les Ventes au Japon

1. Les Lois Pertinentes et Règlements Institutionnels

(1) Règlements et Exigences de Procédure pour l'Importation au Japon

L'Importation des boissons non alcoolisées est réglementée principalement par les lois suivantes: 1) la Loi sur l'Hygiène Alimentaire et 2) de la Loi sur les Douanes.

< Loi sur l'Hygiène Alimentaire Food >

En conformité avec la notification n ° 370 du Ministère de la Santé, du Travail et des Affaires sociales, «Normes et Critères pour l'Alimentation et les Additifs" émis en vertu de la Loi sur l'Hygiène Alimentaire et les normes pour les résidus de pesticides, etc (y compris les additifs alimentaires et médicaments pour animaux) qui y sont inclus, les boissons gazeuses sont soumis à l'hygiène alimentaire, qui est menée pour évaluer les types et les détails des matières premières, et de tester les types et contenus d'additifs, résidus de pesticides, les mycotoxines, et ainsi de suite Les interdictions d'importation de l'alimentation peuvent être imposée dans le cas d'un additif, pesticide, ou d'autres contenus sont interdites au Japon, quand leurs niveaux dépassent les limites approuvées, ou lorsque la présence de mycotoxines, etc est au-dessus des niveaux admissibles En conséquence, les boissons gazeuses devraient être vérifiés sur le site de production avant l'importation. Si les niveaux dépassent les limites des normes japonaises, l'orientation devrait être donnée.

Normes de résidus de pesticides a adopté un système négatif jusqu'en 2006, dans lesquelles les pesticides ne seraient pas soumis à un contrôle s'il n'y avait pas d'obligation pour eux. Modifications de la loi introduit un système de liste positive, cependant, et la distribution de produits est désormais interdit, sur principe, si elles contiennent un niveau spécifique de pesticides, etc, même s'il n'y a pas d'exigence établie.

En 2011, il n'ya pas de boissons gazeuses, soumises à des tests obligatoires par arrêté du Ministre chargé de la Santé (tout lot de contrôle que les importateurs sont ordonnées a effectuer sur les produits alimentaires par le Ministre de la Santé sont ceux qui ont un potentiel élevé pour être en violation de la Loi sur l'Hygiène Alimentaire). Cependant, selon les renseignements du rappel de produits en France, des mesures ont été prises pour retourner les produits à l'expéditeur lorsque une notification d'importation a été déposée pour des préoccupations de contamination par les moisissures pour l'eau minérale produite en France. Pour les cas du passé la destruction ou le retour à l'expéditeur ont été ordonnés comprennent le cas du jus de raisin produit en Australie qui a été trouvé contenir du dioxyde de soufre à un niveau supérieur à la limite approuvée lors d'une inspection volontaire.

<La Loi sur les Douanes >

En vertu de la Loi sur les Douanes, l'importation de la cargaison à l'étiquetage qui falsifie l'origine du contenu, etc. est interdit.

(2) Règlements et Exigences Procédurales au Moment de la Vente

Il n'existe pas de loi spécifique applicable aux ventes de boissons gazeuses. Les Règlements pertinents à la vente sont résumés ci-dessous.

< Loi sur l'Hygiène Alimentaire >

En vertu de la Loi sur l'Hygiène Alimentaire, les ventes de produits qui contiennent des substances nocives ou toxiques ou des objets étrangers solides, ou ceux qui ont une mauvaise hygiène sont interdites. Les ventes de boissons gazeuses dans des contenants et des emballages sont soumis à l'étiquetage obligatoire en vertu de la Loi sur l'Hygiène Alimentaire, et des

dispositions concernant l'étiquetage de sécurité pour l'indication des additifs alimentaires, information sur les allergies, les ingrédients et les premières sources, et des modifications génétiques, etc. sont applicables

<La Loi sur Affaires Pharmaceutiques>

Pour éviter les suppléments de nutrition des boissons comme quasi médicaments (qui sont soumis à la Loi sur les Affaires Pharmaceutiques et qui ont des effets ou l'efficacité sont plus doux que ceux des produits pharmaceutiques; pas soumis à des normes alimentaires) et éviter des risques de confusion des boissons gazeuses comme produit alimentaire, il est interdite en vertu de la Loi des affaires pharmaceutiques de cataloguer ou de publier ces boissons d'une manière qui favorise à tort comme ayant un effet ou l'efficacité d'un quasi médicament.

< La Loi sur la Responsabilité des produits >

Comme étant un produit transformé, les boissons non alcoolisées sont soumises à la Loi sur la responsabilité des produits, et des précautions doivent être prises en matière de gestion de la sécurité des pertinents contenus, des conteneurs et des emballages par rapport aux questions des intoxications alimentaires.

La Loi sur la responsabilité du produit prévoit la responsabilité des fabricants, etc. pour dommages aux consommateurs, concernant des défauts de produits, et les importateurs sont inclus dans la catégorie des fabricants, etc. Ceci est basé sur une politique visant à rendre les importateurs responsables des dommages, car il est difficile pour consommateurs victimes de tenir les fabricants étrangers responsables des dommages. Les demandes d'indemnisation contre les fabricants d'outre-mer sont considérées comme relevant de l'importateur de faire; la présente loi ne prévoit pas de dispositions relatives aux obligations.

< Loi sur les Transactions Commerciales Spécifiées >

La Loi sur les Transactions Commerciales Spécifiées prévoit la protection de l'intérêt de l'acquéreur dans les directes transactions commerciales avec les consommateurs. Les ventes de boissons gazeuses sur les routes telles que la vente par correspondance, le porte-à-porte, le télémarketing, etc. sont soumises aux dispositions de la Loi sur les Transactions Commerciales Spécifiées.

< Loi sur la promotion de la collecte des déchets Tri et recyclage des conteneurs et emballages >

En vertu de la Loi sur la Promotion de la Collecte des Déchets Tri et Recyclage des conteneurs et Emballages, importateurs, etc. qui vendent des contenus en utilisant des conteneurs et des emballages qui sont contrôlés par la loi (conteneurs et emballages de papier et conteneurs et emballages de plastique, etc.) doivent être tenu responsable pour le recyclage (toutefois, les petites entreprises inférieures à une certaine taille sont exclus des entreprises assujetties à la Loi)

2. Procédures

(1) Les Procédures d'Autorisation d'Importation et de Vente

< Inspection Hygiène Alimentaire >

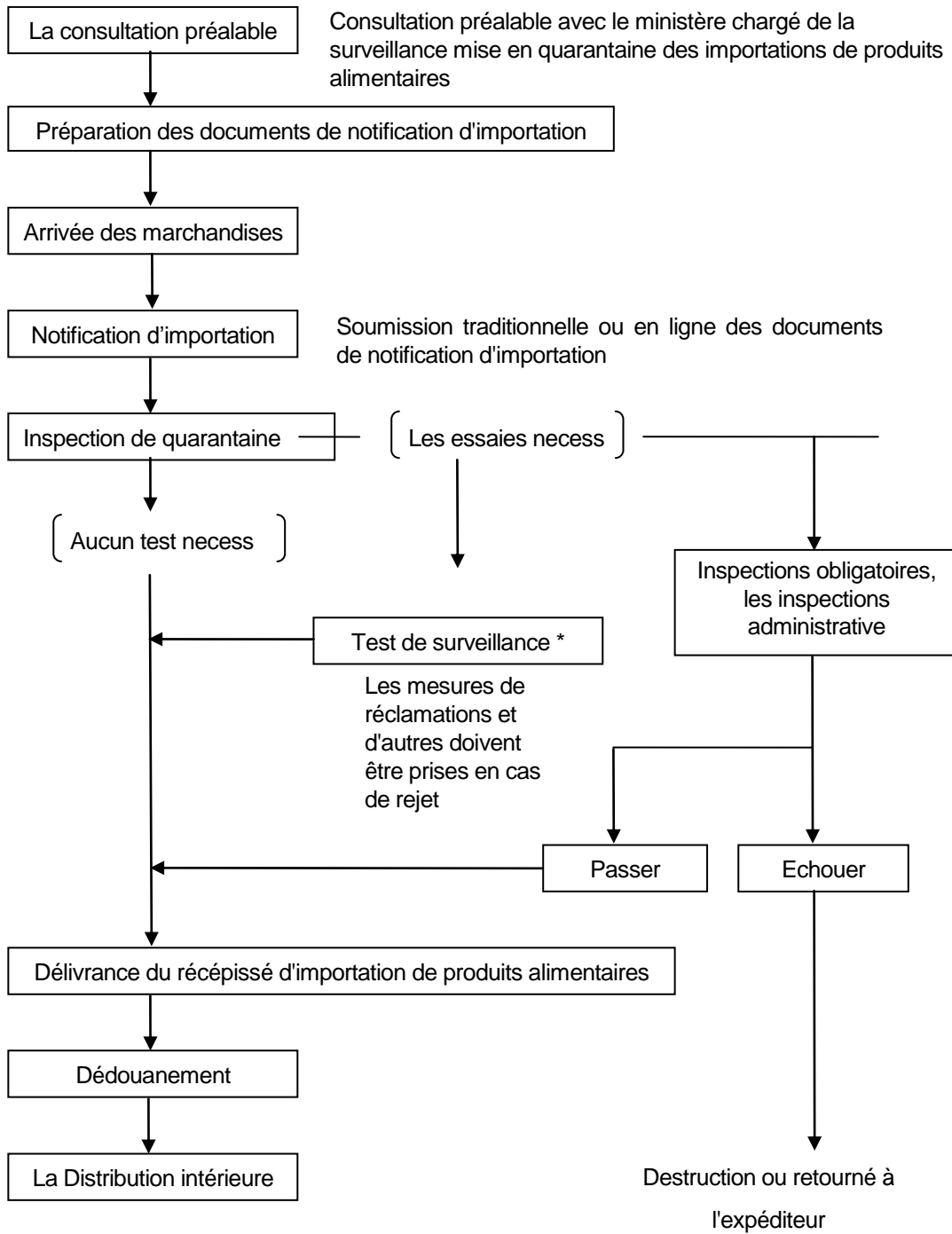
En vertu de la Loi sur l'Hygiène Alimentaire, les documents requients doivent être soumises (fig. 8-3) lors du dépôt d'une demande d'inspection avec les services de surveillance des aliments importés des stations de quarantaine, Ministère de la Santé, du Travail et des Affaires sociales. L'inspection est effectuée là où il a été décidé nécessaires de vérifier les normes et les critères des questions de sécurité à l'étape de l'examen initial. Si, à la suite de l'inspection et l'examen initial, aucun problème n'a été détecté sous vertu de la Loi, le certificat d'enregistrement est retourné, lequel le demandeur doit présenter, avec les documents de douane, lors du dépôt d'une demande d'importation auprès des douanes. Dans le cas où il a été jugé impropre à l'importation, des mesures telles que la destruction ou le retour à l'expéditeur sont prises (fig. 8-2).

< Douanes >

En vertu de la Loi sur le Affaires de Douanes, la déclaration d'importation doit être faite par les importateurs eux-mêmes ou commanditées à ceux qualifiés de spécialiste agréés en douane (y compris les courtiers en douane).

Pour accepter l'entrée au Japon des cargaisons entrantes en provenance d'un pays étranger, une déclaration d'importation doit être faite au bureau de douane compétent pour la zone sous douane où les marchandises sont stockées. Cargaisons pour lesquels l'inspection douanière est requise sont soumises à des inspections requises d'abord, et sur paiement des droits de douane, taxes de consommation local et national, un permis d'importation peut être accordée, par principe,

Fig. 8-2: Organigramme de la procédure d'importation



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

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

(2) Documents requis

Documents requis pour l'importation sont résumés ci-dessous dans la figure. 3.8 selon les autorités auxquelles chaque document est soumis.

