

**Guide pour les exportations vers le Japon 2011**

**<Articles d'Interieur (Ensemble Vaisselle, etc.)>**

**Organisation Japonaise du Commerce Extérieur**

**[Japan External Trade Organisation (JETRO)]**

**Division de la coopération au développement**

**Département de la coopération Economique et Commerciale**

**Mars, 2011**

# **Guide pour les exportations vers le Japon 2011**

Publié en Mars 2011

Écrit et publié par:

Organisation Japonaise du Commerce Extérieur [Japan External Trade Organisation (JETRO)]

Division de la Coopération au Développement

Département de la Coopération Économique et Commerciale

Ark Mori Building 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.

## Articles de décoration intérieure (Ensemble Vaisselle, etc.)

Au Japon, le prétendu essor du « Zakka » (Divers articles ménagers) a débuté à la fin des années 1990. Depuis lors, un bon nombre de magasins d'articles d'intérieur (or Magasins d'articles ménagers) ont gagné en popularité ; de tels magasins offre une grande variété de produits allant du nécessaire en cuisine/maison/vaisselle au meubles, vêtements et accessoires, et papeterie sous les appellations « simple et moderne », « Japonais Moderne », et « exotique ».

Parmi les divers articles d'intérieur, ce rapport couvre les groupes de produits qui sont généralement donnés à ces magasins d'articles d'intérieur qui mettent l'accent sur les produits en plastique, en bois, en céramique, en verre et en métal couramment utilisés.

### Champ d'application

Article	Définition	Code HS
Vaisselle, Ustensiles de cuisine, autre articles ménagers, Articles Hygiéniques (pour Toilettes) faits de plastique	Vaisselle et Ustensiles de cuisine Autres	3924.10.000 3924.90
Autres articles en plastique	Statuettes et autres articles ornementaux	3926.40.000
Vaisselle, Ustensiles de cuisine faits de bois	Autre que Waribashi	4419.00.900
Vaisselle, Ustensiles de cuisine, autre articles ménagers, Articles pour Toilettes en porcelaine de Chine.	Vaisselle et Ustensiles de cuisine Autres Vaisselle, Ustensiles de cuisine, autre articles ménagers, Articles pour Toilettes en céramique, différent de porcelaine de Chine.	6911.10.000 6911.90.000 6912.00.000
Statuettes et autres articles ornementaux en céramique.	En porcelaine de Chine Autres	6913.10.000 6913.90.000
Articles de verres pour table, cuisine, toilettes, bureau, décoration d'intérieur ou usages similaires	-	7013
Vaisselle, Ustensiles de cuisine, autre articles ménagers	En fonte, émaillée En fonte, émaillée En acier inoxydable En cuivre En aluminium	7323.91.000 7323.92.000 7323.93.000 7418.19.000 7615.19.000

## **1. Points à retenir concernant les Exportations et les ventes au Japon**

### **(1) Règlement et Procédures d'Importation...**

... des articles d'intérieur, vaisselle et ustensiles de cuisine importés sont soumis à La Loi de L'Hygiène Alimentaire (The Food Sanitation Act)

#### **•La Loi de L'Hygiène Alimentaire (The Food Sanitation Act)**

La Loi de L'Hygiène Alimentaire (The Food Sanitation Act) interdit l'importation de kits et des conteneurs/emballages qui contiennent ou qui ont, rattachés à eux, des substances toxiques ou dangereuses représentant une quelconque menace à la santé humaine. Les Importateurs de vaisselle et d'ustensiles de cuisine sont priés de remplir le formulaire d'importation intitulé « Formulaire de signalement pour l'Importation des produits alimentaire etc.» ("Notification Form for Importation of Food, etc."), ainsi que les autres documents requis et de les soumettre au Poste De Quarantaine du port d'entrée des articles. Une décision est par la suite prise après vérification des documents ; vérification qui consiste à voir si oui ou non une inspection de la zone concernée est requise.

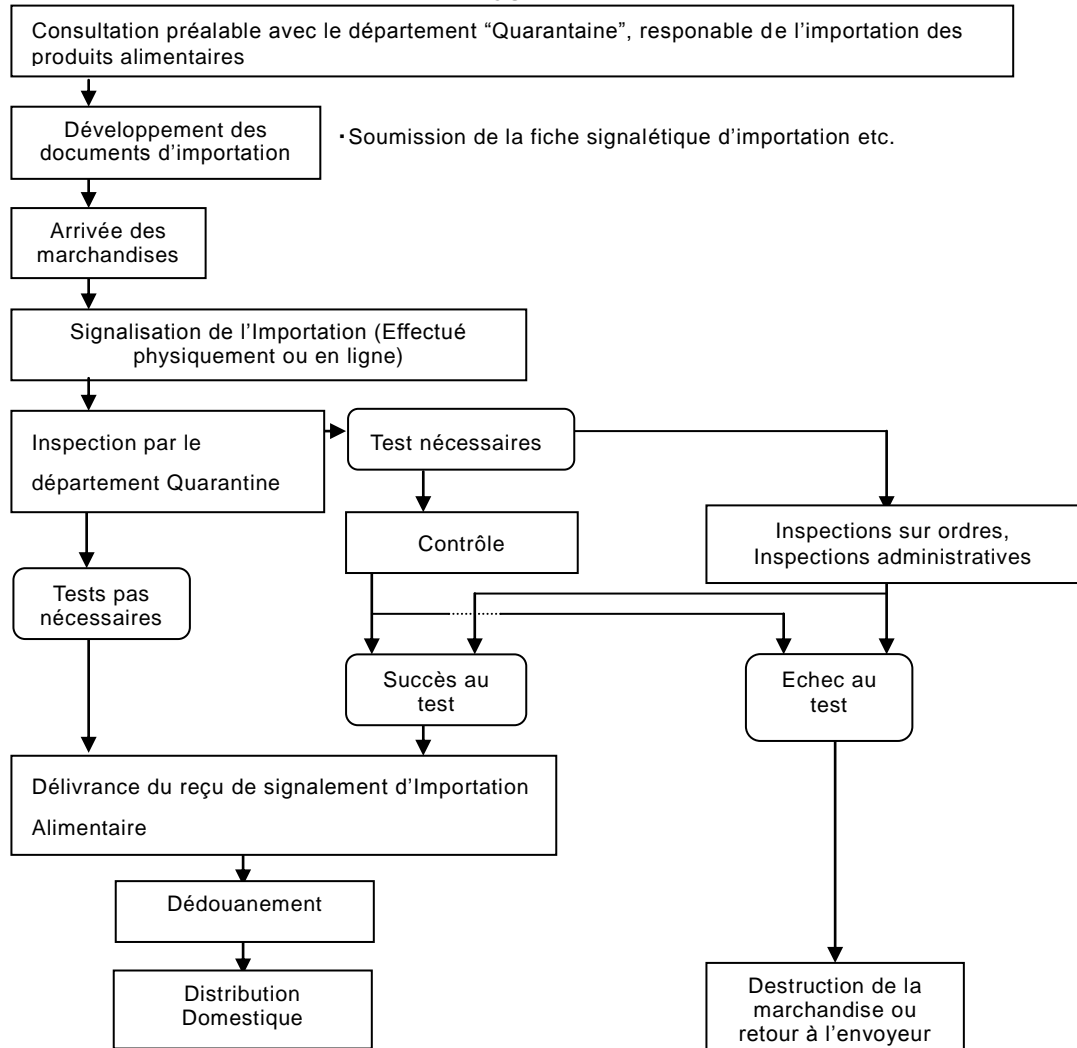
Les ustensiles de cuisines en Métal sont soumis aux Standards de teneur totale en Plomb, tandis que la vaisselle et les ustensiles de cuisine en verre, porcelaine et céramique sont soumis à standards de la teneur totale en Plomb, mais aussi à la lixiviation du cadmium. Un examen sanitaire est imposé à tous les ustensiles et articles en verre, ainsi que ceux faits à partir de cristal au plomb. Un examen parallèle aux agents colorants est requis pour la vaisselle de couleur.

a. Pour les parties métalliques des articles qui entrent en contact direct avec la nourriture :

1. La structure ne doit pas permettre au cuivre, au plomb ou à toute matière équivalente de s'effriter.
2. La teneur en plomb du placage ne doit pas excéder 5%.
3. Ces articles ne doivent pas être fabriqués ou même réparés par des instruments dont la teneur en plomb est supérieure à 10%, et la teneur en Antimoine supérieure à 5%.
4. La teneur en plomb de la soudure utilisée pour la fabrication ou la réparation ne doit pas excéder 20%.
5. Tous les conteneurs/ emballages en cuivre ou en alliage de cuivre doivent avoir une portion qui entre en contact avec la nourriture couverte par le placage en étain, en Argent ou autre placage conçu pour maintenir les aliments en sécurité. Cependant, les matériaux qui ont un éclat distinctif et qui ne sont pas rouillés ne sont pas concernés.

b. Les portions en plastique qui entrent en contact direct avec la nourriture ne doivent pas contenir de plomb ou de cadmium.

**Fig. 1 Procédures requises d'après La loi de L'Hygiène Alimentaire (The Food Sanitation Act)**



Avant d'importer, l'importateur peut faire analyser un échantillon des articles qui seront importés par les laboratoires enregistrés auprès du Ministère de la santé, du travail et du Bien-être ou par des agences gouvernementales tout aussi compétentes des pays exportateurs. Les résultats de ces tests peuvent être soumis en lieu et place des inspections correspondantes se tenant au port d'entrée ; ce qui accélère le processus de vérification du département quarantaine.

En remplissant « Formulaire de signalement pour l'Importation des produits alimentaire etc. » (“Notification Form for Importation of Food, etc.”), la déclaration des résultats de l'inspection, et la déclaration du plan d'importation, les éventuels importateurs, s'ils ont l'intention d'importer à plusieurs reprises les mêmes ustensiles de cuisine en aluminium, acier inoxydable, ou 100% verre, n'auront pas besoin de remplir à chaque fois la fiche de signalement pour l'importation pendant une certaine période (trois ans principalement).

Si des produits qui, dans le passé (sur une période de 3 ans) n'ont enfreints aucune règles, sont importés, l'importateur peut être exempté de remplir les formulaires de signalement à chaque futur cas d'importation pour 1 ou 3 ans si ils fournissent un plan d'importation ou tous documents similaires (dénommé le SIP- Système d'Importations Planifiées [Planned Import System]).

