vinetur

Le Japon inspecte quatre brasseurs qui contrôlent 90 % de son marché de la bière

La Commission japonaise de la concurrence cherche à déterminer si Asahi, Kirin, Suntory et Sapporo ont partagé leurs projets de hausse des prix pendant des années.

mercredi 7 octobre 2026



Mercredi, la Commission japonaise de la concurrence a mené des inspections sur place dans les locaux des quatre premiers brasseurs du pays. Elle cherche à déterminer s'ils se sont coordonnés pour relever leurs prix de gros sur un marché qu'ils dominent

collectivement.

Les entreprises visées sont Asahi Group Holdings, Kirin Holdings, Suntory Holdings et Sapporo Breweries. Ensemble, elles représentent plus de 90 % du marché japonais de la bière, selon des informations citées par Reuters et les médias japonais. La Commission soupçonne les entreprises d'avoir pu échanger pendant des années des informations sur le calendrier et l'ampleur des hausses de prix de la bière, du happoshu et des produits dits « new genre » vendus aux grossistes.

L'enquête ne signifie pas qu'une infraction a été établie. Les autorités japonaises n'ont pas rendu publics le montant d'une éventuelle surfacturation, la valeur des ventes susceptibles d'avoir été concernées ni le montant d'éventuelles amendes. À ce stade, aucun préjudice subi par les grossistes ou les consommateurs n'a non plus été publiquement constaté.

La chaîne publique NHK a rapporté que les enquêteurs s'intéressaient en particulier aux révisions de prix entrées en vigueur en octobre 2022 et en avril 2025. Reuters a précisé que ces dates provenaient d'informations diffusées par NHK, et non d'une décision publiée par la Commission. Les hausses de prix ont été mises en œuvre à une période où les fabricants invoquaient publiquement l'augmentation du coût des matières premières, des emballages, de l'énergie et de la logistique.

La Commission japonaise de la concurrence n'a pas fourni de précisions au-delà de la confirmation des inspections. Reuters, citant une personne au fait du dossier, a indiqué que l'autorité devrait poursuivre l'enquête et pourrait éventuellement déposer une plainte pénale. Cette personne n'a pas été identifiée, car elle n'était pas autorisée à s'exprimer publiquement.

Les quatre entreprises ont confirmé les inspections et déclaré qu'elles coopéreraient. Dans des communiqués distincts rapportés par les médias japonais et Reuters, chacune a confirmé que des responsables de la concurrence s'étaient rendus dans ses locaux. Aucun des brasseurs n'a reconnu avoir commis une infraction, et aucun n'a publiquement commenté le fond des soupçons de coordination.

Les investisseurs ont réagi rapidement. L’action de Sapporo a perdu jusqu’à 3,73 % à la Bourse de Tokyo. Celle de Kirin a reculé de plus de 3 % à un moment de la séance et touché son plus bas niveau depuis plus de trois mois. Asahi a baissé d’environ 2,5 % avant de réduire une partie de ses pertes. Suntory n’étant pas cotée en Bourse, son action n’a pas réagi directement.

L’affaire touche presque toute l’industrie japonaise de la bière, alors que la concurrence entre les différentes catégories de produits évolue. Depuis longtemps, le Japon applique des taux de taxation différents à la bière traditionnelle, au happoshu et aux boissons plus récentes à base de bière, ce qui a influencé les prix et les stratégies de produits dans tout le secteur. Ces écarts fiscaux ont incité les brasseurs, au fil des ans, à orienter les consommateurs vers des substituts pouvant être vendus moins cher que la bière classique.

Les récentes modifications fiscales commencent à changer cet équilibre. À mesure que l’écart se réduit entre les taux appliqués à la bière classique et ceux des produits de substitution moins taxés, les producteurs adaptent leurs prix et leur marketing dans des catégories qui obéissaient jusque-là à des dynamiques concurrentielles différentes. Les prix de gros constituent donc un sujet particulièrement sensible pour les distributeurs, les détaillants et les consommateurs.

Au Japon, le happoshu désigne des boissons similaires à la bière, mais élaborées avec une proportion de malt plus faible. Les produits dits « new genre » sont des boissons alcoolisées de substitution, conçues en partie pour relever de tranches fiscales plus avantageuses. Ces catégories ont pris une place importante sur le marché, car elles permettaient aux brasseurs de proposer des prix en rayon plus bas. Toute décision coordonnée sur les prix dans ces trois segments aurait donc des conséquences importantes pour les grossistes et les ménages qui achètent dans plusieurs catégories plutôt que de s’en tenir à un seul type de boisson.

L’enquête s’ajoute à une série de récentes actions antitrust au Japon visant de grandes marques de produits de consommation. En juin, la Commission japonaise de la concurrence a inspecté six fabricants de glaces, dont Morinaga Milk Industry et Meiji Holdings, dans le cadre d’une enquête sur une possible entente. Comme dans l’affaire

actuelle concernant la bière, il s’agissait de déterminer si des concurrents avaient pu coordonner leurs hausses de prix au lieu de rivaliser indépendamment.

Pour les brasseurs, les enjeux sont importants, compte tenu de leur domination sur un marché intérieur mature où la croissance des volumes est limitée et où les changements de prix peuvent avoir un effet immédiat sur les marges. Pour les grossistes, la question centrale est de savoir si les négociations avec les fournisseurs ont été dictées par des décisions de coûts indépendantes ou par des échanges d’informations entre des entreprises censées se faire concurrence. Les prochaines étapes de la Commission devraient porter sur les communications internes, les relevés de prix et les contacts entre dirigeants et équipes commerciales pendant les périodes examinées.

Les quatre entreprises ont toutes augmenté leurs prix ces dernières années, dans un contexte de hausse des coûts dans l’ensemble du secteur de l’alimentation et des boissons. Ce que les autorités semblent désormais examiner, ce n’est pas de savoir si ces hausses étaient justifiées par l’inflation, mais si les brasseurs concurrents ont pu s’accorder sur leur calendrier ou leur ampleur avant de les annoncer aux grossistes. La question suscite une attention inhabituelle, car les entreprises concernées couvrent presque tout le marché national, de la bière classique aux boissons à faible teneur en malt et aux autres boissons similaires à la bière, devenues centrales dans le paysage japonais des boissons, façonné par la fiscalité.