Fig. 8-3: Les documents requis pour le dédouanement des importations

soumis à	Les documents requis
services de contrôle alimentaire importés des stations de quarantaine, Ministère de la Santé, du Travail et de la Prévoyance (Inspection sanitaire alimentaire en vertu de la Loi sur l'Hygiène Alimentaire)	Formulaire de notification pour l'importation d'aliments
	Matériel / table de composant (émis par l'usine)
	Tableau des flux de production
Bureaux locaux de douane (Dédouanement en vertu de la Loi sur les douanes)	Tableau des résultats d'analyse émis par l'institut désigné pour inspection (s'il y en a un casier d'importation)
	Déclaration d'importation
	facture
	liste de colisage
	Connaissance (B / L) ou aérien

Source: Ministère de la Santé, du Travail et des Affaires sociales, Ministère des Finances

3. Autorités Compétentes**Fig. 8-4: Contacts des autorités compétentes**

Loi sur l'Hygiène Alimentaire	Division d'inspection et sécurité, Département de la sécurité alimentaire, bureau pharmaceutique et la salubrité des aliments, Ministère de la Santé, du Travail et de la Prévoyance	TEL: +81-3-5253-1111 http://www.mhlw.go.jp
Loi Tarifaire des Douanes	L'office des douanes, Ministère des Finances du Japon	TEL: +81-3-3581-4111 http://www.mof.go.jp
Loi sur la normalisation et l'étiquetage approprié des produits agricoles et forêts	Division des normes et étiquetage, Bureau de la Consommation et de la sécurité alimentaire, Ministère de l'Agriculture, des Forêts et de la Pêche	TEL: +81-3-3502-8111 http://www.maff.go.jp
Loi sur la Mesure	Bureau de mesure et de la division infrastructure intellectuelle, science et de la politique industrielle de la technologie 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	Division de l'alimentation et l'étiquetage, Agence des affaires consommateurs	TEL: +81-3-3507-8800 http://www.caa.go.jp
Loi des Affaires Pharmaceutiques	Division des stupéfiants et de la conformité, bureau de la sécurité alimentaire et des produits pharmaceutiques, Ministère de la Santé, du Travail et de la Prévoyance	TEL: +81-3-5253-1111 http://www.mhlw.go.jp
Loi contre les primes injustifiées et les déclarations mensongères	Division de représentation, Agence des affaires de la consommation	TEL: +81-3-3507-8800 http://www.caa.go.jp
Loi sur la Responsabilité des produits	Division de la sécurité des consommateurs, Agence des Affaires de la consommation	TEL: +81-3-3507-8800 http://www.caa.go.jp
Loi sur les transactions commerciales spécifiées	Bureau Conseils de consommation, Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie	TEL: +81-3-3501-1511 http://www.meti.go.jp
	La sécurité des consommateurs, Affaires Agence de la consommation	TEL: +81-3-3507-8800 http://www.caa.go.jp

Fig. 8-4: Contacts des autorités compétentes (suite)**Loi sur la Promotion de la Collecte des Déchets Tri et Recyclage des Conteneurs et Emballages / Loi sur la Promotion de l'Utilisation Efficace des Ressources**

Division de la Promotion du Recyclage, Politique de la Science Industrielle et de la Technologique et Bureau de l'Environnement, Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie	TEL: +81-3-3501-1511 http://www.meti.go.jp
Bureau de la Promotion du Recyclage, Département de la Gestion des Déchets et le Recyclage, Ministère de l'Environnement	TEL: +81-3-3581-3351 http://www.env.go.jp
Division de la Politique de l'Industrie Alimentaire, l' Bureau Générale des politiques Alimentaires, Ministère de l'Agriculture, des Forêts et de la Pêche	TEL: +81-3-3502-8111 http://www.maff.go.jp

Loi sur la Prévention de la Concurrence Déloyale / Loi sur les Marques

Bureau Politique de la Propriété Intellectuelle, Bureau de la Politique Economique et Industrielle, Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie	TEL: +81-3-3501-1511 http://www.meti.go.jp
Service des Affaires Générales, Bureau Japonais des Brevets, Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie	TEL: +81-3-3581-1101 http://www.jpo.go.jp

II. l'Étiquetage**1. Étiquetage en vertu des Règlementations Juridiques**

L'étiquetage de qualité des boissons gazeuses doit être en japonais et en conformité avec les lois et règlementations suivants: 1) Loi sur la Normalisation et l'Étiquetage des Produits Agricoles et Forestiers, 2) Loi sur l'Hygiène Alimentaire, 3) Loi sur la Mesure, 4) Loi sur la Promotion de la Santé, 5) Loi sur la Promotion de l'Utilisation Efficace des Ressources, 6) Loi contre les Primes injustifiées et les Déclarations Mensongères, 7) Lois Intellectuelle liés aux actifs (par exemple, Prévention de la Concurrence Déloyale loi, Loi sur les marques), 8) Loi sur les Questions pharmaceutiques.

Lors de l'importation et la vente de boissons gazeuses, l'importateur doit fournir les informations suivantes sur les étiquettes en conformité avec les normes d'étiquetage de qualité pour les aliments transformés de la Loi pour la normalisation et l'étiquetage des produits agricoles et forestiers, et des exigences similaires pour les aliments transformés emballés dans des conteneurs en vertu de la Loi sur l'Hygiène Alimentaire: 1) Nom du produit, 2) les ingrédients, 3) le contenu, 4) la date d'expiration, 5) méthode de stockage, 6) pays d'origine, et 7) le nom et l'adresse de l'importateur.

La Loi de Normalisation et l'Étiquetage des Produits Agricoles et Forestiers, Loi sur l'Hygiène Alimentaire prescrit des normes de qualité détaillées en matière d'étiquetage pour les boissons gazeuses (Fig. 8-5). Bien que ces normes ne soient pas décrites ici, lors de l'importation des boissons gazeuses concernées, l'étiquetage de qualité appropriée doit être effectué sur la base de la compréhension correcte des normes correspondantes lors de l'importation.

Fig. 8-5: Les normes d'étiquetage de qualité pour les boissons gazeuses en conformité avec la Loi de Normalisation et l'étiquetage approprié des produits agricoles et forestières et la Loi sur l'Hygiène Alimentaire

Loi	Les normes d'étiquetage de qualité ou les types de denrées alimentaires affectées par la réglementation en matière d'étiquetage
Loi sur la normalisation et l'étiquetage approprié des produits Agricoles et des forestiers	Les normes d'étiquetage de la qualité des jus de fruits
	Les normes d'étiquetage de qualité pour les boissons gazeuses
	Les normes d'étiquetage de qualité pour les produits de lait de soja
	Les normes d'étiquetage de qualité pour les jus de carotte et de jus de carotte mixtes
Loi sur l'Hygiène Alimentaire	boissons non-alcoolisées
	Les aliments transformés dans des conteneurs et des emballages

Source: Ministère de l'Agriculture, des Forêts et de la Pêche

< Nom du Produit >

Le nom du produit doit être fourni sur l'étiquette conformément à la Loi sur la normalisation et l'étiquetage approprié des produits Agricoles et Forestier et la Loi sur l'Hygiène Alimentaire.

< Ingrédients

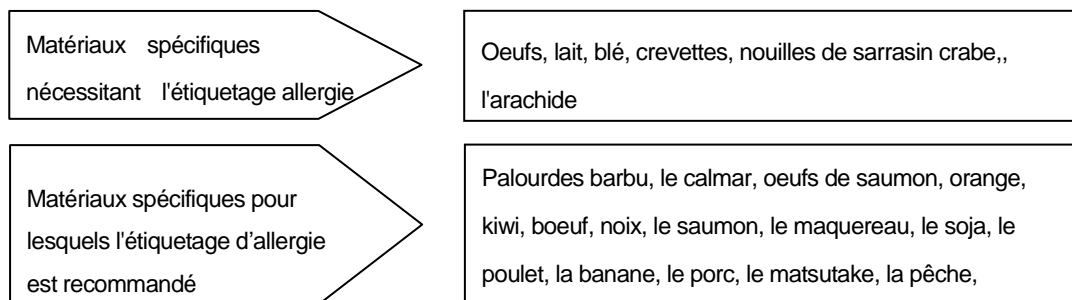
Les ingrédients du produit doivent être énumérés dans l'ordre décroissant du plus élevé au plus bas contenu sur l'étiquette conformément à la Loi sur la Normalisation et l'Étiquetage des Produits Agricoles et Forestiers, Loi sur l'Hygiène Alimentaire.

< Additifs >

Le nom de la substance des additifs utilisés doivent être mentionnés dans l'ordre décroissant du plus élevé au plus bas contenu sur l'étiquette conformément à la Loi sur l'Hygiène Alimentaire. Le nom de la substance et l'utilisation des huit additifs suivants doivent être indiqués sur l'étiquette: des édulcorants, des antioxydants, des colorants artificiels, des agents chromogènes, des conservateurs, des agents de blanchiment, des agents épaississants / stabilisants / gelators / agents épaississants, des agents antifongiques et des agents antimold). Pour plus de détails sur les normes d'utilisation et de stockage d'additifs, la notification no 370 du Ministère de la Santé, du Travail et de la Prévoyance "Normes et Critères pour l'Alimentation et les Additifs" prescrit la limite maximale autorisée des additifs approuvés pour chaque article alimentaire.

< Allergies >

Lorsque des produits contenant des ingrédients spécifiques indiqués dans la Fig. 8-6 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.

Fig. 8-6: Matériaux spécifiques relatives à l'étiquetage des allergies

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

Certaines boissons gazeuses, comme les boissons de jus de fruits additionnées d'orange, contiennent des ingrédients soumis à l'étiquetage allergie. Si elles sont incluses dans la liste des ingrédients principaux, aucune action supplémentaire ne devrait être prise. Si le nom des ingrédients sur l'étiquette n'identifie pas certains ingrédients, l'étiquetage est obligatoire ou recommandée.

La liste suivante est un exemple concret de l'étiquetage allergie. "Ingrédients crus contiennent XX." Entre parenthèses doit être ajouté après les ingrédients spécifiés.

Nom du produit: Boissons Gazeuses Ingrédients: Sucre, jus de fruits, des extraits, des agents épaississants polysaccharidiques, acidifiants, les parfums, antioxydants (ingrédients crus contiennent de la gélatine)

< Aliments recombinés >

L'étiquetage est obligatoire pour tous les produits alimentaires contenant des cultures recombinantes en vertu de la Loi de Normalisation et l'Étiquetage des Produits Agricoles et Forestières et la Loi sur l'Hygiène Alimentaire. Le système d'étiquetage des alimentaire recombinant consiste à: (1) l'étiquetage obligatoire indiquant «aliments recombinant" pour les produits fabriqués à partir d'ingrédients de recombinaison génétique dont l'identité est préservée, (2) l'étiquetage obligatoire indiquant «L'identité des ingrédients n'est pas conservé" pour les produits fabriqués à partir d'ingrédients dont l'identité génétique n'est pas conservé, et (3) l'étiquetage volontaire indiquant «non-recombinant alimentaire» pour les produits fabriqués à partir de non-recombinants ingrédients dont l'identité génétique est préservée. L'étiquetage applicable est déterminé en fonction de l'acquisition de l'identité préservée (PI) Gestion des certificats pour la production, la distribution et de la transformation.

< Poids du contenu >

Lors de l'importation et la vente de boissons gazeuses, l'importateur doit peser le produit conformément à la Loi sur la Mesure et indiquer le poids en grammes ou en litres 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 est dans la plage prescrite

< Date d'expiration >

La date d'expiration du produit lorsqu'il est stocké en fonction de la méthode de conservation donnée dans l'état non ouvert doit être indiquée sur l'étiquette conformément à la Loi sur la Normalisation et l'Étiquetage des Produits Agricoles et

Forestiers, Loi sur l'Hygiène Alimentaire. Comme la qualité des boissons gazeuses ne se détériore pas facilement, «Meilleur avant» la date doit être indiquée sur l'étiquette.