Parmi les articles d'intérieur, les produits autres que les articles vaisselles et les ustensiles de cuisine varient largement selon le matériel utilisé, la forme et l'usage ; et différentes restrictions peuvent y être appliquées à l'importation : certains articles peuvent être soumis à la restriction de la Loi des Echanges et Commerces Etrangers (Foreign Exchange and Foreign Trade Act) ou même sur la Convention du Commerce International des Espèces en Danger de la Faune et de la Flore Sauvage (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora (CITES) ), pour lesquels une attention particulière est requise.

## **(2) Règlements et exigences procédurales au moment de la vente**

Importation des articles d'intérieur sous différentes catégories de produits est soumise à la Loi de L'Hygiène Alimentaire (The Food Sanitation Act), la Loi de l'étiquetage de la qualité des articles ménagers (Household Goods Quality Labeling Act), et de la Loi contre les Primes injustifiées et la publicité mensongère (Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations). Les produits et articles qui enfreignent les droits de propriétés intellectuelles sont réglementés par les diverses loi visant à protéger les propriétés intellectuelles (Loi sur les marques déposées, Loi sur les brevets, Loi visant à empêcher la compétition déloyale, etc.). Les potentiels exportateurs se doivent d'être conscients de toutes ces lois, car les détenteurs des droits peuvent engager une procédure judiciaire.

En plus de cela, les services de ventes par correspondance sur Internet et les transactions commerciales spéciales sont sous réserve de la Loi sur les Transactions Commerciales Spéciales (Act on Specified Commercial Transactions). Les conteneurs et emballages peuvent être aussi sujets aux règles d'étiquetage de la Loi pour la promotion de l'utilisation effective des ressources (Act on the Promotion of Effective Utilization of Resources), et à celles du recyclage de la Loi pour la promotion de la collecte des déchets triés (the Act on the Promotion of Sorted Garbage Collection and Recycling of Containers and Packaging). Pour cette dernière, certains fournisseurs de petite taille sont exemptés.

### **•Loi de L'Hygiène Alimentaire (The Food Sanitation Act)**

Pour les ustensiles de cuisine et les articles de vaisselle, La Loi de l'hygiène Alimentaire interdit la vente et l'utilisation d'appareils et de conteneurs-emballages qui représenteraient une potentielle menace pour la santé humaine. L'étape de distribution est aussi sujette à la surveillance et à la guidance des inspecteurs de L'hygiène alimentaire en provenance des centres de santé publics.

### **•Loi de l'étiquetage de la qualité des articles ménagers (Household Goods Quality Labeling Act)**

La loi prescrit le format et le contenu de l'étiquetage par rapport à la qualité des produits conçus pour un usage domestique quotidien. L'objectif est de protéger les avantages du consommateur en fournissant des informations susceptibles de les aider à choisir leurs produits et de les informer sur les conditions correctes d'utilisations.

#### - Articles d'Interieur (Ensemble Vaisselle, etc.)-

Les articles vaisselle et les ustensiles de cuisine faits de verre résistant à la chaleur, de verre renforcé, de résine synthétique (plastique), de bois qui sont revêtus d'un vernis ou d'un matériau en gomme de cajou doivent afficher sur leur étiquette des informations relatives, selon les Normes D'étiquetage de la Qualité des Produits Industriels Divers (Miscellaneous Industrial Products Quality Labeling Standards) et les Normes D'étiquetage de la Qualité des Produits en Résine synthétique (Synthetic Resin Products Quality labeling Standards) tous deux sous la Loi de l'étiquetage de la qualité des articles ménagers (Household Goods Quality Labeling Act).

#### •Loi contre les Primes injustifiées et la publicité mensongère (Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations)

La loi interdit toute forme d'étiquetage incorrect qui exagère ou falsifie la nature ou la qualité des produits dans l'objectif de tromper les clients. Les importateurs et les revendeurs sont priés de donner des motifs raisonnables qui prouvent que l'étiquetage des produits n'est pas erroné. S'ils ne sont pas capables de le faire, leurs revendications seront considérées comme inconvenantes. Un étiquetage trop vague ou confus rendant difficile le discernement de l'actuel pays d'origine est aussi interdit car étant considéré comme une forme d'étiquetage inconvenant.

#### •Loi sur les Transactions Commerciales Spéciales (Act on Specified Commercial Transactions)

La vente de «produits, droits ou services spécifiques» aux consommateurs généraux à travers des «transactions commerciales spéciales » tels que les services de ventes par correspondance ou les services de vente porte-à-porte, sont soumis à la loi concernant les transactions commerciales spéciales.

Les transactions commerciales précisées par la loi sont : (1) les ventes porte-à-porte, (2) les ventes par correspondance, (3) les ventes par télémarketing, (4) Les ventes en chaînes (marketing basé sur les connections/contacts en utilisant le bouche à oreille et les ventes de type pyramidal), (5) les transactions liées à la prestation continue de services spécifiques, et (6) les opérations de ventes débouchant sur des opportunités d'affaires.

Les ventes par correspondance incluent les ventes sur Internet et les publicités commerciales par e-mail. Dans l'optique de fournir aux consommateurs des informations précises lors de la vente par correspondance, les opérateurs sont requis de lister les informations suivantes lors de leur campagnes publicitaires : (1) Prix de vente, (2) Durée et méthode de paiement, (3) date de livraison, (4) clauses liés au renvoi des articles, (5) Nom, adresse et numéro de téléphone de l'opérateur. Cette loi interdit aussi les publicités contenant des affirmations fausses ou exagérées.

### (3) Contacts des autorités Compétentes

**Fig. 2 Contacts des autorités compétentes**

Réglementations et contrôle	Agences compétentes	Contact/Website
Loi de L'Hygiène Alimentaire	Département du Service d'Hygiène Alimentaire, Pharmaceutique, Ministère de la santé, du travail et du Bien-être.	TEL: +81-3-5253-1111 <a href="http://www.mhlw.go.jp">http://www.mhlw.go.jp</a>
Loi des Echanges et Commerces Etrangers	Division des licences commerciales, Département de contrôle des échanges commerciaux, Bureau de la coopération commerciale et économique, Ministère du Commerce, de l'Economie et de l'industrie.	TEL: +81-3-3501-1511 <a href="http://www.meti.go.jp">http://www.meti.go.jp</a>
Loi pour la protection des Espèces en Danger de la Faune et de la Flore Sauvage	Division de la faune Bureau de la protection de la nature, Ministère de l'Environnement	TEL: +81-3-3581-3351 <a href="http://www.env.go.jp">http://www.env.go.jp</a>
Loi de l'étiquetage de la qualité des articles ménagers	Bureau responsable de l'étiquetage de la qualité des articles ménagers, Division du commerce lié à la consommation, Département des pratiques commerciales, Commission Japonaise du commerce équitable.	TEL: +81-3-3507-8800 <a href="http://www.caa.go.jp">http://www.caa.go.jp</a>
Loi contre les Primes injustifiées et la publicité mensongère	Division du commerce lié à la consommation, Département des pratiques commerciales, Commission Japonaise du commerce équitable.	TEL: +81-3-3507-8800 <a href="http://www.caa.go.jp">http://www.caa.go.jp</a>
Loi sur les Transactions Commerciales Spéciales	Division du commerce lié à la consommation, Département des pratiques commerciales, Commission Japonaise du commerce équitable.	TEL: +81-3-3501-1511 <a href="http://www.meti.go.jp">http://www.meti.go.jp</a>
Loi pour la promotion de l'utilisation effective des ressources/Loi pour la promotion de la collecte des déchets triés	Division de la prolifération du Recyclage, Politique des Sciences et Technologies, et Bureau de L'environnement, Ministère du Commerce, de l'Economie et de l'Industrie.	TEL: +81-3-3501-1511 <a href="http://www.meti.go.jp">http://www.meti.go.jp</a>
	Bureau de la prolifération du Recyclage, Division de la planification des décisions, Département de la gestion des déchets et du recyclage, Ministère de L'Environnement	TEL: +81-3-3581-3351 <a href="http://www.env.go.jp">http://www.env.go.jp</a>

## 2. Etiquetage

### (1) Etiquetage sous réglementation Juridique

#### Etiquetage d'après la Loi de l'étiquetage de la qualité des articles ménagers

Les détails concernant l'étiquetage et autres prérequis concernant les articles d'intérieur dans la catégorie Vaisselle et Ustensiles de cuisine listés ci-dessous sont spécifiés d'après les Normes D'étiquetage de la Qualité des Produits Industriels Divers (Miscellaneous Industrial Products Quality Labeling Standards) et les Normes D'étiquetage de la Qualité des Produits en Résine synthétique (Synthetic Resin Products Quality labeling Standards), toutes deux sous la Loi de l'étiquetage de la qualité des articles ménagers.

**Fig 3. Articles nécessitant un étiquetage selon la Loi de l'étiquetage de la qualité des articles ménagers**

Articles	Informations à étiqueter
Les conteneurs qui n'ont pas besoin d'étiquetage pour leur contenance tels que les assiettes, bols, tasses, conteneur à fermeture hermétique pour nourriture, boîtes à déjeuner, boîtes à pain, en résine synthétique.	1) Matériau de fabrication Résine 2) Température jusqu'à laquelle l'article est résistant à la chaleur 3) Précautions d'utilisation 4) Nom de l'Etiqueteur et contacts (Adresse ou numéro de téléphone)
Ustensiles en résine synthétique pour cuisine ou table (dîners), à l'exception des planches à couper et des ustensiles pour la fabrication de glaçons.	1) Matériau de fabrication Résine 2) Température jusqu'à laquelle l'article est résistant à la chaleur 3) Nom de l'Etiqueteur et contacts (Adresse ou numéro de téléphone)
Ustensiles en bois ou en résine synthétique pour cuisine ou table (dîners) revêtus d'un vernis ou d'un matériau en gomme de cajou.	1) Nom de l'article, 2) Type de peinture sur la surface, 3) Type de Substrat sur la surface 4) Précautions d'utilisation 5) Nom de l'Etiqueteur et contacts (Adresse ou numéro de téléphone)
Verrerie renforcée pour la table (dîners) ou la cuisine.	1) Nom de l'article, 2) Type d'armature 3) Précautions d'utilisation 4) Nom de l'Etiqueteur et contacts (Adresse ou numéro de téléphone)

