

**TENDANCES DU MARCHÉ^{1, 4, 5}****LE JAPON EST LE 22^E PLUS GRAND IMPORTATEUR MONDIAL DE PRODUITS DE BOULANGERIE**

- Le blé autre que le blé dur canadien (blé roux de printemps de l'Ouest canadien) est utilisé par l'industrie de la boulangerie au Japon, principalement pour la fabrication du pain.
- Le blé canadien est également mélangé avec le blé américain et australien pour la fabrication d'autres produits de boulangerie.
- Le blé dur canadien est utilisé pour la fabrication de nouilles.
- Les gaufrettes sont les plus populaires au Japon, représentant 44,5 % de la part de marché.
- Le Japon représente 17,6 % du marché du biscuit dans l'Asie-Pacifique, suivi de l'Inde (24,8 %) puis de la Chine (23,8 %).
- Les produits de qualité supérieure dans des emballages plus petits et qui allèguent des bienfaits pour la santé sont particulièrement populaires auprès de la grande population vieillissante.

FACTEURS À CONSIDÉRER¹

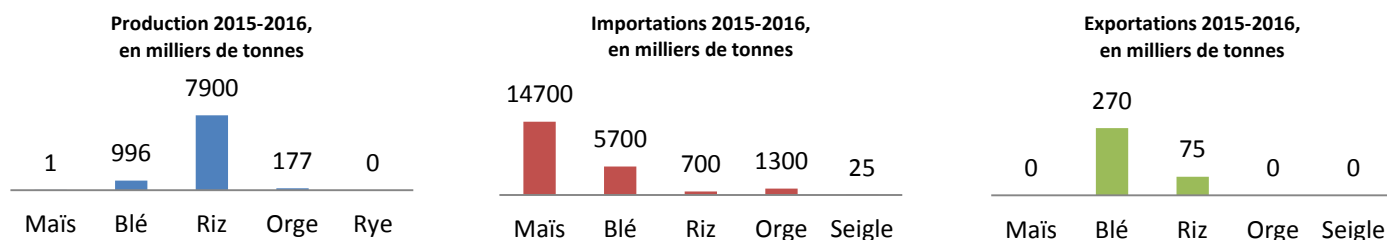
- Il y a des importateurs de produits de spécialité qui mettent l'accent sur les céréales de spécialité comme le blé biologique – il pourrait y avoir des possibilités dans ces segments pour les exportateurs canadiens.
- L'obtention de l'accès à des canaux de distribution est un défi important pour les nouveaux compétiteurs potentiels.
- Étant donné que les entreprises commerciales importent de grands volumes de blé à intervalles réguliers de gros fournisseurs canadiens établis et réputés, il peut être difficile pour des exportateurs plus petits d'accéder au marché. Ils sont souvent incapables de fournir les volumes et la constance qu'exigent les entreprises commerciales.

RECOMMANDATIONS D'ENTRÉE¹

- Les utilisateurs finaux passeront habituellement leurs commandes auprès d'importateurs ou de distributeurs japonais, plutôt que d'importer eux-mêmes directement. Cela est particulièrement vrai des achats de céréales en vrac, et généralement vrai de produits transformés comme les barres de céréales. Les exportateurs doivent comprendre cette situation et se préparer au besoin à trouver un importateur ou un distributeur pour leurs produits.
- Les grains sont assujettis à l'inspection par les autorités japonaises en vertu de la *Loi sur la protection des végétaux*.
- Les produits doivent être conformes aux exigences de base de la [Loi sur la salubrité des aliments du Japon](#) et la [limite maximale de résidu de produits chimiques agricoles du Japon](#). Les produits transformés doivent aussi se conformer à tous les [règlements liés aux additifs alimentaires](#).

GRAINS EN VRAC^{1, 2, 5}**LE CANADA A ÉTÉ LE TROISIÈME PLUS GRAND FOURNISSEUR DE CÉRÉALES AU JAPON EN 2016⁵**

- Les grains canadiens sont habituellement expédiés en vrac pour une utilisation par les transformateurs et les fabricants japonais.
- Le commerce entre le Canada et le Japon est dominé par les grandes entreprises d'exportation de grains canadiens et les grandes entreprises commerciales japonaises qui importent et revendent aux utilisateurs finaux. Les entreprises commerciales importent les céréales par l'entreprise du ministère de l'Agriculture, des Forêts et des Pêches du Japon, qui agit à titre d'entreprise commerciale d'État.
- Le Canada représentait 29,4 % de la part du marché des importations de blé au Japon en 2015, ce qui représentait 1 660 459 tonnes.
- En 2016, le Japon a principalement importé les céréales des États-Unis, du Brésil, du Canada et de l'Australie.
- Environ 75 % du maïs importé est destiné au secteur des aliments pour et 25 % est utilisé par le secteur de la transformation – principalement pour la fabrication de la fécule de maïs.
- Les importations de céréales canadiennes au Japon ont connu une augmentation de 6 % de 2015 à 2016.

LE SECTEUR DES ALIMENTS POUR ANIMAUX DU JAPON EST PRESQUE ENTIÈREMENT TRIBUTAIRE DES IMPORTATIONS DE GRAINS**LES VENTES DE CÉRÉALES POUR LE PETIT-DÉJEUNER AU JAPON ONT AUGMENTÉ DE 11,8 % EN 2016⁴**

- Le marché des produits de boulangerie au Japon a connu des ventes au détail de 20,6 milliards de dollars US en 2016, alors que les ventes de céréales pour petit-déjeuner se sont élevées à 777,5 millions de dollars US.
- De 2012 à 2016, les ventes de produits de boulangerie ont augmenté de 0,8 % à un taux de croissance annuel composé de 0,2 %, alors que celles des céréales pour petit-déjeuner ont augmenté de 92,1 %, à un taux de croissance de 17,7 %.