< Méthode de conservation >

La méthode de conservation pour le maintien de la saveur à l'état fermé jusqu'à ce que la meilleure date par doit être indiqué sur l'étiquette conformément à la Loi sur la Normalisation et l'Étiquetage des Produits Agricoles et Forestiers, Loi sur l'Hygiène Alimentaire. Pour les boissons gazeuses qui peuvent être stockés à température ambiante, la méthode de conservation peut être omise sur l'étiquette.

< Pays d'origine >

Les normes d'étiquetage de qualité pour les aliments transformés, visés par la Loi sur la Normalisation et l'Étiquetage des Produits Agricoles et forestier, exiger que le pays d'origine doit être indiqué sur les étiquettes des aliments importés

Cette loi prévoit aussi le pays d'origine pour les boissons de thé vert. Comme le thé vert est le seul ingrédient exigeant l'étiquetage du pays d'origine, le thé vert devraient être inclus dans la liste des ingrédients et le pays d'origine indiqué entre parenthèses à côté de lui. Toutes les autres boissons gazeuses n'ont pas besoin de cet étiquetage.

< Les Importateurs >

Le nom et l'adresse de l'importateur doit être indiqué sur l'étiquette conformément à la Loi sur la Normalisation et l'Étiquetage des Produits Agricoles et Forestières, et la Loi sur l'Hygiène Alimentaire. Pour les produits transformés au Japon à partir d'ingrédients importés, le nom et l'adresse du fabricant ou du distributeur doit être indiqué sur l'étiquette.

< Valeur nutritive >

Les composants nutritionnels et de comptage de calories doivent être indiquées sur les étiquettes de boissons gazeuses en conformité avec les normes d'étiquetage nutritionnel prévues par le Ministre de la Santé . L'information requise comprend des éléments nutritifs, des composants structurels (par exemple, les acides aminés dans les protéines) et les types de composants (par exemple, les acides gras de la graisse). Si les noms généraux tels que «vitamine» sont étiquetés au lieu de décrire les noms spécifiques des éléments nutritifs, les ingrédients doivent être étiquetés. Components must be indicated dans l'ordre et unité suivant:

- a) Calories (kcal ou kilocalories)
- b) Protéines (g ou gramme)
- c) Lipides (g ou gramme)
- d) Glucides (g ou gramme)
- 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 l'information à être mis en évidence.

Les étiquettes des aliments de santé spécifiés ou ceux pour usages diététiques spéciaux doivent respecter les normes respectives et être projeté à l'approbation.

< Etiquetage des produits organiques >

La Loi de Normalisation et l'Étiquetage des Produits Agricoles et forestier définit les produits agricoles biologiques et organiques agricoles, les aliments transformés qui comprennent les boissons gazeuses, comme spécifié SAJ SAJ (certifié biologique). Seuls les produits qui répondent à ces normes et dotés du marquage JAS-certifié biologique (8-7 Fig.) peuvent être étiquetés comme "thé vert biologique», «café biologique", etc en japonais.

Produits agricoles biologiques produites à l'étranger et importé doit être classé par l'une des méthodes suivantes et apposer la marque SAJ-certifié biologique, pour être autorisé à avoir l'étiquetage des produits biologiques.

- a) un étiquetage) de SAJ-certifié biologique marque et la distribution des aliments biologiques produits / fabriqués par des fabricants d'outre-mer certifiés par des organismes de certification SAJ enregistrés à l'intérieur et à l'extérieur du Japon.
- b) L'étiquetage des SAJ-certifié biologique marque (Fig. 8-7) et la distribution des produits par les importateurs certifiés par des organismes certificateurs agréés au Japon (limitées à des produits agricoles biologiques et organiques agricoles aliments transformés).

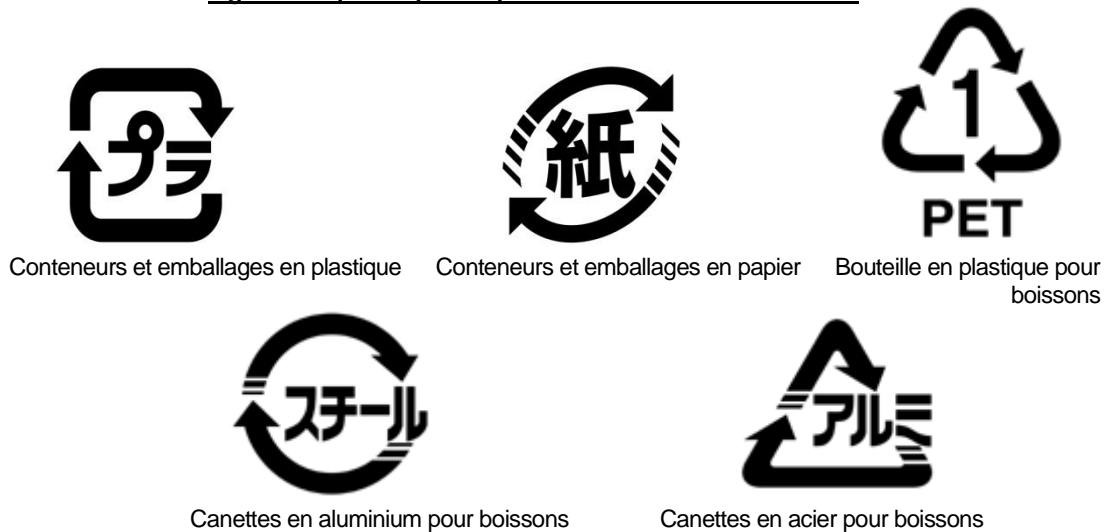
Pour b approche), les certificats délivrés par le gouvernement d'un pays avec un système de notation reconnue d'un niveau équivalent à celui basé sur les normes agricoles japonaises (SAJ), ou les copies doivent être jointes comme une condition préalable. En Mars 2011, les pays suivants sont identifiés par l'arrêté ministériel d'avoir des systèmes de classification équivalentes pour les produits agricoles biologiques comme le Japon, conformément à l'article 15-2 de la Loi de normalisation et de Étiquetage approprié des produits agricoles et des forêts: 27 pays de l'UE, l'Australie, USA, Argentine, Nouvelle-Zélande et la Suisse.

Fig. 8-7: JAS-marque certifiée bio**< Conteneurs et emballages >**

La loi sur la promotion de l'utilisation efficace des ressources exige un étiquetage pour la promotion de la collecte sélective sur les contenants et emballages spécifiés. Les produits d'importation qui remplissent les conditions suivantes sont requises d'étiquetage pour l'identification par la loi.

- Lorsque des instructions administratives ont été données sur les matériaux et structures des contenants et emballages et l'usage de la marque pour le produit importé.
- Lorsque les contenants ou emballages du produit importé est imprimé, marqué, ou gravé avec des japonais.

Lorsque vous utilisez des contenants en plastique, contenants en papier, bouteilles en PET pour boissons, cannettes en aluminium pour boissons, boîtes de conserve ou cannettes en acier pour boissons gazeuses, les marques d'identification indiqué sur la Fig. 8-8 doivent être étiquetés sur une zone ou plusieurs des contenants et emballages en la forme prescrite.

Fig. 8-8: Etiquettes pour la promotion de la collecte sélective**<Description>**

La Loi sur les questions pharmaceutiques permet l'étiquetage des indications médicales ou d'efficacité sur l'emballage des produits pour l'utilisation d'alcool médicaux uniquement qui ont été approuvés en vertu de la Loi si elles répondent aux exigences relatives à l'étiquetage et la description d'interdiction. Les descriptions de produits avec des expressions fausses ou trompeuses sont interdites par la loi sur la promotion de la santé, Loi sur les primes contre la publicité mensongère, et à la propriété intellectuelle lois et règlements relatifs (par exemple, prévention de la concurrence déloyale loi, Loi sur les marques), qui est applicable à tous les articles outre les produits alimentaires.

2. Étiquetage sous retenue volontaire de l'industrie**(1) Conseil commerce équitable de Boisson aux Fruits**

Le Conseil de commerce équitable de Boisson aux Fruits établit des normes sur les méthodes d'étiquetage en conformité avec le pourcentage de jus de fruits utilisés. Pour l'étiquetage des produits importés et le pays d'origine, il nécessite également un étiquetage indiquant que le produit est fabriqué à l'échelle nationale pour les produits nationaux qui sont sujettes à des interprétations erronées.

< Code de concurrence loyale pour l'étiquetage des boissons de fruits >

<http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/A-21.pdf>

Contact:

Conseil de commerce équitable de Boisson aux Fruits TEL: +81-3-3435-0731

(2) Conseil commerce équitable de Boissons de Café

Pour assurer un commerce équitable, le Conseil National de commerce équitable de Boissons de Café établit des normes sur l'étiquetage des produits et des publicités à travers le Code de concurrence loyale pour l'étiquetage Boissons de café ainsi que des normes sur les violations

< Code de concurrence loyale pour l'étiquetage des boissons de café >

<http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/A-11.pdf>

Contact:

Conseil National de commerce équitable de Boissons de Café

TEL: +81-3-3435-0731

(3) Conseil de commerce équitable du lait de soja du Japon

Pour assurer un commerce équitable, le Conseil de commerce équitable de lait de soja du Japon établit des normes sur la terminologie qui peuvent être utilisés pour définir les types de produits ou utilisés selon le type de produit à travers le Code de concurrence loyale pour l'étiquetage du lait de soja.

< Code de concurrence loyale et de l'ordonnance d'application pour l'étiquetage du lait de soja >

<http://www.jfftc.org/cgi-bin/data/bunsyo/A-25.pdf>

Contact:

Conseil de commerce équitable de lait de soja du Japon

TEL: +81-3-5215-2275

(4) Conseil du recyclage de bouteilles en PET

Le Conseil du recyclage de bouteilles en PET prescrit des directives volontaires pour les conceptions idéales de bouteilles, étiquettes, impression, casquettes, etc plastique désigné (PET) des bouteilles pour boissons, sauce de soja, et les liqueurs, qui sont hygiéniques et ont une excellente recyclabilité et réutilisabilité.

Contact:

Conseil du recyclage de bouteilles en PET TEL: +81-3-3662-7591 <http://www.petbottle-rec.gr.jp>

(5) Association des industries de boissons pour l'embellissement de l'environnement

L'Association des industries de boissons pour l'embellissement de l'environnement, qui se compose de six organisations de l'industrie de boissons, confère à l'étiquetage unifié de la marque embellissement (Fig. 8-9) pour les contenants de boisson pour empêcher le détritris de contenants de boissons et de promouvoir le recyclage.

Fig. 8-9: L'étiquetage unifié de la marque embellissement accordée par l'Association des industries de boissons pour l'embellissement de l'environnement



Contact:

Association des industries de boissons pour l'embellissement de l'environnement

TEL: +81-3-5439-5121 <http://www.kankyobika.or.jp/>

III. Régime Fiscal

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

Les droits de douane sur les boissons gazeuses sont présentés sur la Fig. 8-10. Les taux tarifaires pour les jus de fruits varient en fonction de l'article, si oui ou non on ajoute du sucre, la teneur en saccharose, et l'origine de l'exportation (taux conventionnels pour les membres de l'OMC et les taux de base pour les non-membres). Notez que si le Code H.S. basé sur le Brix a été mis en place depuis 2002, il n'y a pas de différence dans les taux tarifaires sur la base de Brix dans le même article.