- Articles d'Interieur (Ensemble Vaisselle, etc.)-

Ustensiles de cuisine ou de table (pour dîners) en verre borosilicaté ou Vitrocéramique	1) Nom de l'article 2) Types d'utilisations 3) Température jusqu'à laquelle l'article est résistant à la chaleur 4) Précautions d'utilisation 5) Nom de l'Etiqueteur et contacts (Adresse ou numéro de téléphone)
Ustensiles de cuisine (faits d'Aluminium, en fonte émaillée, en acier inoxydable, et en cuivre, avec une capacité Pas plus grande que 10 litres, et sans système de chauffage intégré)	1) Texture de la Surface (si applicable), 2) Type du matériau 3) Dimensions 4) Capacité totale 5) Précautions d'utilisation 6) Nom de l'Etiqueteur et contacts (Adresse ou numéro de téléphone)
Bouilloires (faits d'Aluminium, en fonte émaillée, en acier inoxydable, et en cuivre, avec une capacité Pas plus grande que 10 litres)	1) Texture de la Surface (si applicable), 2) Type du matériau 3) Dimensions 4) Précautions d'utilisation 5) Nom de l'Etiqueteur et contacts (Adresse ou numéro de téléphone)

**Etiquetage d'après la Loi pour la promotion de l'utilisation effective des ressources (Act on the Promotion of Effective Utilization of Resources)**

D'après la Loi pour la promotion de l'utilisation effective des ressources, les conteneurs et emballages spécifiques sont sujets à l'identification des étiquettes, dans le but de promouvoir le tri collectif. Lorsque du papier, ou du plastique est utilisé en tant que matériau d'emballage pour des articles individuels, ou pour l'étiquetage externe ou autre, l'étiquette identifiant le dit matériau doit être affichée à au moins un endroit sur le côté de la boîte avec des informations sur ses différentes utilisations.

[Exemple à titre représentatif]



**Emballage Externe**



**Emballage Individuel**

**(2) L'Etiquetage selon la contrainte volontaire au niveau de l'industrie**

**L'Etiquetage en accord avec les exigences liées aux Verres résistants à la chaleur/Verres durcis vis-à-vis de l'accréditation**

L'association des fabricants de Verre du Japon autorise les articles vaisselle résistant à la chaleur, qui sont fabriqués par ses compagnies membres qui ont une certaine taille au niveau de leurs installations et au niveau de leurs processus de production. Ces compagnies doivent respecter certaines conditions dans l'intention de porter la marque de ladite association, après bien-sûr vérification de la gestion des matériaux et des procédures. Les produits agréés autorisés à porter la marque « Verre Résistant à la chaleur » sont aussi autorisés à porter celui indiquant « Couvercle en Verre trempé ».

\*Contact: L'association des fabricants de Verre du Japon (The Glass Manufacturers Association of Japan)

Tel: +81-3-5937-5861 <http://www.glassman.or.jp>

**[Marque indiquant**

**« Verre Résistant à la chaleur »]**



**[Marque indiquant**

**« Couvercle en Verre trempé »]**





### **3. Système Fiscal**

#### **(1) Droits de douane**

Les frais de douane sur les grands groupes de produits (Plastique, Bois, Verre, et Métal) d'articles d'intérieur sont représentés dans le tableau ci-dessous.

Dans le but d'être éligible aux bénéfices des tarifs préférentiels pour les pays avec lesquels le Japon a un accord de préférence commerciale, il est demandé à la dite compagnie de soumettre le formulaire 'A' de Système Général des préférences (Generalized System of Preferences Form A), formulaire délivré par le bureau de douane ou autres autorités compétentes du pays associé (sauf si la valeur totale des importations est de 200,000 Yens ou moins). Pour plus de détails, contacter La Douane et le bureau tarifaire du Ministère des finances. Si d'aventure, un souhait est émis de consulter en avance la grille tarifaire ou les droits de douane, il serait convenable d'avoir recours au précédent système d'instruction, qui offre la possibilité de demander des renseignements et de recevoir des réponses de vive-voix, par écrit ou par courrier. (Japan Customs: <http://www.customs.go.jp/english/index.htm>)

**Fig. 4 Droits de douane sur les articles d'intérieur**

Code HS	Description	Taux de Taxe				
		Général	Temporaire	WTO	Préférentiel	Préférentiel spécial
3924	Articles vaisselle, ustensiles de cuisine, Autres articles ménagers et articles hygiéniques ou de toilettes, en plastique					
3924.10 000	Articles vaisselle et ustensiles de cuisine	5.8%		3.9%	Gratuit	
3924.90 010	Autres articles hygiéniques ou de toilettes	5.8%		3.9%	Gratuit	
3924.90 090	Autres articles hygiéniques ou de toilettes					
3926	Autres articles en plastique					
3926.40 000	Statuettes et Autres articles ornementaux	5.8%		4.8%	Gratuit	
4419						
4419.00 900	Articles vaisselle et ustensiles de cuisine, en bois					
6911	Autres articles (autres que Waribashi)	3.2%		2.7%	Gratuit	
6911	Articles vaisselle, kitchenware, Autres articles ménagers articles hygiéniques ou de toilettes, en porcelaine de Chine					
6911.10 000	Articles vaisselle et ustensiles de cuisine	3.4%		2.3%	Gratuit	
6911.90 000	Autres articles	3.4%		2.3%	Gratuit	
6912						
6912.00 000	Articles vaisselle en céramique, ustensiles de cuisine, Autres articles ménagers, articles hygiéniques ou de toilettes, autre qu'en porcelaine de Chine	3.4%		2.3%	Gratuit	
6913						
6913.10 000	Statuettes et Autres articles ornementaux en céramique			2.3%	Gratuit	
6913.90 000	en porcelaine de Chine	3.4%		2.3%	Gratuit	
7013	Autres articles	3.4%				
7013.10 000	Verrerie utilisée pour la table, la cuisine, les toilettes, le bureau, pour décoration d'intérieure et autres usage similaires (Autres qu'avec une position en-tête de 70.10 ou 70.18)			3.1%	Gratuit	
7013.22 000	En vitrocéramique	4.6%		3.1%	Gratuit	
7013.28 000	Verres à pieds, Autres qu'en vitrocéramique:			3.1%	Gratuit	
	En Cristal au plomb	4.6%				
7013.33 000	Autres articles	4.6%		3.1%	Gratuit	
7013.37 000	Autres verres à boire, Autres qu'en vitrocéramique:			3.1%	Gratuit	
	En Cristal au plomb	4.6%				
7013.41 000	Autres articles	4.6%				
7013.42 000	Verrerie utilisée pour la table (différente des verres à boire) ou pour la cuisine, Autres qu'en vitrocéramique:			3.9%	Gratuit	
	En Cristal au plomb	5.8%		3.9%	Gratuit	
7013.49 000	En verre ayant un coefficient linéaire d'expansion n'excédant pas 5 x 10 <sup>-6</sup> par Kelvin pour les températures variant de 0°C à 300°C	5.8%		3.9%	Gratuit	
7013.91 000	Autres articles	5.8%		3.9%	Gratuit	
7013.99 000	Autres verrerie:			3.9%	Gratuit	
7323	En Cristal au plomb	5.8%				
	Autres articles	5.8%				
7323.91 000	Articles ménagers de table, de cuisine et équivalents fait de fer ou d'acier, de paille de fer, Eponges en fer, patins de polissage, gants				Gratuit	
7323.92 000	En fonte émaillée	Gratuit			Gratuit	
7323.93 000	En fonte non-émaillée	Gratuit			Gratuit	
7418	En acier inoxydable	Gratuit				
7418.19 000	Articles ménagers de table, de cuisine et équivalents fait de cuivre, Eponges, patins de polissage, gants, essentiel sanitaire et équivalents faits de cuivre				Gratuit	
7615	Articles ménagers de table, de cuisine et équivalents fait d'aluminium, Eponges, patins de polissage, gants, essentiel sanitaire et équivalents faits d'aluminium	Gratuit			Gratuit	
7615.19 000	Articles ménagers de table, de cuisine et équivalents fait d'aluminium, Eponges, patins de polissage, gants, essentiel sanitaire et équivalents faits de cuivre	Gratuit			Gratuit	

Note 1: Un taux spécial préférentiel est applicable seulement pour les pays moins développés.

Note 2: Normalement, l'ordre de priorité pour l'application des tarifs est : Préférentiel, WTO, Temporaire et Général. Cependant, les tarifs préférentiels ne sont applicables que seulement quand les conditions stipulées par la loi sont respectées. Les tarifs WTO ne sont appliqués que lorsque ceux-ci sont inférieurs aux tarifs temporaires ou généraux. Voir « La grille Japonaise des réglementations tarifaires (par la douane et le bureau tarifaire, Ministère des Finances) pour une interprétation plus détaillée des tarifs et pour plus d'information sur les accords de partenariats économiques [economic partnership agreements (EPAs)] de chaque pays.

## (2) Taxe à la consommation

(CIF + Droits de douane) × 5%

## 4. Tendances commerciales

### (1) Changement dans les importations

#### <Evolution des importations par articles>

Les importations des articles vaisselle en plastique ont augmenté de 2006 à 2010, avec en 2010 : 124,008 tonnes pour une valeur totale de 71,166 millions de Yens, ou 114.7% et 114.5% pour 2006. La croissance constante des importations des produits à usages ménagers en particulier, était la principale raison de l'augmentation globale des importations. Il est aussi dit que les importations des articles vaisselle en plastique autres que les produits et articles de toilette, et papeterie par exemple, ont aussi augmentées.

Quant aux articles vaisselle en céramique, la constante diminution des importations jusqu'en 2009 a été la cause des résultats significativement bas pour l'année 2010 par rapport à l'année 2006, malgré une légère augmentation. Les importations des articles en céramique, en particulier, ont fortement baissées avec des importations de 36,919 tonnes équivalentes à 11,535 millions de Yen, ou 62.1% et 66.5% des chiffres de 2006.

Les importations des articles de vaisselle en verre ont considérablement chuté lors de ces dernières années. Les importations de 2010 étaient de 40,287 tonnes d'une valeur de 16,805 millions de Yens ou 83.7%, et 67.6% des chiffres en 2007, traduisant une importante baisse. Ceci, dut à plusieurs facteurs notamment une diminution des importations des articles vaisselle en verre au plomb (verre en cristal) aussi connu sous le nom de « bon verre », pour lesquels les importations ont généralement été stables de par le passé. Cette situation contraste avec les importations en hausses des verreries et vaisselles moins chères. Un autre facteur de la diminution fut la chute des valeurs unitaires à l'importation face à un Yen revigoré (entendez par là un Euro faible), car les articles vaisselle en verre sont largement importés vers l'Europe.

