



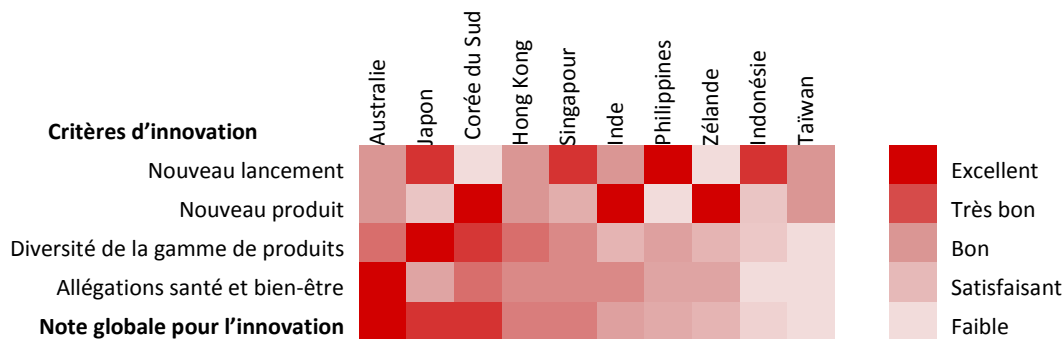
**COMMERCE DES PRODUITS DE L'ÉRABLE**

**99,6 % DES PRODUITS DE L'ÉRABLE IMPORTÉS PAR LE JAPON PROVIENNENT DU CANADA**

- Le Japon est un partenaire régional de confiance et de longue date, doté d'un grand nombre de consommateurs qui sont prêts à payer des prix élevés pour des importations de produits de spécialité saisonniers.
- Le Japon est le deuxième pays importateur de sirop d'érable et de produits de l'érable en importance, avec des importations totalisant 23 M\$ US en 2016.
- Le sirop d'érable et les produits de l'érable importés par le Japon proviennent principalement de deux fournisseurs : le Canada et les États-Unis. En 2016, le Canada était le principal fournisseur de produits de l'érable du Japon, et la part de marché canadienne est passée de 98,6 % à 99,6 %.
- Les produits de l'érable du Canada sont très présents au Japon et sont bien connus des consommateurs.

**PRODUITS DE L'ÉRABLE COMME INGRÉDIENTS**

**PRINCIPAUX MARCHÉS INNOVATEURS POUR LES PRODUITS DE L'ÉRABLE EN ASIE-PACIFIQUE, 2011-2016**

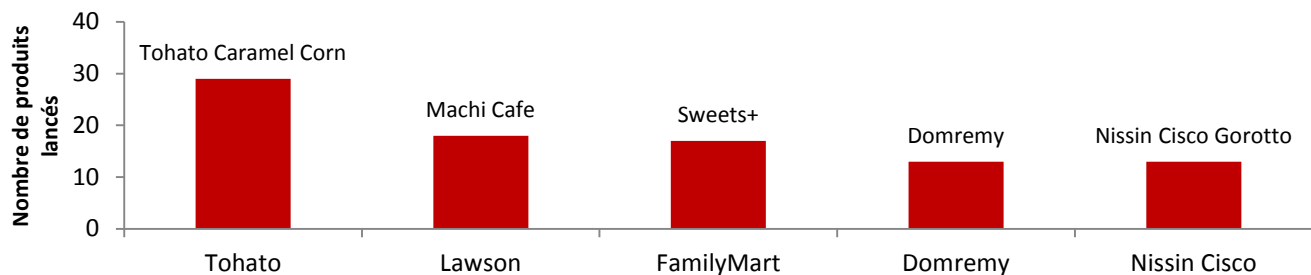


**Le Japon est le deuxième marché le plus innovateur en matière de lancement de produits de l'érable en Asie-Pacifique.**

**IL Y A DE PLUS EN PLUS DE NOUVEAUX PRODUITS CONTENANT DES PRODUITS DE L'ÉRABLE COMME INGRÉDIENTS**

- De 2011 à 2016, **259** nouveaux produits contenant un type de produit de l'érable comme ingrédient ont été lancés.
- Le nombre de produits contenant des produits de l'érable a augmenté de 33,3 %, passant de 33 lancements en 2011 à 44 en 2016.