Pour faire une demande de tarifs préférentiels sur les articles importés des pays de traitement préférentiel, l'importateur doit présenter un Système généralisé de préférences (SGP) certificat d'origine délivré par les douanes ou d'autres agences de l'émission dans le pays exportateur vers la douane Japonaise avant dédouanement à l'importation (pas nécessaire si la valeur imposable totale de l'article n'est pas supérieur 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 des taux tarifaires à l'avance, il sera plus pratique d'utiliser le système d'enseignement technique dans lequel on peut faire des recherches et de recevoir des réponses en personne, par écrit ou par e-mail.

(Note) Valeur Brix est une mesure d'une substance sèche soluble dans un liquide à 20 ° C. Il s'agit de la concentration en saccharose pour les boissons gazeuses.

Fig. 8-10: Droits de douane sur les boissons alcoolisées (FY2011)

(1) Boissons de Fruits / légumes

Code H.S.		Description	Taux tarifaire					
			Général	Temporaire	OMC	GSP	LDC	
20.09	11	Jus de fruits et jus de légumes Jus d'orange Congelé						
		1. Additionnés de sucre						
		1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	30.0%		25.5%		Gratuit	
		2) Autre	35% or 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit	
		2. Autre	25.0%					
		1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	30.0%		21.3%		Gratuit	
	12	-210	2) Autre	30.0%		25.5%		Gratuit
			Non congelé					
		-290	1. Additionnés de sucre	30.0%		25.5%		Gratuit
			1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue					
		-210	2) Autre	35% or 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit
			2. Autre	25.0%				
	19	-210	1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	30.0%		21.3%		Gratuit
			2) Autre	30.0%		25.5%		Gratuit
-290		Autre	30.0%					
		1. Additionnés de sucre						
-110		1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue			25.5%		Gratuit	
		2) Autre	35% or 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit	
-210	2. Autre	25.0%						
	1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	30.0%		21.3%		Gratuit		
20.09	21	Pamplemousse (pomelo) de jus D'une valeur Brix n'excédant pas 20						
			1. Additionnés de sucre					
	-110	1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	27.0%		23.0%		Gratuit	
		2) Autre	35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit	
	-210	2. Autre	22.5%		19.1%		Gratuit	
		1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue						
-290	2) Autre	30.0%		25.5%		Gratuit		

Fig. 8-10: Droits de douane sur les boissons alcoolisées (FY2011) (suite)

Code H.S.		Description	Taux tarifaire					
			General	Temporaire	OMC	GSP	LDC	
20.09	29	Autre						
		1. Additionnés de sucre	27.0%		23.0%		Gratuit	
		1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue						
		-190 2) Autre	35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit	
		2. Autre	22.5%					
		1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue			19.1%		Gratuit	
		-210 2) Autre	30.0%		25.5%		Gratuit	
		-290						
		31	Jus de tout autre agrume D'une valeur Brix n'excédant pas 20					
			1. Additionnés de sucre	27.0%		23.0%		Gratuit
	1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue							
	-110 2) Autre		35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit	
	-190							
	2. Autre							
	1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue		8.0%				Gratuit	
	-211 - Lime juice		16.0%		6.0%		Gratuit	
	-212 - Lime juice		22.5%		12.0%		Gratuit	
	-219 - Autre		30.0%		19.1%		Gratuit	
	39	Autre	27.0%		25.5%		Gratuit	
		1. Additionnés de sucre						
1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue				23.0%		Gratuit		
-211 2) Autre		35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit		
-212								
-219								
-290								
1. Autre								
1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue		8.0%		6.0%		Gratuit		
-211 - Lime juice		16.0%		12.0%		Gratuit		
-212 - Lime juice	22.5%		19.1%		Gratuit			
-219 - Autre	30.0%		25.5%		Gratuit			
-290								
20.09	41	Jus d'ananas D'une valeur Brix n'excédant pas 20						
		1. Additionnés de sucre	27.0%		23.0%		Gratuit	
		1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue						
		-110 2) Autre	35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit	
		-190						
		1) Autre						
		1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	22.5%		19.1%		Gratuit	
		-210 2) Autre	30.0%		25.5%		Gratuit	
		-290						
		49	Autre	27.0%		23.0%		Gratuit
	1. Additionnés de sucre							
	1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue							
	-110 2) Autre		35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit	
	-190							
	2. Autre							
	1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue		22.5%		19.1%		Gratuit	
	-210 2) Autre		30.0%		25.5%		Gratuit	
	-290							
	50		Jus de tomate					
		1. Additionnés de sucre	35.0%		29.8%		Gratuit	
-100 2. Autre		25.0%		21.3%		Gratuit		
-200								
Jus de raisin (y compris les moûts de raisin) D'une valeur Brix n'excédant pas 30								
1. Additionnés de sucre		27.0%		23.0%		Gratuit		
1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue								
-110 2) Autre		35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit		
-190								
-200								
61	Autre	22.5%		19.1%		Gratuit		
	1. Additionnés de sucre							
	1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	27.0%		23.0%		Gratuit		
	-110 2) Autre	35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit		
	-190							
	2. Autre							
	1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	27.0%		23.0%		Gratuit		
	-110 2) Autre	35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit		
	-190							
	-210							
69	Autre	22.5%		19.1%		Gratuit		
	1. Additionnés de sucre							
	1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	27.0%		23.0%		Gratuit		
	-110 2) Autre	35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit		
	-190							
	2. Autre							
	1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	27.0%		23.0%		Gratuit		
	-110 2) Autre	35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit		
	-190							
	-210							
-290								

Fig. 8-10: Droits de douane sur les boissons alcoolisées (FY2011) (suite)

Code H.S.		Description	Taux tarifaire					
			Général	Temporaire	OMC	GSP	LDC	
20.09	71	Jus de pomme D'une valeur Brix n'excédant pas 20						
		1. Additionnés de sucre						
		1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	27.0%		23.0%		Gratuit	
		2) Autre	40% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		34.0% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit	
		2. Autre	22.5%					
	79	1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	35.0%		19.1%		Gratuit	
		2) Autre			29.8%		Gratuit	
		Autre						
		1. Additionnés de sucre	27.0%		23.0%		Gratuit	
		1) Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	40% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		34.0% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit	
20.09	80	2) Autre	22.5%					
		1) Not more than 10% by weight of sucrose	35.0%		19.1%		Gratuit	
		2) Autre			29.8%		Gratuit	
		Jus de tout autre fruit ou légume						
		1. Jus de fruit						
	90	111	1) Additionnés de sucre	27.0%		23.0%		Gratuit
			- Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue					
			- Autre	35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit
			2) Autre	22.5%				Gratuit
			- Not more than 10% by weight of sucrose					
123		- Prune juice			14.4%			
		- Autre			19.1%			
		- Autre	30.0%		25.5%		Gratuit	
		2. Jus de légumes	10.8%		8.1%		Gratuit	
		1) Additionnés de sucre	9.6%				Gratuit	
239	221	2) Autre			9.0%			
		- In airtight containers			7.2%			
		- Autre						
		- Carrot juice						
		- Autre						
	239	Mélanges de jus						
		1. Mélanges de jus de fruits						
		1) Additionnés de sucre						
		- Pas plus de 10% en poids de saccharose, naturellement ou artificiellement contenue	27.0%		23.0%		Gratuit	
		- Autre	35% ou 27 yen/kg, selon le plus élevé		29.8% ou 23 yen/kg, selon le plus élevé		Gratuit	
220	2) Autre	22.5%		19.1%		Gratuit		
	- Pas plus de 10% en poids de saccharose							
	- Autre	30.0%		25.5%		Gratuit		
	2. Mélanges de jus de légumes	10.8%		8.1%		Gratuit		
	1) Additionnés de sucre	7.2%		5.4%		Gratuit		

Fig. 8-10: Droits de douane sur les boissons alcoolisées (exercice 2011) (suite)**(2) Eau minérale**

Code H.S.			Description	Taux tarifaire				
				Général	Temporaire	OMC	GSP	LDC
22.01	10	-000	Les eaux, y compris les eaux minérales naturelles ou artificielles et les eaux gazéifiées, non additionnées de sucre ou d'autres édulcorants ni aromatisées, glace et neige Eaux minérales et les eaux gazéifiées	3.2%		3.0%	Gratuit	
22.02	90	-100	Autres boissons non alcoolisées	22.4%		13.4%		Gratuit
		-200	1. Additionnés de sucre 2. Autre	16.0%		9.6%		Gratuit

Source: Ministère des Finances

Note 1) Les 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) Spécial tarif préférentiel n'est applicable que pour les pays en voie de développement.

Note 3) Normalement, l'ordre de priorité pour l'application de tarifs préférentiels est, OMC, temporaire, et le général, dans cet ordre. Toutefois, les taux préférentiels ne sont éligibles que lorsque les conditions prévues par la loi ou les règlements sont respectés. Taux de l'OMC s'applique lorsque ces taux sont inférieurs aux taux temporaires ou général. Reportez-vous à «Horaires du tarif douanier du Japon" (par l'office des douanes, 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 commerce

1. Evolution des importations

(1) Jus de fruits et de légumes

Les jus de fruits sont importés dans les trois catégories suivantes: 1) comme un jus concentré pour être transformé en produits sur le territoire japonais, 2) en tant que produits finis fabriqués dans des usines propres ou affiliés fabricant japonais à l'étranger, régis par leurs propres règles et spécifications, et 3) comme produits fabriqués par les fabricants d'outre-mer en dehors du Japon. Les statistiques du commerce du Japon les classe en fonction des types de fruits, teneur en saccharose, et sa valeur Brix. Bien qu'il n'y ait pas de données exactes sur le rapport, la majorité des jus de fruits importés se présente sous la forme de jus concentré qui est ensuite transformée en produits grâce à l'ajout de saveurs différentes. Le jus d'orange est l'un des principaux types de jus de fruits destinés à être importés, mais son importation a subi un coup à la suite de la hausse du prix de la matière ainsi que la stagnation du marché intérieur. Cependant, en 2010, ses chiffres d'importation ont recouvert à la fois sur le volume et fonction de la valeur puisque le marché intérieur a retrouvé sa capacité de résistance. Quant aux jus de légumes, après avoir culminé en 2007, le volume des importations a diminué, en partie à cause de la méfiance des légumes cultivés Chine, qui a impacté l'ensemble du marché.