**Fig. 5 Variations dans les importations des articles d'Intérieur**

Article	2006		2007		2008		2009		2010	
	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur
Vaisselle, Ustensiles de cuisine	38,819	19,615	37,716	21,069	36,929	21,202	36,935	20,279	44,411	25,988
Toilettes	6,436	3,845	5,885	3,898	5,560	3,803	5,540	3,369	5,885	3,332
Articles ménagers	50,751	18,630	52,025	20,705	53,216	23,589	56,086	22,749	63,960	24,883
Statuettes et autres articles ornementaux	12,127	20,057	11,154	19,606	10,193	18,874	8,621	15,952	9,752	16,963
<b>Total, En plastique</b>	<b>108,133</b>	<b>62,147</b>	<b>106,781</b>	<b>65,278</b>	<b>105,898</b>	<b>67,468</b>	<b>107,182</b>	<b>62,349</b>	<b>124,008</b>	<b>71,166</b>
<b>Total, en Bois</b>	—	—	—	—	10,325	5,909	9,262	4,992	8,123	4,342
En Porcelaine de Chine	44,455	20,100	43,642	20,883	35,896	17,957	37,539	14,082	38,323	14,555
	59,428	17,358	45,939	16,493	36,837	13,068	32,716	10,599	36,919	11,535
<b>Total, en Porcelaine de Chine</b>	<b>103,884</b>	<b>37,457</b>	<b>89,581</b>	<b>37,377</b>	<b>72,732</b>	<b>31,025</b>	<b>70,255</b>	<b>24,682</b>	<b>75,243</b>	<b>26,090</b>
Vitrocéramique	89	53	230	126	135	63	104	45	95	55
Tasses et verrerie (Cristal au plomb)	—	—	1,163	4,059	928	3,484	538	2,289	509	2,359
Tasses et verrerie (autres)	—	—	11,521	5,190	10,663	4,612	8,969	3,255	9,113	3,433
Articles vaisselle et ustensiles de cuisine (Cristal au plomb)	—	—	116	280	80	206	42	122	76	163
Articles vaisselle et ustensiles de cuisine (Autres)	—	—	19,322	5,940	17,149	5,915	15,610	4,996	17,767	5,420
Autres (Cristal au plomb)	879	2,682	912	2,653	638	2,036	292	1,224	289	1,101
Autres	15,606	6,645	14,848	6,595	15,357	6,126	13,311	4,721	12,438	4,274
<b>Total, verrerie</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>48,111</b>	<b>24,843</b>	<b>44,948</b>	<b>22,442</b>	<b>38,866</b>	<b>16,652</b>	<b>40,287</b>	<b>16,805</b>
Articles vaisselle et ustensiles de cuisine (fer de fonte)	4,510	2,864	4,557	2,763	4,256	2,726	2,854	1,682	3,056	1,949
Articles vaisselle et ustensiles de cuisine (acier inoxydable)	41,500	29,178	35,883	29,376	34,972	28,413	33,664	24,115	34,788	23,340
Articles vaisselle et ustensiles de cuisine (Acier)	122	214	98	216	65	133	39	115	32	93

- Articles d'Interieur (Ensemble Vaisselle, etc.)-

Articles vaisselle et ustensiles de cuisine (aluminium)	37,200	26,096	37,993	29,848	40,419	31,858	39,042	26,100	39,717	25,659
<b>Total, en métal</b>	<b>83,332</b>	<b>58,352</b>	<b>78,530</b>	<b>62,203</b>	<b>79,712</b>	<b>63,130</b>	<b>75,598</b>	<b>52,011</b>	<b>77,593</b>	<b>51,042</b>
<b>Total</b>	<b>311,922</b>	<b>167,336</b>	<b>323,002</b>	<b>189,700</b>	<b>313,616</b>	<b>189,974</b>	<b>301,163</b>	<b>160,686</b>	<b>325,254</b>	<b>169,444</b>

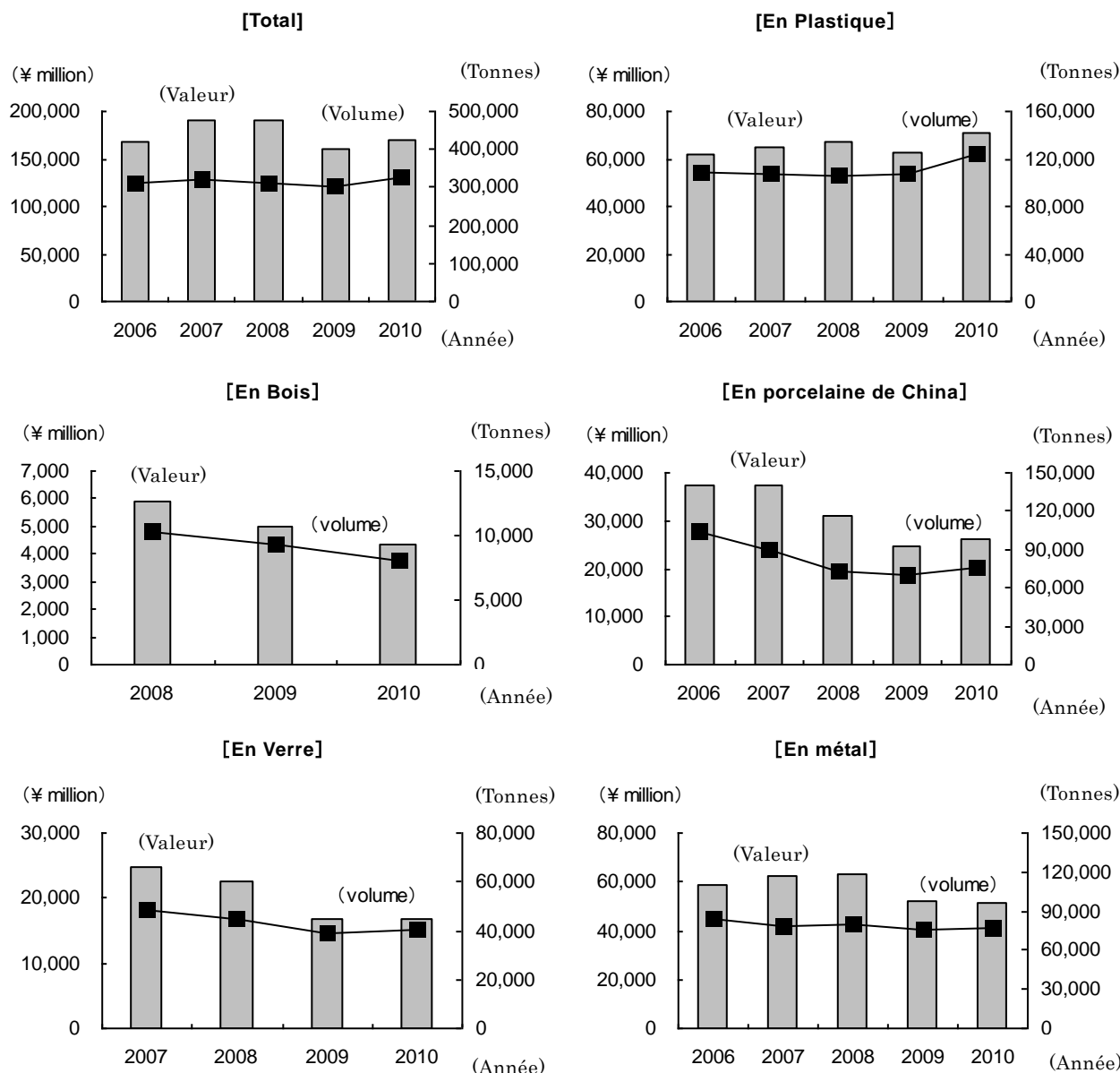
Unités de valeur: volume = tonnes, valeur = ¥ million

Source: Statistiques commerciales (MOF)

Note 1: Le total n'est pas toujours équivalent à la somme de chaque colonne ; à cause de l'arrondissement des valeurs.

Note 2: La portée des codes HS a été modifiée en 2007 ; raison pour laquelle les chiffres de certains articles manquent en 2006 et 2007

Note 3: Les articles vaisselle en bois font références aux "Articles vaisselle, ustensiles de cuisine," excluant le Waribashi.



Les importations des articles vaisselle en métal ont baissé de 2006 à 2010, avec des importations en 2010 avoisinant les 77,593 tonnes pour une valeur de 51,042 millions de Yen, ou 93.1% et 87.5% en 2006. La seule exception fut les importations des articles vaisselle et ustensiles de cuisine faits d'aluminium qui ont maintenu leur croissance à un niveau stable, avec 39,717 tonnes d'une valeur 25,659 millions de Yens en 2010, ou 106.8% et 98.3% en 2006 ; traduisant ainsi la forte demande pour les articles en aluminium dans la catégorie des articles vaisselle et ustensiles de cuisine en métal.

< Evolution des importations par pays/région >

[Articles vaisselle en plastique]

Pour les articles vaisselle en plastique, ceux provenant de Chine ont compté pour approximativement 80% en 2010, aussi bien en quantité qu'en valeur ; suivit par les autres pays asiatiques à savoir Taiwan, La République de Corée et le Vietnam. Ce constat renforçant dans la conclusion que cette catégorie d'article provient d'Asie.

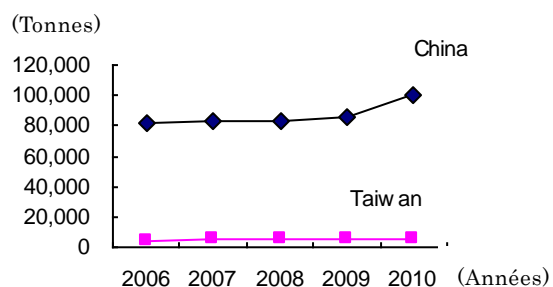
Parmi les différents articles, on retrouve beaucoup les articles vaisselle en plastique pour utilisation domestique, de petites statues et autres accessoires plastiques venant de Chine, même si ceux-ci comptent pour un petit pourcentage dans les importations totales d'articles de vaisselle et ustensiles de cuisine en plastique.