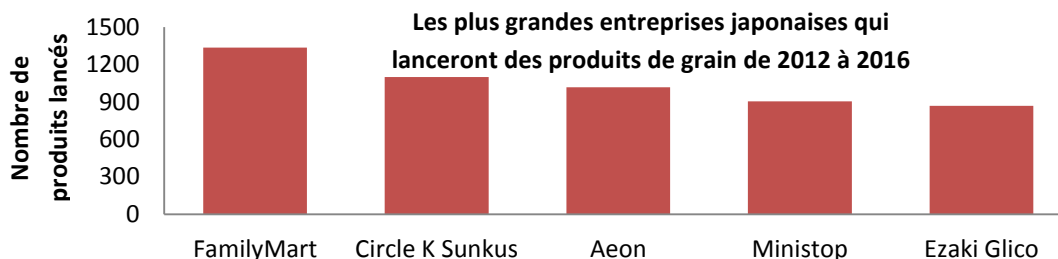
LES VENTES DE CÉRÉALES POUR PETIT-DÉJEUNER DEVRAIENT AUGMENTER DE 18,8 % DE 2017 À 2021⁴

- Les ventes de produits de boulangerie au Japon devraient augmenter de 1,7 % en 2017, alors que les ventes de céréales pour petit-déjeuner devraient augmenter de 3,7 %.
- Le volume des ventes de céréales pour petit-déjeuner devrait augmenter de 12 % de 2017 à 2021, alors qu'on s'attend à une baisse de 0,1 % des ventes de produits de boulangerie.

**LES GRAINS EN TANT QU'INGRÉDIENT³**

L'INNOVATION DANS LE SECTEUR ALIMENTAIRE AU JAPON A PERMIS DE CRÉER DES PRODUITS CÉRÉALIERS SANS OGM ET AGENTS DE CONSERVATION, À FAIBLE TENEUR EN CALORIE/GRAS ET FORTIFIÉS DE CALCIUM ET DE FIBRES.

- De 2012 à 2016, **29 577** produits céréaliers ont été mis en marché au Japon
- 69 %** de ces nouveaux lancements étaient des **produits, des variétés ou des gammes inédits.**

LES QUATRE PLUS GROS JOUEURS DU SECTEUR DU BISCUIT AU JAPON DÉTIENNENT 60,9 % DES PARTS DU MARCHÉ³**AUGMENTATION DANS DES ALIMENTS PRÊTS À SERVIR DE SANTÉ³****Allégations en hausse**

- Éthique
- Édition limitée
- Sans additifs ni agents de conservation
- Allant au four à micro-ondes
- Sans OMG

Allégations en baisse

- Saisonnier
- Économie
- Prime
- Enrichi de vitamines ou minéraux
- Teneur nulle/faible/ réduite en calories

ACCENT SUR L'EMBALLAGE ENVIRONNEMENTAL ET COMMODE³**Principaux types d'emballage**

- Flexible
- Cuve
- Bouteille
- Sachet flexible
- Boîte de conserve

Principaux matériaux d'emballage

- Plastique indéterminé
- Plastique de polypropylène
- Pellicule métallisée
- Carton doublé de plastique
- Plastique de polyéthylène téréphtalate

SIXIÈME PLUS GRAND MARCHÉ DES GRAINS AU MONDE EN TERMES D'INNOVATION³

18,5 % des produits mis en marché étaient des **gâteaux et des pâtisseries**, alors que **10 %** étaient des **nouilles instantanées**.

Critères d'innovation	États-Unis	Royaume-Uni	France	Espagne	Allemagne	Japon	Canada	Brésil	Chine	Inde
	Nouveaux lancements	Excellent	Très bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien
Nouveaux produits	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent
Diversité de la gamme	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent
Allégations santé et bien-être	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent	Excellent

Échelle de classement sur l'innovation des produits

Le classement	Couleur
Excellent (20-17)	Excellent
Très bien (16-13)	Très bien
Bien (12-9)	Bien
Satisfaisant (8-5)	Satisfaisant
Faible (4-0)	Faible

COMMENT NOUS POUVONS AIDER

Nous offrons de multiples [programme et services](#) pour vous aider à atteindre vos objectifs commerciaux à l'étranger, notamment les services d'exportation agroalimentaire, le programme AgriMarketing et la marque Canada. Les [délégués commerciaux internationaux](#) sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation et peuvent fournir à l'industrie canadienne l'expertise de terrain concernant les potentiels de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux.

AVONS-NOUS SUSCITÉ VOTRE INTÉRÊT?

Pour plus d'information sur les possibilités au Japon ou pour que votre nom soit ajouté à notre liste de distribution, communiquez à guichet unique à l'adresse [MAS-SAM@agr.gc.ca](mailto:SAM@agr.gc.ca)



Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'information à ce sujet et sur d'autres marchés.

Renseignez-vous sur nos programmes, services et outils pour appuyer vos activités d'exportation.

[Exportations du Canada](#)





Séries sur l'innovation des produits

APERÇU DES POSSIBILITÉS dans le **SECTEUR CÉRÉALIER DU JAPON**



Sources :

- 1 : Service du délégué commercial
- 2 : USDA Foreign Agriculture Service GAIN Report
- 3 : Base de données Mintel
- 4 : Euromonitor
- 5 : *Atlas mondial du commerce*