Fig. 8-11: Les variations de jus de fruits et de légumes

Source: Statistiques du commerce (MOF)

Fig. 8-12: Evolution des importations de jus de fruits et de légumes par élément

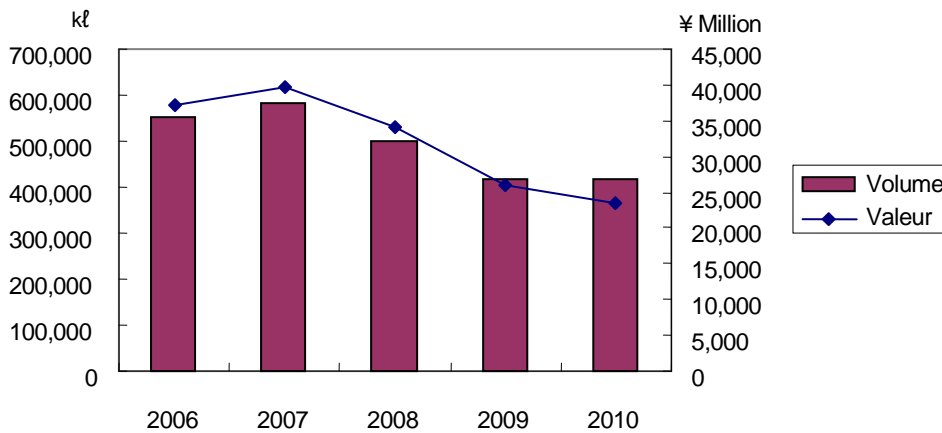
Unités de volume: = kℓ, valeur = ¥ million

Element	Volume					Valeur				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Jus d'orange (congelé)	40,742	40,827	32,121	33,514	34,196	9,875	14,311	9,257	7,211	7,284
Jus d'orange (non congelé)	39,397	32,943	30,355	28,421	34,913	8,626	10,671	7,432	4,761	5,613
Jus de pamplemousse	23,368	23,513	23,069	20,975	19,933	6,895	6,354	4,589	3,704	3,802
Autres jus d'agrumes	19,529	20,342	18,000	15,529	15,673	4,584	5,767	5,495	4,833	4,753
Jus d'ananas	10,054	9,590	10,148	8,905	8,378	1,895	1,805	1,921	1,734	1,725
Jus de tomate	745	627	595	503	418	123	108	100	54	31
Jus de raisin	30,990	33,968	36,254	35,810	35,984	7,472	8,781	9,646	8,854	8,838
Jus de pomme	80,969	93,527	80,951	61,362	59,517	13,653	18,524	22,101	10,843	8,640
Autres jus de fruits et de légumes	50,647	58,923	54,072	42,137	34,905	18,671	23,221	20,241	13,622	11,430
Jus mélangé	6,712	8,040	7,574	6,424	7,513	1,645	2,791	2,674	1,497	1,311
Total	303,153	322,300	293,139	253,580	251,430	73,439	92,333	83,456	57,113	53,427

Source: Statistiques du commerce (MOF)

(2) Eau minérale

L'importateur d'eau minérale a connu une tendance à la baisse depuis le sommet atteint en 2007 à 580.809 kilolitres (105,1% par rapport à l'année précédente). Comme le marché intérieur pour l'eau minérale importée a diminué, elle a encore chuté à 418.975 kilolitres en 2010. Cette tendance est attribuable à des consommateurs japonais préférant un prix raisonnable d'eau à usage domestique vendus dans des contenants plus grands, et à la détérioration de la confiance des entreprises qui rend l'eau minérale moins abordables. En outre, en contribuant à la diminution des facteurs tels que le prix, la faible compétitivité de l'eau minérale petite portable importée, ce qui ouvre la voie à des produits moins chers pour être une option plus attrayante pour les consommateurs.

Fig. 8-13: Evolution des importations d'eau minérale

Source: Statistiques commerciales (MOF)

Fig. 8-14: Evolution des importations d'eau minérale

articles	Volume					Valeur				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Eau mineral	552,620	580,809	499,676	418,972	418,975	37,146	39,719	34,101	26,006	23,352

Source: Statistiques Commerciales (MOF)

1. Répartition Régionale

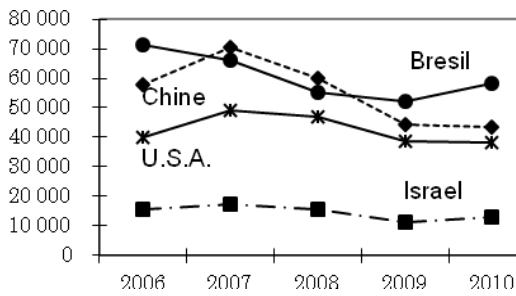
(1) Jus de fruits et de légumes

Les partenaires commerciaux majeurs du Japon pour les jus de fruits et de légumes sont les pays énumérés dans la Fig. 8-17. Parmi eux, le Brésil représente la plus grande part, cependant, la Chine a dépassé le Brésil en 2007. En 2010, les importations en provenance du Brésil ont atteint 58.154 kilolitres (111,6% par rapport à l'année précédente), faisant ainsi du Brésil notre principal partenaire commercial.

Les principaux jus importés sont l'orange (en particulier, les variétés non congelés), la pomme et le pamplemousse, en provenance respectivement du Brésil, de la Chine et des États-Unis. Quant aux importations en provenance de pays africains, le jus de raisin est le produit phare de l'Afrique du Sud avec 10.101 kilolitres (96,0% vs année précédente) en 2010, ce qui représente la quasi-totalité des importations en provenance de l'Afrique.

Les fruits locaux sont utilisés comme ingrédients pour les boissons gazeuses, mais nous importons aussi des fruits comme les acérola, les oranges et les pommes en provenance du Brésil, les raisins et les pommes d'Argentine ou du Chili, et les pamplemousses, les raisins et les pommes d'Afrique du Sud.

Fig. 8-15: Évolution des importations des



Source: Statistiques commerciales (MOF)

Fig. 8-16: Parts des importations en

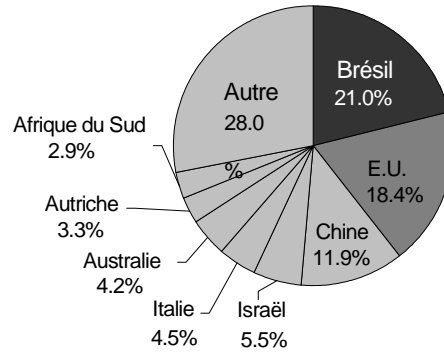


Fig. 8-17: Principaux lieux d'origine des jus de fruits et de légumes

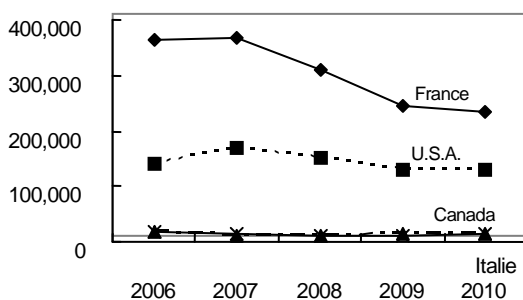
Pays	Volume					Valeur				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Brésil	71,252	66,170	55,338	52,090	58,154	17,041	22,465	15,132	10,394	11,241
Chine	57,713	70,544	60,178	44,108	43,498	9,520	13,669	16,655	7,670	6,373
U.S.A.	40,016	49,011	46,899	38,602	38,042	11,960	16,008	13,514	9,977	9,843
Israël	15,499	17,126	15,343	11,088	12,796	4,811	4,908	3,970	2,830	2,949
Afrique du Sud	11,184	11,019	12,642	10,522	10,101	2,123	2,220	2,281	1,778	1,571
Italie	13,443	11,639	11,119	10,236	9,886	3,034	3,358	3,013	2,647	2,430
Autriche	11,516	9,632	9,332	8,522	8,350	3,000	3,533	3,958	2,231	1,775
Australie	23,607	20,829	18,627	10,919	7,742	5,708	5,887	5,665	2,991	2,264
Autre	58,923	66,331	63,660	67,493	62,860	16,242	20,285	19,266	16,594	14,981
Total	303,153	322,300	293,139	253,580	251,430	73,439	92,333	83,456	57,113	53,427
(Pays Africains)	11,198	11,139	12,686	10,552	10,108	2,127	2,259	2,293	1,784	1,573

Source: Statistiques Commerciales (MOF)

(1) **Eau minérale**

Quant à l'eau minérale, les importations en provenance de la France s'élève à 233.881 kilolitres en 2010, capturant 55,8% du marché. L'eau minérale française tel que Volvic, Evian, et Vittel sont largement apprécié au Japon en raison de leur notoriété avérée et leur distribution par les grands fabricants japonais de boissons gazeuses. Cependant, la progressive perte de confiance dans le milieu des entreprises a créé divers facteurs négatifs pour l'eau importée tels qu'une plus grande demande pour l'eau locale dans les contenants à grande capacité, entraînant une diminution drastique des importations en provenance de la France et faisant baisser le volume total de l'eau importée.

Fig. 8-18: Évolution des importations des



Source: Statistiques Commerciales (MOF)

Fig. 8-19: Parts des importations en 2010

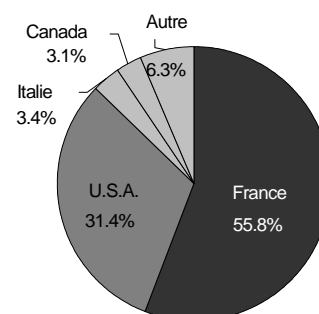


Fig. 8-20: Principaux lieux d'origine de l'eau minérale

Unités: volume = kl , valeur = ¥ million

Pays	Volume					Valeur				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
France	364,898	367,445	309,277	244,939	233,881	26,753	28,429	24,832	18,896	16,767
U.S.A.	140,529	169,026	152,443	130,370	131,376	7,293	8,248	6,664	4,767	4,122
Italie	16,991	13,365	12,611	11,351	14,293	1,072	948	947	728	839
Canada	17,292	11,591	10,744	14,654	12,853	1,258	883	625	637	507
Autres	12,910	19,383	14,602	17,658	26,573	771	1,210	1,033	978	1,115
Total	552,620	580,809	499,676	418,972	418,975	37,146	39,719	34,101	26,006	23,352

Source: Statistiques Commerciales (MOF)

3. Part de marché des importations au Japon

(1) Jus de fruits et de légumes

Les fruits produits au Japon sont le plus souvent consommés frais, ainsi le Japon dépend fortement des jus de fruits importés aussi bien pour leur prix que pour leur approvisionnement. Cette tendance est en augmentation d'année en année, ce qui a conduit aujourd'hui au fait que les produits importés ont pris la quasi totalité des parts de marché du jus de fruits. Toutefois, pour les jus de légumes, la très grande confiance des consommateurs dans les produits locaux leurs donne plus de valeur, ce qui offre une alternative plus attrayante à de nombreux consommateurs. Cela est dû à la méfiance face aux légumes produits en Chine. Certaines entreprises ont essayé de diversifier leurs sources d'approvisionnement. Comme le montre la Fig. 17.8 les importations en provenance de Chine ont connu une baisse.

(2) Eau minérale

Le marché des importations de l'eau minérale a connu de beaux jours jusqu'à sa chute en 2008. Cette tendance a continué comme l'eau minérale importée année après année perd sa part de marché face à l'eau locale. Cela est en partie dû au basculement de la demande vers l'eau minérale locale alors que la mauvaise ambiance dans le milieu des entreprises a conduit à la réduction du nombre de consommateurs qui porte son choix sur l'eau minérale importée. Les conditions climatiques telles que les étés exceptionnellement chauds ont aussi influencé la décision des consommateurs d'acheter ou pas de l'eau minérale. Cependant, généralement parlant, le prix ne pose de problème de compétitivité sur le marché de l'eau minérale, néanmoins une stratégie marketing efficace de la marque est indispensable.

Fig. 8-21: part de marché des importations au Japon

Article	statistiques	2004	2005	2006	2007	2008
Eau mineral	Production nationale	1,296,000	1,428,000	1,802,000	1,924,000	2,015,700
	Volume des importations	330,671	406,925	552,620	580,809	499,676
	Total	1,626,671	1,834,925	2,354,620	2,504,809	2,515,376
	Part des importations	20.3%	22.2%	23.5%	23.2%	19.9%

Source: Association Japonaise de boissons gazeuses, Statistiques commerciales annoncées par le ministère des Finances

4. Contexte des changements dans le volume des importations et autres tendances

(1) Jus de fruits

La plupart des fruits produits au Japon sont consommés frais, et donc, très peu sont utilisés pour les jus de fruits. La compétitivité des prix des fruits locaux est inférieure par rapport à ceux de l'étranger. Ainsi, le Japon dépend fortement des produits étrangers pour les jus de fruits, qui ont un prix inférieur par unité. Toutefois, ces dernières années le prix du jus d'orange a augmenté au niveau mondial, réduisant l'écart de prix entre les produits nationaux et les produits importés. Dans ce contexte, l'importation de jus d'orange non congelé a augmenté en 2010, atteignant 34.913 kilolitres (122,8% par rapport à l'année précédente).