Les articles vaisselle en plastique pour utilisation Cosmétique, pour lesquels l'Espagne et la Corée ont une importante part ; demeurent les deux plus grands importants importateurs. Les importations d'Espagne et de Corée se caractérisent par leur volume d'importation plusieurs fois supérieur au volume d'importation Chinois.

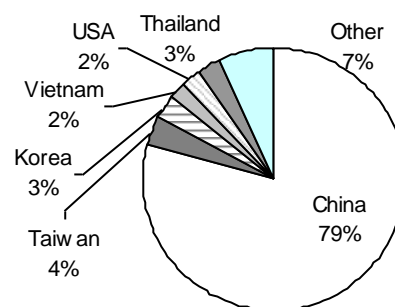
Les volumes d'importation des articles vaisselle en plastique provenant d'Afrique sont négligeables.

**Fig. 6 Principales Origines des Articles vaisselle en Plastique**

[Evolutions des importations pour les principaux pays exportateurs]



[Pourcentage des pays exportateurs en 2010 (valeur de base)]



Pays	2006			2007		2008		2009		2010		Prix Unitaire Moyen
	Volume	Valeur	Pourcentage	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Volume	Valeur	
China	82,221	49,442	80.5%	83,143	49,442	83,667	49,442	85,058	56,252	99,827	56,252	563
Taiwan	4,517	2,651	4.0%	4,968	2,651	4,981	2,651	4,994	2,634	5,016	2,634	525
Corée (Korea)	5,321	1,930	2.8%	4,390	1,930	3,538	1,930	2,983	2,115	3,444	2,115	614
Vietnam	2,331	1,099	2.7%	2,223	1,099	2,210	1,099	2,470	1,477	3,351	1,477	441
USA	5,398	1,681	2.7%	3,836	1,681	3,664	1,681	3,408	1,729	3,303	1,729	523
Thailand	3,210	1,697	2.4%	2,607	1,697	2,689	1,697	2,642	2,945	2,945	2,073	704
Autre (Other)	5,136	3,847	4.9%	5,613	3,847	5,150	3,847	5,628	4,887	6,123	4,887	798
<b>Total</b>	<b>108,133</b>	<b>62,349</b>	<b>100.0%</b>	<b>106,781</b>	<b>62,349</b>	<b>105,898</b>	<b>62,349</b>	<b>107,182</b>	<b>71,166</b>	<b>124,008</b>	<b>71,166</b>	<b>574</b>

Unités de valeur: volume = tonnes, valeur = ¥ million, Prix unitaire moyen= ¥ par Kg Source: Statistiques commerciales (MOF)  
 Note : Le total n'est pas toujours équivalent à la somme de chaque colonne ; à cause de l'arrondissement des valeurs.

Article	Première place				Deuxième place			
	Pays	Valeur	Pourcentage	Prix Unitaire Moyen	Pays	Valeur	Pourcentage	Prix Unitaire Moyen
Articles vaisselle et ustensiles	China	18,291	70.4%	560	Spain	1,408	5.4%	2,775
Toilettes	China	2,215	66.5%	488	Korea	431	12.9%	1,614
Articles ménagers	China	19,905	80.0%	372	Vietnam	799	3.2%	340
Statuettes et autres articles ornementaux	China	15,841	93.4%	1,728	Vietnam	404	2.4%	2,491

Unités de valeur : valeur = ¥ million, Prix unitaire moyen= ¥ par Kg Source: Statistiques commerciales (MOF)

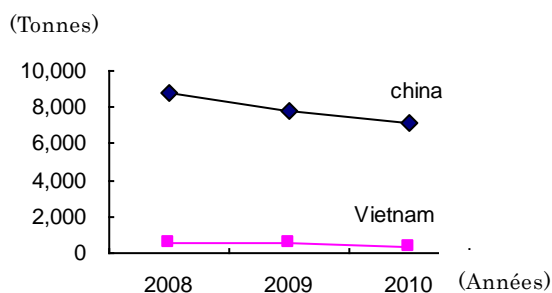
**[Articles vaisselle en bois]**

Plus de 80% des importations d'articles vaisselle en bois proviennent de Chine, suivi par les autres pays Asiatique à savoir le Vietnam, la Thailand, et l'Indonésie.

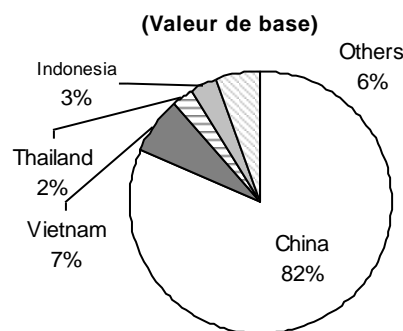
Les volumes d'importation provenant de l'Afrique sont négligeables.

**Fig. 7 Principales Origines des Articles vaisselle en Bois**

**[Evolutions des importations pour les principaux pays exportateurs]**



**[Pourcentage des pays exportateurs en 2010]**



Pays	2006	2007	2008	2009		2010		Prix Unitaire Moyen		
	Volume	Volume	Volume	Volume	Valeur	Volume	Valeur			
China	—	—	8,832	7,829	3,995	7,189	88.5%	3,545	81.7%	493
Vietnam	—	—	579	565	452	356	4.4%	301	6.9%	845
Thailand	—	—	315	313	127	208	2.6%	107	2.5%	513
Indonesia	—	—	300	331	177	161	2.0%	149	3.4%	928
Autre (Others)	—	—	298	224	242	209	2.6%	239	5.5%	1,143
Total	—	—	10,325	9,262	4,992	8,123	100.0%	4,342	100.0%	534

Unités de valeur: volume = tonnes, valeur = ¥ million, Prix Unitaire Moyen= ¥ par Kg Source: Statistiques commerciales (MOF)  
 Note 1: Le total n'est pas toujours équivalent à la somme de chaque colonne ; à cause de l'arrondissement des valeurs.  
 Note 2: La portée des codes HS a été modifiée en 2007 ; raison pour laquelle les chiffres de certains articles manquent en 2006 et 2007

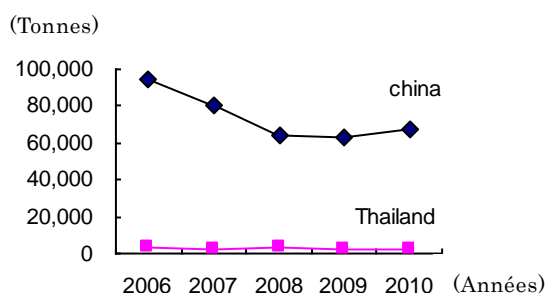
**[Articles vaisselle en céramique]**

Pour les articles vaisselle en Céramique, la Chine était le plus grand importateur en termes de Qualité, suivit par les autres pays Asiatiques à savoir la Thailand, et le Vietnam. Des pays comme le Royaume-Uni, l'Allemagne, et l'Espagne ; sont classés dans le Top des Pays d'où proviennent les articles en céramique mais dans un registre différent : ceux sont de grand importateurs en termes de valeur. Ils n'importent pas en large quantités. Cela s'explique par leurs larges importations d'articles vaisselle de marque telles que Wedgwood, Maissen et Liadro.

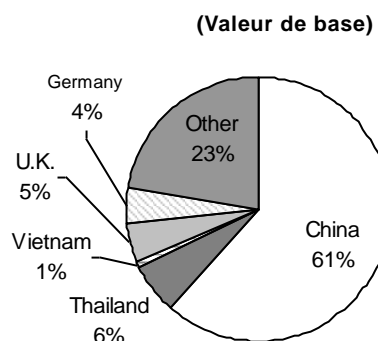
Les volumes d'importation venant d'Afrique sont négligeables.

**Fig. 8 Principales Origines des Articles vaisselle en céramique**

**[Evolutions des importations pour les principaux pays exportateurs]**



**[Pourcentage des pays exportateurs en 2010]**



- Articles d'Interieur (Ensemble Vaisselle, etc.)-

Pays	2006	2007	2008	2009		2010				
	Volume	Volume	Volume	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Prix Unitaire Moyen		
China	94,379	80,467	63,615	63,204	14,673	67,902	90.2%	16,089	61.7%	237
Thailand	2,792	2,677	2,744	1,971	1,381	1,993	2.6%	1,623	6.2%	815
Vietnam	1,427	1,119	1,154	1,062	198	909	1.2%	198	0.8%	217
U.K.	1,084	798	706	396	1,199	407	0.5%	1,187	4.6%	2,921
Germany	479	390	370	208	1,183	281	0.4%	1,090	4.2%	3,878
Autre (Other)	3,722	4,130	4,144	3,414	6,047	3,751	5.0%	5,902	22.6%	1,573
<b>Total</b>	<b>103,884</b>	<b>89,581</b>	<b>72,732</b>	<b>70,255</b>	<b>24,682</b>	<b>75,243</b>	<b>100.0%</b>	<b>26,090</b>	<b>100.0%</b>	<b>347</b>

Unités de valeur: volume = tonnes, valeur = ¥ million, Prix unitaire moyen= ¥ par Kg Source: Statistiques commerciales (MOF)  
 Note : Le total n'est pas toujours équivalent à la somme de chaque colonne ; à cause de l'arrondissement des valeurs.

Article	Première place				Deuxième place			
	Pays	Valeur	Pourcentage	Prix Unitaire Moyen	Pays	Valeur	Pourcentage	Prix Unitaire Moyen
En Porcelaine de Chine	China	8,583	59.0%	247	Thailand	1,097	7.5%	959
	China	7,505	65.1%	226	Spain	612	5.3%	10,500

Unités de valeur : valeur = ¥ million, Prix unitaire moyen= ¥ par Kg Source: Statistiques commerciales (MOF)

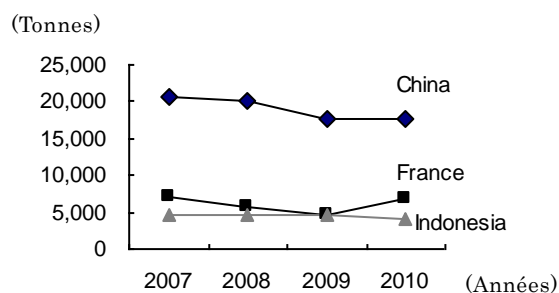
**[Articles vaisselle en verre]**

Les importations des articles de vaisselle en verre proviennent largement des pays d'Asie tels que la Chine, l'Indonésie et la Thaïland, et des pays Européens tels que la France, l'Allemagne et l'Autriche. Comparés à ceux importés des pays Asiatiques, les articles vaisselle en verre importés d'Europe ont plus de valeur unitaire à cause des grandes quantités d'importations d'articles dits « haut-de-gamme » des fabricants tels que Baccarat, Lalique, Meissen et Liedel entre autres. En effet, un nombre considérable des articles vaisselle en verre au plomb sont importés d'Europe. Parmi ces marques, le fabricant français Baccarat est extrêmement populaire au Japon, et est reconnu pour sa marque jugée influente, ses designs et sa qualité.