**GRANDES ENTREPRISES JAPONAISES AYANT LANCÉ DES PRODUITS DE L'ÉRABLE SOUS LEURS PRINCIPALES MARQUES, 2011-2016**



**LA POPULATION VIEILLISSANTE DU JAPON APPRÉCIE DES PRODUITS DE QUALITÉ SUPÉRIEURE AVEC DES ALLÉGATIONS SANTÉ**

**Les 5 principales allégations**

1. Production limitée
2. Saisonnier
3. Riche en fibres ou fibres ajoutées
4. Enrichi de vitamines ou de minéraux
5. Économique

**Les 5 principales allégations à la hausse**

1. Sur le pouce
2. Emballage pratique
3. Teneur faible, nulle ou réduite en sucre
4. Qualité supérieure
5. Grains entiers

**LES CONSOMMATEURS PRÉFÈRENT LES EMBALLAGES PRATIQUES, COMME CEUX ALLANT AU MICRO-ONDES**

**Principaux types d'emballage**

1. Souple
2. Contenant
3. Barquette
4. Sachet souple à fond plat
5. Sachet souple

**Principaux matériaux d'emballage**

1. Plastique non précisé
2. Plastique polypropylène
3. Pellicule métallisée
4. Plastique polyéthylène
5. Plastique polystyrène





## 55 % DES NOUVEAUX PRODUITS LANCÉS PROVENAIENT DE LA CATÉGORIE DES PRODUITS DE BOULANGERIE, 2011-2016

## LE PRIX DE 38 % DES NOUVEAUX PRODUITS LANCÉS VARIAIT ENTRE 0,91 \$ US ET 1,30 \$ US, 2011-2016

### Les 5 principales catégories

1. Produits de boulangerie
2. Collations
3. Desserts et crème glacée
4. Céréales pour petit déjeuner
5. Prêt-à-boire

### Les 5 principales sous-catégories

1. Gâteaux, pâtisseries et produits sucrés
2. Biscuits sucrés
3. Desserts réfrigérés
4. Barres à collation/de céréales/énergétiques
5. Collations à base de maïs

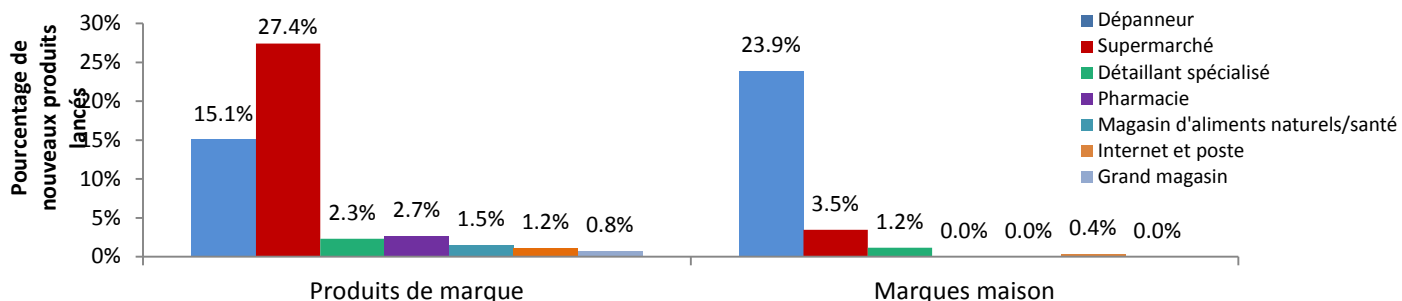
### Les 5 principales fourchettes de prix unitaires