(2) Eau minérale

Compte tenu de la détérioration de la confiance des entreprises, beaucoup plus d'eau minérale locale disponible dans des contenants plus et à prix abordable est devenue le noyau de la demande sur le marché domestique de l'eau minérale. La demande en eau importée est en baisse en raison de la hausse de son coût par article et sa focalisation sur les contenants d'eau de plus petite taille pour une consommation personnelle.

V. Distribution Intérieure

1. Pratique Commerciale, etc.

Les principaux circuits de ventes des boissons gazeuses sont les magasins de vente au détail, y compris les points de vente de marchandises en gros, et les machines distributrices. Les grands magasins de détail ont tendance à travailler directement avec les distributeurs importants tandis que les petits magasins de détail ont tendance à faire des affaires avec plusieurs agences de marchands en gros, ce qui tend à accroître leur marge.

2. Situations du marché intérieur

Les ventes annuelles de boissons gazeuses au Japon sont d'environ 1,75 milliards de litres, ce qui correspond à environ 137 litres de consommation annuelle par personne. Dans un contexte de faible natalité et un vieillissement de la société, cette statistique de consommation est généralement une tendance à la baisse avec de légères fluctuations en raison des conditions météorologiques. Ces dernières années, étant donné le nombre croissant de consommateurs soucieux de leur santé, les entreprises vendent des produits à haute fonctionnalité comme des boissons gazeuses «zéro calories» et «sans sucre».

Vu par catégorie, les boissons stimulantes comme le café, le thé japonais, thé noir ont capturé un peu moins de la moitié du marché. Parmi celles-ci, le thé japonais a les plus fortes ventes comme une option de boisson gazeuse de bonne santé qui ne contient pas de sucre. Vu que les boissons gazeuses, «zéro calories» et «sans sucre» ont été produites récemment et rendues public l'une après l'autre, leurs ventes sont en augmentation. Alors que les ventes à bas prix de l'eau locale augmentent, les ventes d'eau importée sont sur le déclin en raison de son prix plus élevé. Globalement, les ventes d'eau minérale sont en baisse. Les jus de fruits et de légumes sont appréciés par les gens de tous âges comme des boissons saines. Cependant, comme plus boissons tenant compte de la santé ont été développées dans le marché des boissons stimulantes et autres catégories, la demande pour les jus de fruits et de légumes a changé et son marché continue à se réduire en conséquence.

Compte tenu de l'augmentation de consommateurs bas de gamme, les boissons gazeuses comme les thés contenant moins de stimulants et sans sucre ainsi que l'eau minérale sont distribués comme produits de label privé (PL) à bas prix. La concurrence du prix s'est intensifiée comme le prix des produits MN (Marque Nationale) a abaissé en réponse à cette concurrence.

Coca-Cola, le groupe Suntory, Asahi Soft Drink, Kirin Beverage, ITO EN, Kagome, Dydo DRINCO, et la société Pokka sont parmi les plus grands fabricants de boissons douces. Chaque saison, ces fabricants lancent un nouveau produit pour chaque catégorie. Le marché japonais de boissons douces est compétitif en termes de développement de produits, et il est dit que parmi 1000 produits nouveaux, seulement 3 deviennent un hit.

* Les produits de Label Prive (PL) sont ceux pour lesquels une entreprise de vente au détail ou un grossiste est impliquée dans le développement de produits et l'étiquetage avec sa propre marque. La publicité ou la manipulation par un grossiste n'est pas nécessaire, et les articles peuvent donc être moins coûteux que les marques de fabricants.

Les produits de Marque Nationale (MN), quant à eux, sont ceux qui sont développés et commercialisés par les fabricants.

Fig. 8-22: Evolutions de la taille du marché des boissons douce

Unité: kℓ

	2006	2007	2008	2009	2010(prévision)	Ratio
Boissons stimulantes	8,297,900	8,449,800	8,326,200	8,159,800	8,252,800	47.2%
Les boissons gazeuses	2,175,800	2,228,900	2,345,000	2,467,300	2,570,400	14.7%
Eaux minérales	2,216,200	2,461,600	2,421,000	2,339,200	2,297,000	13.1%
Boissons de jus de fruits	1,807,400	1,800,450	1,708,400	1,625,300	1,646,450	9.4%
Boissons de jus de légumes	735,400	801,800	642,050	635,800	630000	3.6%
Autre	2,053,500	2,053,600	1,919,200	1,780,800	2,078,000	11.9%
Total	17,286,200	17,796,150	17,361,850	17,008,200	17,474,650	100.0%

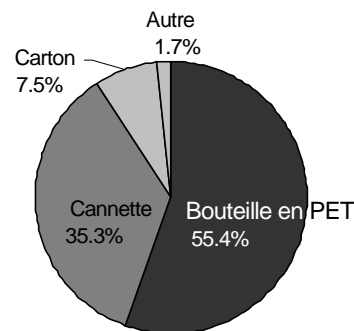
Source: 2011 Les produits de marketing manuel n ° 6, Fuji Keizai

Au Japon, le plastique (PET), les canettes, les bouteilles et les cartons sont utilisés comme contenants principaux pour les boissons douces. En 1982, l'utilisation de bouteilles PET pour les boissons gazeuses a été approuvée. En raison de leur commodité et leur capacité à pouvoir être refermés, elles sont très populaires très rapidement. Aujourd'hui, environ 55% des boissons gazeuses utilisent les bouteilles PET. Les petites bouteilles individuelles de 500 ml et de 350 ml ou des bouteilles encore plus petites sont les plus communes. La demande pour des bouteilles de cette taille est élevée, car elle se consomme facilement en peu de temps et ne prend pas beaucoup de place dans un sac. Les bouteilles PET qui sont plus grandes ou plus larges 900 ml sont principalement utilisés pour contenir des boissons qui sont consommées en continu et / ou en grande quantité à la maison, tels que le café liquide et l'eau minérale.

Concernant les canettes, parce qu'elles ne peuvent pas être refermées, à quelques exceptions près, la taille la plus courante est appelée "format nomikiri (à boire)" ou 340 ml à 350 ml: juste la bonne quantité pour satisfaire sa soif. D'autres options sont des cartons et des bouteilles en verre. Les bouteilles en verre ont été remplacées par des bouteilles PET plus léger, et maintenant, ils sont surtout utilisés pour les produits servis dans les restaurants et les produits à valeur ajoutée provenant de l'étranger.

Fig. 8-23: Evolution des ventes par conteneur (2009)

conteneur	Ventes (¥ million)	Ratio
Bouteille en PET	1,932,640	55.4%
Cannette	1,231,740	35.3%
Carton	261200	7.5%
Autre	59,970	1.7%
Total	3,485,550	100.0%



Source: 2011 Le manuel de commercialisation des produits alimentaires n ° 6, Fuji Keizai

(1) Boissons stimulantes

Les boissons stimulantes comprennent le café en conserve, le café liquide (se réfère à des boissons au café non en conserve), le thé japonais, le thé noir, le thé oolong, le thé mélangé, le thé d'orge, d'autres boissons au thé et les boissons à base de cacao. Parmi ces boissons stimulantes, les types de thé japonais sans sucre, le thé oolong, le thé mélangé, le thé d'orge, les boissons au thé et bien d'autres sont appelés « boissons à base de thé sans sucre », ce qui représente environ 50% du marché. En particulier, les produits de thé japonais ont la plus grande part dans

la catégorie des thés sans sucre. Les produits de thé sans sucre, avec l'avantage de ne pas contenir de sucre attirent les consommateurs soucieux de leur santé, et le groupe Suntory a développé le «kuro-oolong-cha (thé oolong noir)», qui comprend des ingrédients à brûler et à absorber la graisse contenu dans le thé afin d'attirer cette de la population. Les produits de thé mélangés non seulement utilisent le thé mais aussi des ingrédients tels que le sésame noir, les haricots noirs, des baies de goji, le reishi de champignons (*Ganoderma lucidum*), le maïs et le millet comme awa, kibi, et, hic. Les produits représentatifs de thé mélangé sont «soi-kenbi-cha» par le système Coca-Cola, et «ju-roku-cha» par Asahi Soft Drink.

Le café en boîte possède la deuxième plus grande vente après les produits de thé japonais. La taille des conteneurs de 180 à 190 grammes est le courant dominant, et 80% du café est sucré en conserve et 20% sont sans sucre (voir Fig. 8-25). Le café en conserve est connu pour sa haute teneur en sucre. Étant donné le nombre croissant de consommateurs soucieux de leur santé, les fabricants sur ce marché ajoutent plus de produits de «bi-tou (un-peu-sucre)» ou «café noir» à leur gamme de produits. Le système Coca-Cola capte plus de 30% du marché, suivi par le groupe Suntory avec environ 20% de part de marché. Les ventes de ces deux premières entreprises représentent environ 50% du marché. La marque principale du système Coca-Cola est appelé "Géorgie", et celui du groupe Suntory "BOSS". Ils font la promotion de ces marques par le biais de campagnes ventes rigoureux et de publicités télévisées. ITO EN vend du café en boîte à partir d'une chaîne de café bien connue, «Café de Tully».

Le café liquide désigne les boissons au café qui viennent dans des bouteilles en PET et en cartons, principalement de la taille de 1 litre, et ceux-ci sont en forte demande au sein des familles. Comme pour le café en conserve, les fabricants vendent consciente de la santé des produits "tei-tou (faible teneur en sucre)", "bi-tou (un-peu-sucre)" et "demi- calories". La concurrence par les prix dans cette catégorie est très féroce. En particulier, la concurrence entre les produits d'étiquettes privées (EP) et la marque nationale (MN) s'intensifie. Les meilleurs coureurs dans le marché du café liquide comprennent Ajinomoto Foods général (AGF), Nestlé Japon, et le système Coca-Cola, avec AGF capturant la plus grande part d'environ 30%. AGF et Nestlé sont les principaux fabricants de café soluble "Blendy" et "NESCAFE" respectivement, et ils vendent des produits de café liquide sous ces marques. En outre, parmi les produits développés par les meilleurs fabricants, il y a beaucoup de produits en bouteilles de PET.

Quant aux boissons au thé noir, les produits sucrés comptent pour beaucoup sur le marché des produits sans sucre constituant qu'une fraction du marché. Il y a un certain nombre de produits de fruits à saveur de thé, avec du citron étant la norme. Différents produits de thés sont lancés pour une période limitée dans le temps, à l'aide de jus de fruits de saison pour aromatiser. Kirin Beverage a lancé un produit d'une durée limitée dans leur ligne de produit top-running "gogo-no-Kocha" à l'aide de jus de fruits du camu camu. Et ITO EN a lancé un thé aromatisé de bergamote et d'orange et un parfumé de vert et rouge de pomme dans leur ligne de produits «TEA TEA».

Bien que les bouteilles en PET représentent environ 60% des contenants utilisés, les cartons à des prix plus raisonnables sont bien établis comme une option de conditionnement.