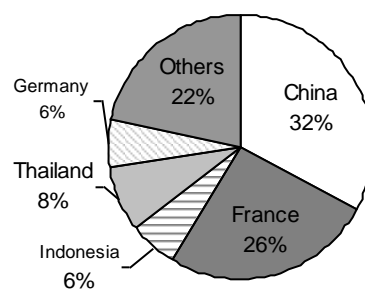
Ici aussi, les importations originaires d'Afrique sont négligeables.

**Fig. 9 Principales Origines des Articles vaisselle en verre**

**[Evolutions des importations pour les principaux pays exportateurs]**



**[Pourcentage des pays exportateurs en 2010 (Valeur de base)]**



Pays	2006	2007	2008	2009		2010				
	Volume	Volume	Volume	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Prix Unitaire Moyen		
China	—	20,756	20,113	17,622	5,812	17,582	43.6%	5,493	32.7%	312
France	—	7,024	5,678	4,628	3,875	6,792	16.9%	4,338	25.8%	639
Indonesia	—	4,612	4,738	4,557	1,104	4,021	10.0%	986	5.9%	245
Thailand	—	3,438	3,666	3,478	1,171	3,787	9.4%	1,370	8.2%	362
Germany	—	937	830	760	955	895	2.2%	957	5.7%	1,070
Others	—	11,344	9,924	7,820	3,735	7,212	17.9%	3,660	21.8%	507
<b>Total</b>	<b>—</b>	<b>48,111</b>	<b>44,948</b>	<b>38,866</b>	<b>16,652</b>	<b>40,287</b>	<b>100.0%</b>	<b>16,805</b>	<b>100.0%</b>	<b>417</b>

Unités de valeur: volume = tonnes, valeur = ¥ million, Prix Unitaire Moyen= ¥ par Kg Source: Statistiques commerciales (MOF)  
 Note 1: Le total n'est pas toujours équivalent à la somme de chaque colonne ; à cause de l'arrondissement des valeurs.  
 Note 2: La portée des codes HS a été modifiée en 2007 ; raison pour laquelle les chiffres de certains articles manquent en 2006 et 2007

- Articles d'Interieur (Ensemble Vaisselle, etc.)-

Article	Première place				Deuxième place			
	Pays	Valeur	Pourcentage	Prix Unitaire Moyen	Pays	Valeur	Pourcentage	Prix Unitaire Moyen
Vitrocéramique	China	20	36.9%	338	France	15	27.4%	700
Tasses, verrerie (Cristal au plomb)	France	1,949	82.6%	7,297	Allemagne (Germany)	207	8.8%	1,918
Tasses, verrerie (Autre)	China	1,247	36.3%	332	Thailand	254	7.4%	238
Articles vaisselle et ustensiles de cuisine (Cristal au plomb)	France	87	53.4%	9,053	Allemagne (Germany)	41	25.3%	963
Articles vaisselle et ustensiles de cuisine (autres)	China	1,687	31.1%	266	France	1,337	24.7%	235
Autre (Cristal au plomb)	France	478	43.4%	7,229	Autriche (Austria)	303	27.6%	17,898
Autre	China	2,471	57.8%	337	Indonésie (Indonesia)	967	22.6%	253

Unités de valeur: valeur = ¥ million, Prix unitaire moyen= ¥ par Kg

Source: Statistiques commerciales (MOF)

**[Articles vaisselle en métal]**

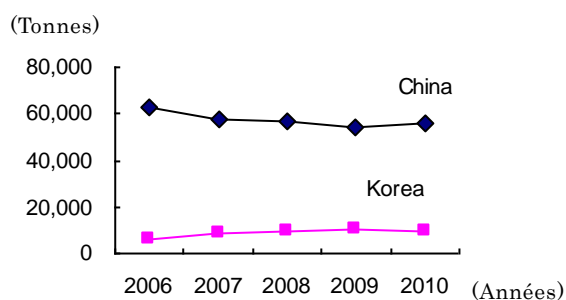
Les importations d'articles vaisselle en métal proviennent majoritairement de la Chine, de la Corée et de la France, et ensemble représentent plus de 93% de la quantité et environ 88% de la valeur des articles vaisselle importés. Les pays d'origine des importations varient cependant selon le type de métal ; alors que la plupart des articles faits d'acier inoxydable et d'aluminium sont en grande partie importés de Chine et de Corée, les importations provenant de la France compte pour un plus grand nombre lorsqu'il s'agit des articles en fonte (de métal).

En plus de cela, les produits importés de France sont très souvent de grande valeur, et misent sur la fonctionnalité et le design. Ceux de Chine et de Corée privilégiant le moindre coût, leurs valeurs unitaires sont donc inférieures à celle de la France.

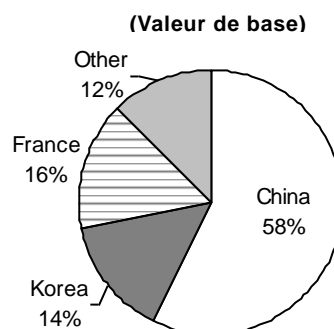
A noter que les importations originaires d'Afrique sont négligeables.

**Fig. 10 Principales Origines des Articles vaisselle en métal**

**[Evolutions des importations pour les principaux pays exportateurs]**



**[Pourcentage des pays exportateurs en 2010]**



Pays	2006	2007	2008	2009		2010				
	Volume	Volume	Volume	Volume	Valeur	Volume	Valeur	Prix Unitaire Moyen		
Chine	62,548	57,750	56,687	54,192	28,592	56,200	72.4%	29,148	57.1%	519
Corée (Korea)	6,193	8,223	9,669	10,066	7,925	9,651	12.4%	7,397	14.5%	766
France	6,695	5,671	6,522	5,869	7,701	6,341	8.2%	8,133	15.9%	1,283
Autre	7,896	6,885	6,835	5,471	7,793	5,401	7.0%	6,364	12.5%	1,178
<b>Total</b>	<b>83,332</b>	<b>78,530</b>	<b>79,712</b>	<b>75,598</b>	<b>52,011</b>	<b>77,593</b>	<b>100.0%</b>	<b>51,042</b>	<b>100.0%</b>	<b>658</b>

Unités de valeur: volume = tonnes, valeur = ¥ million, Prix Unitaire Moyen= ¥ par Kg

Source: Statistiques commerciales (MOF)

Note: Le total n'est pas toujours équivalent à la somme de chaque colonne ; à cause de l'arrondissement des valeurs.



- Articles d'Interieur (Ensemble Vaisselle, etc.)-

Article	Première place				Deuxième place			
	Pays	Valeur	Pourcentage	Prix Unitaire Moyen	Pays	Valeur	Pourcentage	Prix Unitaire Moyen
Articles vaisselle et ustensiles de cuisine (fonte de métal)	France	1,374	70.5%	1,154	Chine	403	20.7%	277
Articles vaisselle et ustensiles de cuisine (acier inoxydable)	China	16,178	69.3%	546	France	2,207	9.5%	1,707
Articles vaisselle et ustensiles de cuisine (cuivre)	China	24	25.3%	1,333	Suisse	21	22.6%	14,668
Articles vaisselle et ustensiles de cuisine (aluminium)	China	12,543	48.9%	500	Corée (Korea)	6,952	27.1%	756

Unités de valeur: valeur = ¥ million, Prix unitaire moyen= ¥ par Kg

Source: Statistiques commerciales (MOF)

## (2) Part de marché des importations au Japon

### <Articles vaisselle en verre ou céramique>

La part de marché des importations des articles vaisselle en céramique a diminué temporairement en 2008 et en 2009, et cela en partie à cause de la récession globale qui a sévi dans le monde. Cependant, une tendance à long terme révèle une évolution progressive des importations qui en 2010 représentaient 39% des importations totales.

Quant à la part de marché des articles vaisselle en verre, elle a été sur le déclin depuis 2007 ; atteignant 40.8% en 2010.

Les raisons probables de cette chute sont : le nombre toujours croissant et de plus en plus grand des produits peu coûteux, et les changements en cours dans les processus de production, changements effectué par les fabricants Japonais qui désormais produisent avec des prix unitaires revus à la hausse.

**Fig. 11 Parts de marché des importations d'articles vaisselle (Céramique ou verre) au Japon**

		2006	2007	2008	2009	2010
Céramique	Production Nationale	62,526	57,381	53,116	43,319	40,750
	Importations	37,457	37,377	31,025	24,682	26,090
	Production Nationale Totale	99,983	94,758	84,141	68,001	66,840
	Pourcentage Importation	37.5%	39.4%	36.9%	36.3%	39.0%
Verrerie	Production Nationale	29,325	29,748	28,839	24,301	24,421
	Importations	-	24,843	22,442	16,652	16,805
	Production Nationale Totale	-	54,591	51,281	40,953	41,226
	Pourcentage Importation	-	45.5%	43.8%	40.7%	40.8%

Unités de valeur: valeur = ¥ million Source: Annuaire des matériaux de construction et céramique (METI), Statistiques commerciales (MOF)  
Note: Le total n'est pas toujours équivalent à la somme de chaque colonne ; à cause de l'arrondissement des valeurs.

### <Autres articles vaisselle>

La part de marché des importations d'articles vaisselle en métal n'est pas connue, et cela est dut au manque de statistiques indiquant la taille du marché national pour de tels articles. Néanmoins, en considérant que les produits d'origine asiatique (Autres pays) sont généralement moins coûteux que les produits d'origine Japonaise, et que les volumes des importations des produits "Hauts de gamme" provenant de la France, etc., se sont maintenus, une augmentation de la part de marché des importations d'articles vaisselle en métal est à prévoir dans la future.

En ce qui concerne les articles vaisselle en plastique et en bois, leurs parts de marché sont aussi méconnues car il existe une grande variété d'utilisations pour de tels articles ; de plus, les volumes spécifiques des articles ménagers et des denrées journalières ne sont pas connus.