1. 0,91 – 1,30 \$ US
2. 1,31 – 1,70 \$ US
3. 1,71 – 2,10 \$ US
4. 0,51 – 0,90 \$ US
5. 2,51 – 2,90 \$ US

### Les 5 principaux formats d'emballage unitaires

1. 240,0 ml
2. 10,5 g
3. 40,0 g
4. 50,0 g
5. 60,0 g

## CANAUX DE DISTRIBUTION ET ÉTIQUETAGE DES PRODUITS DE L'ÉRABLE JAPONAIS, 2011-2016



### FACTEURS À CONSIDÉRER

- Le processus décisionnel et le système réglementaire rigoureux du Japon sont fondés sur un cadre scientifique, et les relations avec le gouvernement ou les consommateurs reposent sur la confiance et le respect.
- Les exportateurs devraient savoir qu'il y a une forte concurrence sur le marché des produits de l'érable, et songer à différencier leurs produits en fonction des besoins des consommateurs.
- Outre le marché des produits de l'érable et du sirop prêts à consommer, il y a le marché du sirop en vrac utilisé dans la transformation alimentaire et les marques maison au Japon.
- Les fabricants, transformateurs alimentaires et détaillants japonais font affaire avec des intermédiaires pour ce qui est des produits de l'érable importés.
- L'étiquetage et l'emballage doivent être conformes à la réglementation imposée par le ministère de l'Agriculture, des Forêts et des Pêches, et par le ministère de la Santé, du Travail et du Bien-être.

### RECOMMANDATIONS SUR L'ACCÈS AU MARCHÉ

- Connaître les programmes du gouvernement du Canada qui offrent des avantages concurrentiels à l'étranger.
- Avoir conscience des différences régionales propres au Japon.
- Acquérir une bonne compréhension des règlements et des procédures applicables au commerce.
- Suivre les directives sur l'importation pour éviter que des envois soient retenus.
- Établir une stratégie commerciale claire avant d'accéder au marché.
- Établir des relations avec des importateurs locaux et les intervenants concernés.
- Élaborer une stratégie commerciale d'adaptation culturelle.
- Participer à des salons professionnels pour étudier le marché et établir des contacts.

## NOUS POUVONS VOUS AIDER

Nous offrons de multiples [programmes et services](#) pour vous aider à atteindre vos objectifs commerciaux à l'étranger, notamment le Service d'exportation agroalimentaire, le programme Agri-marketing et la marque Canada.

Les [délégués commerciaux internationaux](#) sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation et ils peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les marchés potentiels, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux.

## AVONS-NOUS SUSCITÉ VOTRE INTÉRÊT?

Pour en savoir plus sur les possibilités au Japon ou pour vous inscrire à notre liste de distribution, faire des suggestions ou demander plus de renseignements, communiquez avec notre guichet unique à l'adresse :

[MAS-SAM@agr.gc.ca](mailto:MAS-SAM@agr.gc.ca)



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

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

[Exportation de produits canadiens](#)



Série sur l'innovation des produits

## **APERÇU** DES TENDANCES SUR LES PRODUITS DE L'ÉRABLE AU JAPON



Nota :

- Le « sirop d'érable et les produits de l'érable » à la section *COMMERCE DES PRODUITS DE L'ÉRABLE* correspondent au code SH 170220.
- Les « produits de l'érable » à la section *PRODUITS DE L'ÉRABLE COMME INGRÉDIENTS* sont définis comme des aliments et des boissons contenant du sirop d'érable, du sucre d'érable, de l'extrait d'érable, de l'extrait d'érable à épis, de l'arôme d'érable, de l'arôme de fumée de bois d'érable, de l'arôme d'érable argenté, de l'arôme d'érable identique à l'arôme naturel, de la fumée de bois d'érable, de l'arôme d'érable artificiel, de l'arôme d'érable naturel et artificiel, de l'arôme de sirop d'érable naturel, de l'arôme d'érable naturel, de la sève d'érable et du thé à l'érable.

Source :

- *Global Trade Tracker, 2017 (Commerce des produits de l'érable)*
- *Base de données de Mintel International (GNPD), 2017 (Produits de l'érable comme ingrédients)*
- *Service des délégués commerciaux et agent du SAM (Commerce des produits de l'érable, facteurs à considérer et recommandations sur l'accès au marché)*