Comme les avantages pour la santé des polyphénols de cacao est venu sous le feu des projecteurs, le chocolat chaud est devenu le principal acteur des boissons chaudes vendues en hiver. Récemment, les boissons au cacao glacé ont été développées pour les ventes pendant la période estivale. Dans cette catégorie, le système Coca-Cola, Pokka Corporation, et Japan Tobacco (JT) sont les fabricants les plus performants.

o

Fig. 8-24: Pourcentage du chiffre d'affaires par boisson stimulante

Elements	2009	
	Volume (kℓ)	Ratio
Thé japonais	2,356,500	28.9%
Café en conserve	2,079,100	25.5%
Thé noir	1,017,100	12.5%
Thé Oolong	847,500	10.4%
Thé mélangé	766,100	9.4%
Café liquide	655,500	8.0%
Thé d'orge	244,800	3.0%
Autres boissons au thé	118,700	1.5%
cacao	74,500	0.9%
Total	8,159,800	100.0%

Café liquide
Boissons au café vendu en bouteille PET ou récipient en papier, à l'exclusion des produits en conserve

Thé mélangé
Boissons au thé sans sucre produites en mélangeant plusieurs types de feuilles de thé et des céréales

Autres boissons au thé
Boissons sans sucre de thé fait à partir d'un seul type de feuilles de thé, à l'exclusion de thé japonais, thé noir, thé oolong, thé d'orge. (par exemple, le thé de sarrasin, thé au jasmin)

Source: 2011 Le manuel de commercialisation des produits alimentaires n ° 6, Fuji Keizai

Fig. 8-25: Variation des ventes de café en conserve par teneur en sucre Unit: ¥ million

Type	2006	2007	2008	2009	2010 (prévision)	Ratio
Régulier	453,650	386,200	338,200	314,700	294,100	39.7%
A type peu-de-sucre	110,000	167,400	210,300	217,900	227,800	30.8%
Noir (sans sucre)	98,000	120,200	137,200	138,450	139,200	18.8%
Café au lait	76,350	71,200	80,300	81,800	78,900	10.7%
Total	738,000	745,000	766,000	752,850	740,000	100.0%

Source: 2011 Le manuel de commercialisation des produits alimentaires n ° 6, Fuji Keizai

Fig. 8-26: Evolution des ventes de thé noir par saveur Unit: ¥ million

Type	2006	2007	2008	2009	2010 (prévision)	Ratio
Droit	72,400	72,700	72,100	71,500	71,200	31.7%
Lait	71,200	68,500	69,800	71,400	81,100	36.1%
Citron	36,000	38,200	37,900	37,800	37,400	16.6%
Autre (sans sucre, autre)	21,500	24,900	26,500	28,800	35,000	15.6%
Total	201,100	204,300	206,300	209,500	224,700	100.0%

Source: 2011 Le manuel de commercialisation des produits alimentaires n ° 6, Fuji Keizai

* "Straight" ne contient aucun parfum mais du sucre.

(2) Les boissons gazeuses

Les boissons gazeuses comprennent les boissons à saveur de cola, les boissons claires gazéifiées, les boissons gazeuses avec des colorations de fruits, les boissons gazeuses avec du jus de fruits, du soda au gingembre, et les boissons gazeuses avec de l'acide lactique. Au cours de l'été japonais, il n'est pas inhabituel pour des températures de s'élever au-dessus de 30 degrés Celsius. Ainsi, les boissons gazeuses se vendent bien surtout pendant la période estivale. Les grands fabricants de boissons gazeuses comprennent le système Coca-Cola, Kirin Beverage, le groupe Suntory et Asahi Soft Drinks.

Par catégorie, les boissons à saveur de cola comme "coca cola" par le système Coca-Cola, représentent près de la moitié du marché. Boissons non alcoolisées dans la catégorie des boissons gazeuses utilisées pour cibler les consommateurs adolescents. Toutefois, compte tenu de la baisse de la natalité, d'autres produits sont en cours de développement ciblant les consommateurs dans la trentaine. Par exemple, "Coca-Cola Zéro" "coca-cola zéro libre", "Pepsi NEX" ne contiennent pas de calories, de sucre, de conservateurs, de colorants artificiels et de caféine, et la boisson au cola aromatisé appelé "vert cola" lancé par Asahi Soft Drinks sont fabriqués à partir d'ingrédients dérivés de plantes. Le groupe Suntory lance une unique saveur de "Pepsi" produit deux fois par an, un exemple étant le peps Baobab à saveur sorti en Avril 2010. Ce produit ne contient pas de jus de baobab, mais il est développé autour de l'image de cet arbre.

Comme pour les boissons gazeuses avec des colorations de fruits, il ya deux catégories. La première est celle des boissons gazéifiées aromatisées aux fruits avec des colorants, et la seconde est de boissons gazeuses contenant du jus de fruit. Dans les deux catégories, les saveurs standard sont de citron, d'orange et de raisin. Le pourcentage le plus élevé de jus de fruit dans cette dernière catégorie de boissons gazeuses est inférieur à 5%. Dans la catégorie des boissons gazeuses avec du jus de fruits, des produits de santé délibérés ont été mis au point. Le "Otonano-kirin-citron" par Kirin Beverage est un exemple, qui coupe le sucre et contient des vitamines et de l'ornithine. Un autre exemple est le "Kirin-gaurana" par Kirin Beverage. Celui-ci contient du guarana (une plante originaire d'Amérique du Sud) extrait et vendu exclusivement dans la région d'Hokkaido.

Depuis le scandale de résidus de pesticides dans les légumes surgelés en provenance de Chine, les produits nationaux ont été reconnus comme un élément de valeur ajoutée. Dans ce contexte, les fabricants ont commencé à utiliser du jus de fruits "made in Japan" dans leur production de boissons gazeuses pour ajouter une prime, cela pour se démarquer de ses concurrents. En outre, de nouveaux produits à l'aide de jus de fruits saisonniers ont été lancés.

Fig. 8-27: Pourcentage des ventes de boissons gazeuses par élément

Elément	2009	
	Ventes (kℓ)	Ratio
Boisson de cola à saveur	1,174,100	47.5%
Boisson gazeuse claire	509,500	20.6%
Boissons gazeuses avec colorations de fruits	363,600	14.7%
Boissons gazeuses avec un peu de jus de fruits	227,400	9.2%
Boissons gazeuses avec de l'acide lactique	140,600	5.7%
Soda au gingembre	40,900	1.7%
boissons gazeuses avec jus de fruits	11,200	0.5%
Total	2,467,300	100.0%

Source: 2011 Le manuel de commercialisation des produits alimentaires n ° 6, Fuji Keizai

(3) Eaux minérales

L'eau minérale comprend, l'eau naturelle (eau souterraine extraite d'une source spécifique), l'eau minérale naturelle (entre les eaux souterraines proviennent d'une source spécifique, il se réfère à l'eau avec des sels minéraux dissous), l'eau minérale (minéraux ajusté de l'eau minérale naturelle), et autres eau en bouteille.

Grâce à la vitesse de diffusion élevée du système d'approvisionnement en eau, aussi élevé que 97,5% au Japon, le Japon maintient une haute qualité de l'eau potable du robinet. Pour cette raison, les consommateurs japonais n'ont pas l'habitude d'acheter de l'eau minérale. Mais quelques personnes ont commencé à révéler la détérioration de la qualité de l'eau du robinet, le montant de la consommation d'eau minérale a augmenté progressivement. L'expansion de la consommation d'eau minérale a commencé quand l'inquiétude a grandi en 1999 sur le dysfonctionnement des systèmes informatiques au tournant du siècle (connu sous le nom de problème de Y2K). L'une des conséquences d'un possible dysfonctionnement de l'ordinateur était censé être une interruption de l'approvisionnement en eau, de là le nombre de consommateurs qui étaient stockés sur l'eau minérale a considérablement augmenté. Ce fut l'occasion pour l'eau minérale de s'imposer sur le marché comme une boisson à acheter. Parce que la différenciation entre une eau minérale et une autre est difficile à faire que par le goût seul, les entreprises cherchent à promouvoir leurs produits en utilisant le prix et l'image de marque comme un moyen pour attirer les consommateurs. Environ 80% du marché est capturé par l'eau minérale intérieure et la majorité de cette eau à usage domestique de l'eau douce de faible dureté et non gazeuses. Les grandes marques nationales pour l'eau minérale sont «Suntory Tennen-sui» par le groupe Suntory, «i-ro-ha-su» et «moni-no-mizu-Dayori» par le système Coca-Cola, "arukari-ion sui-"par Kirin Beverage, et «Fuji-san-no-banajiumu-Tennen-sui» par Asahi Soft Drinks. L'eau minérale domestique a un avantage de coût dans la production parce que l'eau est tirée de sources situées au Japon. Les Grandes bouteilles en PET de 2 litre sont le type de récipient le plus commun pour l'eau minérale intérieure et la concurrence par les prix est féroce comme un numéro de label privé (PL) des produits qui arrivent sur le marché. Quant à l'eau minérale importée, les bouteilles en PET de largeur personnalisée de 500 ml sont le type de conteneur le plus courant. L'eau importée a élargi son marché en capturant les cœurs des jeunes avec leur valeur ajoutée tels que le large éventail de niveaux de dureté de l'eau disponible, l'eau gazeuse, ainsi que le design de la bouteille. L'eau minérale de la France et des États-Unis compte pour 87,2% du marché d'importation (Fig. 8-21), et parmi les eaux minérales importées, «Volvic», «Crystal Geysir», et «Evian» sont importés et vendus au Japon par Kirin Beverage, Otsuka Pharmaceuticals, et ITO EN respectivement. Comme les consommateurs sont de plus en plus frugaux dans le ralentissement de l'économie japonaise, la demande se déplace de l'eau minérale importée à l'eau minérale intérieure de bas prix.

Fig. 8-28: Pourcentage des ventes d'eau minérale par élément

Elément	2009	
	Ventes (kℓ)	Ratio
Eaux minérales nationales	1,897,500	81.1%
Eaux importées	441,700	18.9%
Total	2,339,200	100.0%

Eaux minérales

L'eau naturelle (eau souterraine extraite d'une source spécifique), de l'eau minérale naturelle (entre les eaux souterraines proviennent d'une source spécifique, il se réfère à l'eau avec des sels minéraux dissous), de l'eau minérale (minéraux ajusté de l'eau minérale naturelle), et d'autres de l'eau embouteillée.

Source: 2011 Le manuel de commercialisation des produits alimentaires n° 6, Fuji Keizai

(4) Boissons de jus de fruits

Boissons de jus de fruits comprennent toutes les boissons gazeuses à base de jus de fruits, à l'exception des boissons gazeuses et des boissons stimulantes. 100% de jus de fruits comptes pour 42,2% du marché entier des boissons de fruit, à l'orange et la pomme étant les saveurs les plus populaires. La libéralisation complète des importations d'orange en 1992 et la baisse consécutive du coût des matières a permis une baisse des prix des jus de fruits à 100%, ce qui a contribué à la forte expansion de son marché. De nombreux produits, y compris ceux qui ciblent les petits enfants, plaire aux consommateurs en accentuant une image saine. En outre, il existe des produits qui comportent un seul jus de fruit et les jus avec des fruits multiples. Ce dernier type modifie les fruits pour être mélangés selon la saison. De plus, les boissons qui utilisent uniquement des jus de fruits domestiques

sont considérées comme produits à valeur ajoutée. Les grandes marques de jus de fruits sont «Minute Maid» par le système Coca-Cola, "Tropicana" par Kirin Beverage, «Fruits Vitamine » par ITO EN, et «Dole» par Snow Brand MEGMILK.

Comme pour les autres catégories de boissons de jus de fruits, l'agrumes, la pomme et le raisin, sont les principales saveurs. Chaque fabricant lance des produits qui utilisent des fruits de saison. C'est le domaine où les nouveaux produits sont développés le plus activement. Les grandes marques pour cette catégorie sont «Qoo» par le système Coca-Cola, "Koiwai-junsui-kaju" par Kirin Beverage, et "Natchann» par le groupe Suntory. Le groupe Suntory est le fabricant d'un autre produit à succès appelé "boisson Acérola" à l'aide de jus de fruits d'acérola. Ce produit a acquis une place solide sur le marché que l'entreprise a investi de façon constante sur la promotion de ce produit qui comprenait également des publicités télévisées.