## (3) Changements dans le volume des importations et contexte

Pour les groupes de produits majeurs tels que les articles vaisselle en Plastique, en bois, en céramique, en verre et en

métal parmi les articles d'intérieur, les volumes des importations varient légèrement d'une matière à l'autre. Globalement cependant, le volume des importations a atteint un pic en 2007 pour ensuite chuter en 2008 et 2009. Ces diminutions dans les importations ont probablement été causées par la chute de Lehman Brothers, ainsi que la récession mondiale qui est survenue fin-2008 qui a eu pour conséquence l'effondrement de la consommation au Japon. En effet, en fin 2010 et après que la récession fut considérée comme terminée, les importations des articles d'intérieur ont augmenté aussi bien en quantité qu'en valeur.

En 2010, alors que les quantités et les volumes des importations avaient augmenté, les valeurs unitaires à l'importation ont chuté tout comme en 2009. Cette situation était due aux pourcentages grandissant des articles de moindres coûts et un Yen de plus en plus faible face aux autres monnaies.

Entre-temps, une grande quantité de produits vendus à moindre coût furent importés de la Chine et autres pays asiatiques, pendant que les importations des produits plus coûteux provenant de la France, de l'Allemagne et des autres pays Européens demeuraient stables et constants. Ceci fut considéré comme une claire représentation des habitudes sélectives de consommation. De nos jours, les consommateurs sont plus conscients quand il s'agit d'acquérir des produits au moindre coût possible, préférant carrément ne pas acheter les articles qui ne correspondent pas à leur style de vie, ou qui n'ont pas d'utilité immédiate et ce, peu importe leur prix. D'un autre côté, ces mêmes clients ne voient aucuns inconvénients à dépenser une importante somme d'argent sur des articles dont ils ont besoin.

## **5. Distribution nationale**

### **(1) Pratique commerciale**

Le commerce d'articles d'intérieur au Japon consiste principalement en l'achat de produits chez les fabricants, les importateurs, les grossistes et les revendeurs ; il n'y a aucune pratique unique de commerce notable.

### **(2) Situation du marché locale**

#### **<Tendances du marché par article>**

##### **[Articles vaisselle en verre]**

La plus grande demande pour les articles vaisselle faits de verre est une demande de produits pour utilisation ménagère. Pour les articles vaisselle en verre destinés à l'utilisation journalière (gobelets ou coupelles), les articles produits en masse en Chine ou dans les pays ASEAN sont disponibles en abondance sur le marché, alors que d'autres articles tels que les verres à vin ou à champagne et les articles de verre désuets, demeurent le point fort des marques Européennes pour leur popularité et leur fiabilité.

Beaucoup d'articles vaisselle en verre importés de Chine et des pays ASEAN sont des verres sodo-calciques et autres petits accessoires. Une majorité de ces imports, particulièrement ceux de Chine, sont développés par les fabricants de verre Japonais qui produisent une grande quantité d'articles vaisselle de couleurs et designs différents. Les articles vaisselle hauts de gamme en verre tels que les verres en Crystal sont essentiellement gérés par les grandes surfaces et seule une petite partie de ces articles est vendue dans les magasins d'articles d'intérieur.

##### **[Article vaisselle en céramique]**

Le marché des couverts de table comme nécessités journalières est déjà saturé. Dans plusieurs maisons, il y a des articles en céramique qui ne sont pas utilisés, et qui sont probablement des cadeaux de mariage non-appréciés.

En parlant de remplacement des couverts cassés, les importations provenant des pays asiatiques, particulièrement de la Chine, dominent le marché car peu coûteux et pratiques, cassant ainsi les prix du marché.

Ces dernières années cependant, un nombre constant de personnes ont désiré choisir leurs couverts plus minutieusement pour pouvoir profiter de leur repas en famille.

En général, les consommateurs achètent ces produits dans de bons magasins d'articles d'intérieur pour les utiliser à la maison ou pour les offrir comme cadeaux ; et de tels produits sont plus personnalisés et offrent une plus grande

variété.

A l'exception de certains articles en céladon et porcelaine blanche qui ont un long passé en Chine, les céramiques et les couverts en porcelaine venant d'Asie et importés au Japon sont considérée comme articles à moindre coût et sont fabriqués en masse. Comme c'est le cas pour les articles vaisselle en verre, les produits en céramique fabriqués en masse sont vendus dans les magasins d'articles d'intérieur ; et ces mêmes magasins offrent très rarement des articles hauts de gamme.

#### **[Articles vaisselle en métal]**

Le marché des articles vaisselle en métal et ustensiles de cuisine tels que les pots et des casseroles est saturé. Bien qu'il y ait une grande variété de produits disponible dans le marché, avec des prix oscillants entre quelques Yens et plusieurs dizaines de milliers de Yens ; les plus vendus étant des produits avec un coût entre 2,000 et 3,000 Yens. Ces produits sont majoritairement des produits importés d'Asie, spécialement de Chine et de Corée.

A côté de ça, les produits hauts de gamme et facile à utiliser sont plus chers mais ont un meilleur design et une meilleur prise en main. Alors que les marques « Hautes de gamme » provenant de l'Europe et de l'Amérique Du Nord sont populaires dans le pays, les fabricants Japonais ont l'objectif d'attirer des consommateurs en offrant des produits mettant l'accent sur la qualité et la prise en main ; le tout à un prix relativement raisonnable, s'éloignant ainsi de la guerre des prix.

#### **<Les besoins du consommateur en articles d'intérieur>**

##### **[Changements dans le style de vie des Japonais et l'essor du "zakka"]**

Au Japon, les résidences qui auparavant étaient constituées principalement de chambres dans le style Japonais ont depuis lors adopté le style Occidental pour leurs chambres. Et comme un segment de la population aménage dans des appartements dans les grandes villes et à leurs alentours, les résidences Japonaises ont envisagé d'avoir un plancher plus petit que dans les autres pays développés.

En terme de plancher, alors que le plancher traditionnel avait un schéma plus renfermé dans lequel la cuisine et la chambre à coucher étaient séparées, il est devenu populaire d'avoir une cuisine plus ouverte qui est une partie d'un espace combinant « salle de séjour et salle à manger».

Ces récents changements dans le style de vie des Japonais ont eu une grande influence sur leurs choix au moment d'acheter des articles d'intérieur. En ce qui concerne les articles vaisselle et les ustensiles de cuisine, les consommateurs accordent beaucoup d'importance à la valeur des articles de décoration d'intérieure et au côté « amusant» lorsqu'ils utilisent les articles. En plus de la qualité et de la prise en main, les couleurs et le design sont devenus des facteurs importants pour la vente d'un article.

Les articles d'intérieur attirant de plus en plus l'attention au Japon, un grand nombre de magasins spécialisés dans la vente d'articles d'intérieurs sont apparus. Les centres commerciaux et les grandes surfaces, qui ont été les forces directrices dans le marché Japonais des ventes en détails, ont pour la plupart du temps plusieurs magasins d'articles d'intérieur en leur sein. Et étant donné que ces magasins d'intérieur sont souvent dans les médias (télé et magazines), de plus en plus de consommateurs choisissent de passer en revue plusieurs magasins avant de décider quoi payer ; s'assurant ainsi de payer ce qu'ils aiment.

Dans le Japon moderne, c'est-à-dire le Japon d'aujourd'hui, un grand nombre de personnes ont aussi l'objectif de garder leur chambre bien rangée avec le stricte minimum ; alors que d'un autre côté, de plus en plus de résidences adoptent un style Occidental pour leurs chambres, et un nombre grandissant de personnes souhaiteraient avoir leur chambre décorée dans un style Occidental pour une atmosphère plus sophistiquée.

Ces tendances ont fait la lumière sur le concept du « simple et moderne », et les articles d'intérieur adoptant ce style « simple et moderne» sont prisés par de nombreux consommateurs. En effet, le distributeur Suédois de meubles IKEA, qui a intégré le marché Japonais en 2006, offre une large gamme de produits dans l'esprit du «simple et moderne», et a beaucoup attiré l'attention en tant que revendeur très populaire au Japon.

Ajoutés aux revendeurs de meubles tels qu'IKEA et Nitori, les chaînes d'articles destinés à l'embellissement de la maison et autres distributeurs en grandes surfaces ont enrichi leur gamme de produits avec une touche de « simple et moderne ». Généralement, de tels produits ne sont pas chers mais sont finement conçus. Grâce à la prolifération années après années des Magasins d'articles vendus «à 100 Yens», mettant l'accent sur le moindre coût des produits, et les revendeurs sur Internet, les canaux de distributions du marché des articles d'intérieur se voient donc diversifiés.

### **[Position sur le marché des produits au design exotique]**

Le Japon, présentement, a une forte demande pour les designs « simple et moderne » mentionnés tantôt, et certains évoluent même au-delà du « simple et moderne », provoquant ainsi une plus grande diversification des goûts du consommateur. Un exemple de cela est le récent regain de popularité des goûts et designs orientés vers le « Traditionnel Japonais », qui a depuis lors évolué en « Japonais Moderne », une combinaison des goûts Japonais et Occidentaux.