Fig. 8-29: Pourcentage des ventes de boissons de jus de fruits par élément

	2009	
	Ventes (kℓ)	Ratio
100% jus de fruit	685,100	42.2%
Autres boissons de jus de fruits	940,200	57.8%
Total	1,625,300	100.0%

Source: 2011 Le manuel de commercialisation des produits alimentaires n ° 6, Fuji Keizai

(5) Boissons de jus de légumes

Cette catégorie comprend les trois types de jus: jus de légumes 100% à base de légumes simples ou multiples comme ingrédients, jus 100% fait avec des légumes et des jus de fruits et jus de tomate. KAGOME et ITO EN sont les deux principaux fabricants de boissons de jus de légumes, représentant plus de 60% du marché, suivi par Kirin Beverage, Kikkoman boissons, le système Coca-Cola.

Les boissons de jus de légumes se sont établies dans le marché japonais quand un nombre croissant de consommateurs soucieux de leur santé voient cela comme un moyen facile d'augmenter leur consommation de légumes. Afin de rendre jus de légumes que les consommateurs apprécient potable, les fabricants utilisent non seulement des légumes domestiques mais aussi importé de partout dans le monde. Par exemple, Kagome et ITO EN produisent du jus de légumes avec la tomate, le poivron rouge, le brocoli, le céleri, le cresson, le chou de Bruxelles, des citrouilles, le persil, les asperges, les carottes en provenance du Chili, du jus de citron à partir de l'Afrique du Sud, le Brésil et l'Argentine, et le camu camu un fruit en provenance du Pérou. En outre, compte tenu de la méfiance des consommateurs des légumes cultivés en Chine, les produits qui utilisent des légumes domestiques sont de plus en plus dans les ventes. Dans les cas où les produits sont fabriqués avec des légumes importés, les fabricants tentent de faire appel à la sécurité de leurs produits en les étiquetant avec des informations d'où les ingrédients ont été produits ou cultivés.

Le jus de tomate est reconnue dans le cadre de sa capacité «dépigmentation de la peau» et les propriétés amincissantes de glycogène contenu dans les tomates. Comme avec du jus de légumes, utiliser les tomates domestiques ajoute une prime aux produits. Les tomates, cependant, sont importées comme ingrédients issus de divers pays, dont les Etats-Unis, l'Espagne, la Chine, la Turquie, le Portugal et le Chili.

Fig. 8-30: Pourcentage des ventes de légumes jus de boissons par élément

	2009	
	Ventes (kℓ)	Ratio
Jus de légumes	120,400	72.6%
Jus de fruits avec des légumes	461,400	18.9%
Boissons de jus de tomate	54,000	8.5%
Total	635,800	100.0%

Source: 2011 Le manuel de commercialisation des produits alimentaires n ° 6, Fuji Keizai

(6) Autres boissons

Cette catégorie comprend les types suivants de boissons gazeuses qui n'appartiennent pas à une catégorie mentionnée ci-dessus: boissons gazeuses fonctionnels, boissons pour sportifs et les boissons lactiques.

Les boissons fonctionnelles sont des boissons destinés à améliorer la santé et le bien-être et contiennent parfois des suppléments de vitamines, d'acides aminés et qui favorisent l'hydratation. "Sueur Pocari" par Otsuka Pharmaceutical, et "Vitamin Water" et "Dakara" par le groupe Suntory sont des produits fonctionnels représentatifs de boissons gazeuses. De nombreuses boissons pour sportifs sont conçues pour compléter les ions perdus dans la transpiration pendant le sport. "Aquarius" par le système Coca-Cola, "Super H2O" par Asahi Soft Drinks, «Gatorade» par le groupe Suntory sont les principales marques de boissons pour sportifs. Les boissons gazeuses fonctionnelles et les boissons pour sportifs se sont tous deux établis dans le marché japonais comme des boissons pratiques favorables à la santé.

Les boissons lactiques sont des boissons gazeuses avec un constituant laitier ajouté. Beaucoup de ces produits ont un goût semblable à celui des boissons au yogourt. La plupart des produits sont vendus dans des bouteilles en plastique PET. Les principaux produits de cette catégorie sont «Eau Calpis» par Calpis et «Bikkle» par le groupe Suntory.

Fig. 8-31: Pourcentage des ventes autres par élément

	2009	
	Ventes (kℓ)	Ratio
Boissons gazeuses Fonctionnelles	933,900	45.1%
Boissons pour sportifs	846,900	40.9%
Les boissons lactiques	288,100	13.9%
Total	2,068,900	100.0%

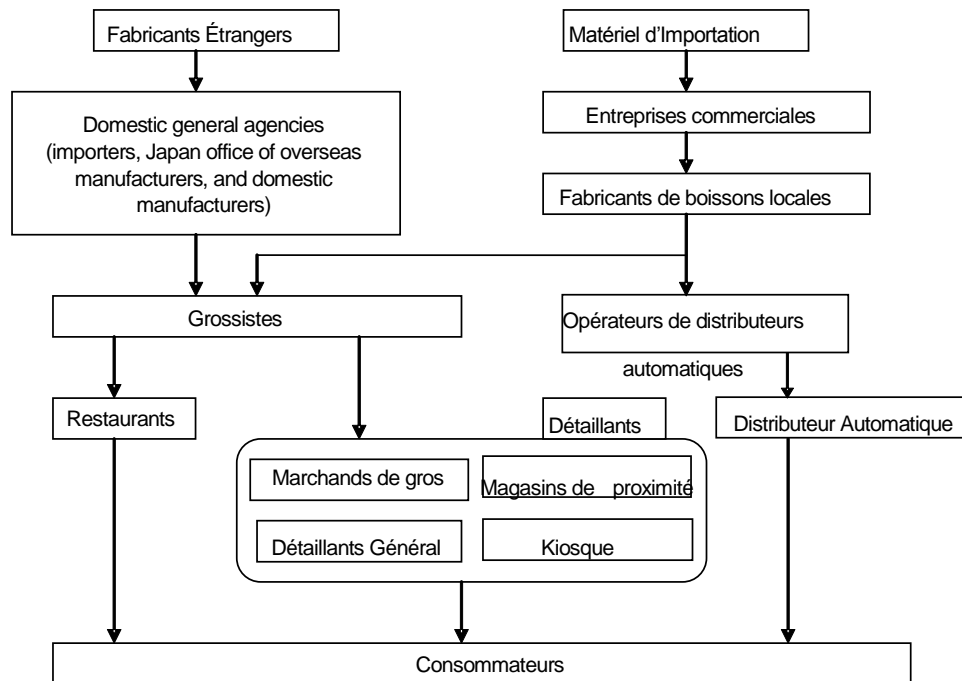
Source: 2011 Le manuel de commercialisation des produits alimentaires n ° 6, Fuji Keizai

3. Les canaux de distribution

Les canaux de distribution de boissons gazeuses sont les suivantes:

Les produits tels que l'eau minérale sont importés par le biais d'agences générales nationales (importateurs, office japonais des fabricants de l'étranger, et les fabricants nationaux), qui sont ensuite vendus à des restaurants, des magasins de détail et des opérateurs de machines distributrices via des grossistes avant d'atteindre les consommateurs. Dans le cas des ingrédients pour les boissons gazeuses, ils sont généralement livrés aux fabricants nationaux de boissons gazeuses par des entreprises d'importation.

Fig. 8-32: Les canaux de distribution de boissons gazeuses



Source: Données de recherches du Fuji Keizai

Une caractéristique unique du marché japonais c'est les distributeurs automatiques, qui constituent une grande partie de la chaîne de distribution. Les distributeurs automatiques sont placés dans les rues, dans les bureaux et dans les lieux de transport en commun, avec le nombre total de machines pouvant atteindre environ 2,6 millions, dont beaucoup sont exploités par des sociétés affiliées de fabricants nationaux de boissons gazeuses. Sur les étalages des marchandises de gros et dans les magasins de proximité, les articles à forte vente et de nouveaux produits ont tendance à prendre le dessus, les fabricants de boissons gazeuses ont donc investis dans les distributeurs automatiques comme canaux supplémentaires aux canaux de vente au détail habituels. Les marques de boissons gazeuses d'outre-mer peuvent être vendues aux distributeurs automatiques si les fabricants nationaux les distribuent.

Alors que les boissons sans alcool importées, à l'exception de l'eau minérale, sont habituellement vendues dans les magasins d'importations de produits alimentaires d'épicerie, les restaurants de cuisine étrangère, ainsi que les magasins de commande par courrier/en ligne, les grandes chaînes de distribution adoptent la plupart du temps les boissons gazeuses produites par les fabricants nationaux.

Fig. 8-33: Pourcentage de ventes de la boisson non alcoolisée par canal (2009)

	Ventes (¥ million)	Ratio
Marchandises en gros	1,335,690	38.3%
Distributeurs automatiques	901,610	25.9%
Magasin de proximité	583,860	16.8%
Autre	664,390	19.1%
total	3,485,550	100.0%

Source: 2011 Le manuel de commercialisation des produits alimentaires n° 6, Fuji Keizai

4. Eléments à considérer afin de pénétrer le marché japonais

Lors de l'importation des boissons gazeuses au Japon, il est nécessaire de s'assurer que les produits répondent aux normes établies par la Loi sur l'hygiène alimentaire au Japon et que les additifs, colorants et conservateurs utilisés sont approuvés au Japon.

Parmi les boissons au thé sans sucre et les boissons gazeuses fonctionnelles, il ya des produits qui plaisent aux consommateurs grâce à leur fonctionnalité. Toutefois, lors de l'importation des ingrédients tels que du thé au Japon, il est nécessaire de confirmer que ces ingrédients ne comprennent pas les éléments favorables à la santé qui sont exclusivement autorisés à des fins médicales.

Dès l'entrée sur le marché japonais, il ya un certains nombre de choses à considérer. Dans le cas où les produits sont exportés sous la forme de produit final, il est essentiel de veiller à la qualité non seulement du contenu, mais aussi de l'emballage, minimisant ainsi le risque de déversement ou de dommages. En outre, la plupart des boissons gazeuses sont vendues à environ ¥ 120 pour les cannettes de 350 ml et ¥ 150 pour les bouteilles de 500 ml en plastique PET au Japon. Si les produits devant être importés dépassent ce prix, le conditionnement doit avoir une valeur ajoutée de qualité attirante pour les consommateurs du Japon. Une autre chose importante à considérer c'est que, quand un scandale alimentaire connexe se produit au Japon, les fabricants japonais sont tenus de réagir rapidement voire faire des rappels et conduire une enquête sur la cause. Ainsi, en important des ingrédients tels que le jus de fruit à de fabricants japonais de boissons gazeuses, il est important d'avoir un système de contrôle qualité mis en place pour superviser les exploitations agricoles et les pesticides.

<Expositions>

Fig. 8-34: Expositions portant sur les boissons gazeuses

Produits alimentaires en général	FOODEX	
	http://www3.jma.or.jp/foodex/ja	TEL: +81-3-3434-3453
	Exposition commerciale de supermarché	
	http://www.smts.jp	TEL: +81-3-5209-1056
Dessert, gâteau, boisson	Festival de dessert, de sucreries & de boisson	
	http://www.dainichiad.co.jp/html/fabex/deza_top.htm	TEL: +81-3-5294-0071

Il ya un certains grands salons comme FOODEX qui sont fréquentés par les fabricants d'environ 60 pays et Festival de dessert, de sucreries & de boisson pour les transformateurs d'aliments et les cafés.

5. Cas d'Échec

<Contamination à la moisissure>

En 2010, l'eau minérale importée de France a dû être rappelé parce qu'elle s'est révélée être contaminée par la moisissure due à un défaut dans la chaîne de production de la source d'eau.

6. Associations et organisations connexes à l'importation

Fig. 8-35: Organisations et Associations d'Importateurs de boissons gazeuses

Soft Drink Association du Japon

<http://www.j-sda.or.jp/>

TEL: +81-3-3270-7300

The Mineral Water Association du Japon

<http://minekyo.net/>

TEL: +81-3-3350-9100

Tea Association du Japon

<http://www.tea-a.gr.jp/>

TEL: +81-3-3431-6509