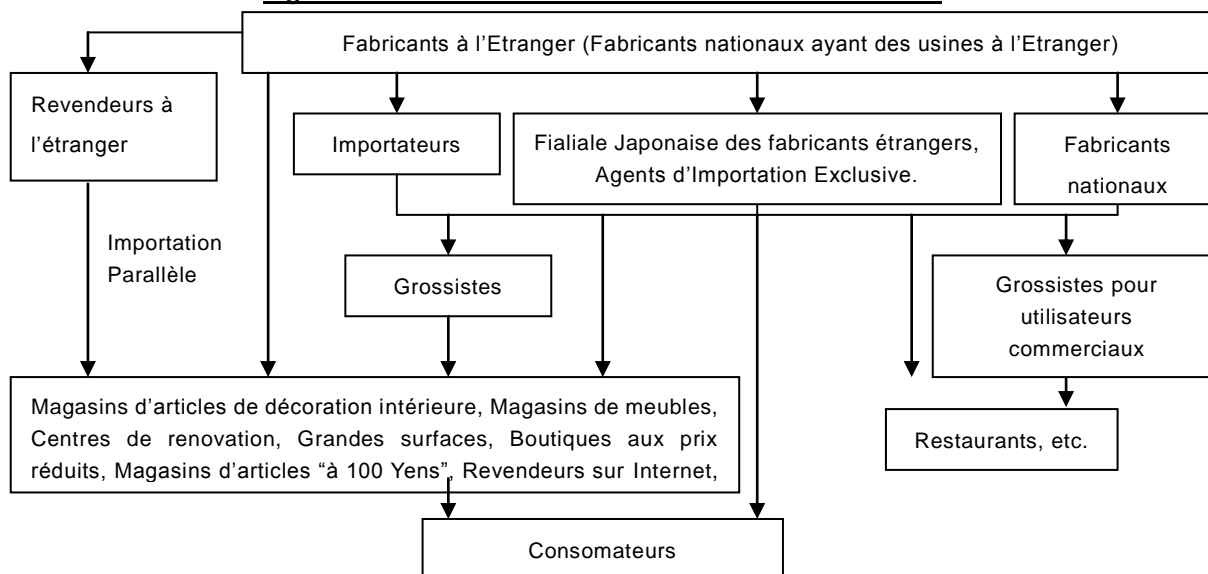
Parmi les tendances du consommateur Japonais de nos jours, on retrouve le design « ethnique » qui a été popularisé ces récentes années. Ce concept dit « ethnique » fait référence aux goûts exotiques et inhabituels d'Afrique et d'Asie du Sud-Est, en comparaison aux goûts Occidentaux «sophistiqués», qui ici sont dits « simple et modernes ». Et comme les articles ménagers fabriqués en Asie du Sud-Est sont particulièrement fréquents au Japon, les articles ménagers au design ethnique sont appelés « Zakka Asiatique » (Asian Zakka). Bien que la tendance ethnique soit purement considérée comme appartenant à un marché de niche, les boutiques spécialisées dans les articles ménagers avec de tels goûts ethniques ont émergé ; ce qui traduit donc un niveau stable et constant de popularité.

### **(3) Réseaux/Canaux de Distribution**

Les canaux de distribution pour les articles d'intérieur varient légèrement selon les articles, bien qu'ils soient généralement comme suit : La plupart des articles de décoration intérieure fabriqués à l'étranger sont importés par une filiale Japonaise importatrice ou un agent du fabricant outremer, et ensuite vendus aux grossistes, aux détaillants, et finalement aux consommateurs. Récemment cependant, les transactions directes entre les grands distributeurs et les producteurs (ou importateurs) sont devenues plus communes. Par ailleurs, des prix de vente de plus en plus bas, qui ont pour conséquence une réduction des profits, ainsi que la popularité grandissante d'Internet, ont eu pour impact la réduction des canaux de distribution : ceux-ci devenant plus courts et plus simples, et réduisant progressivement le nombre de grossistes présents.

Devenant de plus en plus fréquente parmi les ustensiles de verre et de céramique, et particulièrement les produits des marques dites « hautes de gamme », l'« importation parallèle » essaie de se faire une place. «L'importation parallèle » est un style d'importation dans lequel les produits sont importés par des revendeurs dans un pays émergent (Singapour ou Hong-Kong), et pas par un importateur Japonais. L'avantage de ce style d'importation est que l'importation des produits revient moins chère qu'à travers les canaux conventionnels.

**Fig. 12 Canaux de distribution des Articles d'Intérieur**



#### **(4) Problèmes et Détails à Considérer pour entrer dans le marché Japonais et Méthodes Marketing**

Les problèmes à considérer en entrant le marché Japonais des articles d'intérieur varient. Les récentes tendances montrent que les consommateurs achètent largement par article unique et pour leur utilisation personnelle à la maison, et combiné avec les besoins de plus en plus variés et grandissant des consommateurs, ces tendances signifient qu'une seule chose doit être retenue: les produits qui ne correspondront pas aux besoins du consommateur ne seront pas acceptés, et ce, peu importe leurs faibles coûts. En pénétrant le marché, une étude de marché approfondie sur les besoins des consommateurs Japonais doit être faite, et de ce fait, s'assurer que les articles, quand bien même produits en masse, ont des atouts qui les différencient des autres articles déjà présents sur les étagères. Il est aussi important de noter que le cycle de vie d'un produit devient de plus en plus court, avec une large variété de produits fabriqués en petit volumes.

Pour les lots de produits uniques, Céramique fragile et vaisselle en verre requièrent le plus grand soin dans l'optique de minimiser les risques de dégâts durant les transits. Au Japon, la loi de la Fiabilité du Produit (FP) (Product Liability PL Act) a été adoptée afin de préciser la fiabilité dans l'optique d'indemniser les fabricants, etc. et aussi pour protéger la victime s'il est prouvé que les dommages causés à la vie, au corps ou encore aux facultés humaines ont été causés par de quelconques défauts de fabrication. Pour autant, cette loi peut aussi être appliquée aux articles vaisselle et ustensiles de cuisine de matière métallique.

Au Japon, plusieurs consommateurs souhaitent coordonner la conception d'une chambre de telle sorte que les goûts et l'atmosphère de cette chambre soient cohérents, et c'est pourquoi les revendeurs d'articles d'intérieur mettent en place des produits sous des concepts tels que « Joli » et « naturels ». Il est donc important pour les producteurs qui souhaiteraient pénétrer le marché Japonais de faire des recherches et de décider, après mure réflexion, lesquels des nombreux revendeurs au Japon s'occupera de la conception de leurs produits.

#### **(5) Exemples de Produits en provenance des Pays émergents au Japon**

Parmi les articles d'intérieur fabriqués dans les pays émergents, les verreries colorées d'Égypte sont populaires. Les vases de fleurs et les grandes bouteilles de parfum d'environ 5-10-cm de hauteur, représentant animaux et plantes sont importés au Japon pour être vendus.

Concernant les céramiques, les tasses de café et autres articles de table en provenance du Maroc ou de la Tunisie sont

distribués au Japon. La vaisselle en céramique venant de Cocema, au Maroc, attire l'intérêt particulier des consommateurs Japonais.

En plus de cela, un petit volume d'articles textiles fabriqué dans les pays émergeant est aussi disponible : il s'agit de linges de lit tels que les draps et les taies d'oreiller, et les linges de table tels que les nappes et napperons. Actuellement, de tels produits fabriqués dans les pays émergents sont vendus dans les magasins d'articles de maisons, magasins dits de styles « ethniques », ou encore sur Internet.

## **(6) Activités de promotion de l'Importation**

Le « Tableware Festival » est un salon exposant tous les genres de vaisselles, avec une concentration sur les produits en céramique et en verre. Ce salon a un grand nombre d'exposants venus de l'étranger, et certains produits qui y sont exposés sont en vente pour les consommateurs.

Tenu pour la première fois en Juillet 2010, le « Tableware & Dining Expo » est aussi un salon d'exposition des articles vaisselle Japonais et étrangers. Il se déroule en association avec le « International Variety-gift Expo Tokyo » et le « Fashion Goods & Accessories Expo ».

Le « Gourmet & Dining Style Show », entre-temps, est une exposition principalement pour les fabricants de produits alimentaires et les fabricants d'articles ménagers ; un bon nombre de compagnies de fabrication de vaisselle et d'ustensiles de cuisine exposent à cet évènement.

En plus des foires citées ci-dessus, il y en a de plus petites, qui exposent aussi des articles d'intérieur.

**Fig. 13 Expositions et autres manifestations/salons dédiés aux articles d'intérieur**

Nom de l'exposition	Date	Détails
Tableware Festival	Annuellement Fin Janvier-Début Février	Sponsorisé par le comité Exécutif du « Tableware Festival » (Yomiuri Shimbun, Tokyo Dome Corporation)
Tableware & Dining Expo	Annuellement Juillet	Sponsorisé par « Reed Exhibitions Japan Ltd ». La première exposition s'est tenue en Juillet 2010. La seconde se tiendra en Juillet 2011.
Gourmet & Dining Style Show	Tous les deux ans Irrégulièrement	Sponsorisé « Business Guide-Sha, Inc. » La dixième exposition/vente s'est tenue en Février 2011.
Tokyo International Gift Show	Tous les deux ans Aux alentours de Février, Septembre	Sponsorisé par « Gift Show Secretariat, Business Guide-Sha, Inc. » Il s'agit d'un Grand Salon d'objets personnalisés et d'articles ménagers.
Interior Lifestyle Tokyo	Annuellement Juin	Sponsorisé par « Mesago Messe Frankfurt Corporation ». Foire Commerciale Internationale pour le marché japonais de l'intérieur.
IFFT/Interior Lifestyle Living	Annuellement Novembre	Co sponsorisé par « International Development Association of The Furniture Industry of Japan and Mesago Messe Frankfurt Corporation » Foire commerciale combinant meubles et articles d'intérieur.

## 6. Organisations Partenaires

**Fig. 14 Organisations Partenaires**

Organisation	Contact	Site Internet
Fédération Industrielle des Produits Plastiques du Japon (All Japan Plastic Product Industrial Federation)	TEL: +81-3-3541-4321	<a href="http://www.jpjf.gr.jp/">http://www.jpjf.gr.jp/</a>
Union Industrielle Japonaise des Fabricants d'articles ménagers en Plastique (Japan Industry Union of Plastic Housewares Manufacturers)	TEL: +81-3-5644-1262	<a href="http://www.jpm.or.jp/">http://www.jpm.or.jp/</a>
Fédération des Associations Coopératives des Fabricants Japonais de Céramique (Federation of Japan Pottery Manufacturers' Co-operative Associations)	TEL: +81-52-935-7231	<a href="http://www.toujiki.org/">http://www.toujiki.org/</a>
Association Japonaise de Céramique (Japan Ceramics Society)	TEL: +81-3-3292-7124	<a href="http://www.j-ceramic.jp/">http://www.j-ceramic.jp/</a>
Association des fabricants de verre du Japon (Glass Manufacturers' Association of Japan)	TEL: +81-3-5937-5861	<a href="http://www.glassman.or.jp/">http://www.glassman.or.jp/</a>
Association Japonaise de l'industrie des articles ménagers en Métal (Japan Métal Houseware Industry Association)	TEL: +81-256-61-5888	<a href="http://www.houseware.jp/">http://www.houseware.jp/</a>
Association Japonaise des Produits en Aluminium (Japan Aluminium Products Association)	TEL: +81-3-3583-7971	<a href="http://www.apajapan.org/APA2/framepage2.htm">http://www.apajapan.org/APA2/framepage2.htm</a>