

Lettre Agro Japon, Corée du Sud

Une publication du SER de Tokyo
Mai-juin 2024

40%

Pourcentage des communes japonaises menacées de disparition
à horizon 2050

Sommaire

Japon

- ❖ Les exportations de produits agri/agro françaises au Japon stables entre janvier et avril.
- ❖ 40% des communes japonaises menacées de disparition à horizon 2050.
- ❖ Les exportations de produits agri/agro japonaises en hausse en 2023 en dépit de l'embargo de la Chine sur les produits de la mer.
- ❖ Le Japon envisage d'étendre la pêche commerciale à la baleine aux rorquals communs.

Corée

- ❖ La Corée du Sud poursuit son objectif de devenir un « Etat pivot mondial » de l'aide au développement.
- ❖ Les algues sargasses envahissent l'île touristique de Jeju.
- ❖ Les groupes coréens de vente au détail se retirent du marché chinois.

Japon-Corée

- ❖ Encouragés par la relance du tourisme, les acteurs agro coréens tentent de s'implanter sur le marché japonais.

Japon

Les exportations de produits agri/agro françaises au Japon stables entre janvier et avril.

Selon les douanes françaises, les exportations de produits français sur les quatre premiers mois de l'année s'élèvent à 430 M€, un niveau quasi-stable (-1% en glissement annuel). Un net rebond sur les produits de boulangerie / pâtisserie (+60% en valeur en g.a.) et l'alimentation animale (+40% en valeur) compense notamment la diminution observée sur les vins qui diminuent de 12% en valeur, tirés à la baisse par le recul des Champagnes (-40% en volume) malgré de bons résultats sur les vins tranquilles (+11% en volume). Les exportations de produits laitiers reculent de 6% en valeur, avec une diminution des expéditions de fromages (-7% en volume) et de beurre (-8%).

Sur 12 mois, les exportations françaises atteignent 1,38 Mds€ (-3,9% en glissement annuel), la dépréciation du yen sur la période continuant de peser sur la compétitivité prix des exportateurs – exprimé en yen, le montant des exportations françaises sur la période augmente ainsi de 7%.

[Douanes françaises](#)

40% des communes japonaises menacées de disparition à horizon 2050.

Une étude réalisée par le « conseil de stratégie démographique » et publiée le 24 avril 2024 conclut que 744 communes japonaises sont menacées de disparition à horizon 2050 : ce sont les communes pour lesquelles il est estimé que la population des femmes de moins de 30 ans devrait diminuer de moitié d'ici 2050. Ce chiffre est en légère amélioration par rapport à la précédente étude de 2014, qui avait recensée 896 communes menacées, et serait à mettre sur le compte d'une hausse de l'immigration plutôt que sur une reprise de la natalité. Le nombre de naissances au Japon continue d'être en baisse pour la huitième année consécutive, pour atteindre en 2023 le chiffre le plus bas jamais enregistré au Japon avec environ 760 000 naissances. Le nombre de décès, en hausse pour la troisième année consécutive, a atteint de son côté un record à près de 1 590 000. Le Premier ministre Fumio Kishida s'est engagé à prendre des mesures « sans précédent » pour enrayer la baisse du taux de natalité – notamment des mesures visant à augmenter les allocations familiales et les allocations de congé pour garde d'enfants.

[Japan Times, Agrinews](#)

Les exportations de produits agri/agro japonaises en hausse en 2023 en dépit de l'embargo de la Chine sur les produits de la mer.

Selon les douanes japonaises, les exportations mondiales de produits agricoles, forestiers, halieutiques et alimentaires du Japon ont progressé de 2,9% pour atteindre 1 450 Mds JPY (8,9 Mds EUR) en 2023. Les exportations ont progressé de 9,6% au 1^{er} semestre, avant de diminuer de 2,9% au second semestre en raison de l'embargo instauré par les autorités chinoises sur les produits de la pêche à compter de fin août. Les coquilles Saint-Jacques, produits phares du Japon à l'export et très prisées sur le marché chinois, diminuent de 24% sur un an. Le bœuf japonais (+11%) et les condiments (+12%) bénéficient de la reprise du secteur de la restauration courant 2023 sur les principaux marchés export du Japon (Taïwan, Hong Kong, Etats-Unis). Le gouvernement japonais s'est fixé un objectif de 2 000 Mds JPY d'exportations en 2025, qui semble hors d'atteinte au regard du rythme de progression observé ces dernières années.

[Nippon.com](https://nippon.com)

Le Japon envisage d'étendre la pêche commerciale à la baleine aux rorquals communs.

Le Japon, qui a repris la pêche à la baleine commerciale dans ses propres eaux, après son retrait de la Commission baleinière internationale (CBI) en 2019, envisage désormais d'étendre la chasse aux rorquals communs. Les autorités japonaises, qui justifient la pêche à la baleine par l'importance de cette activité dans l'identité culturelle japonaise et de son rôle pour la sécurité alimentaire, estiment que les populations de rorquals communs, pourtant classés « vulnérables » par l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN), permettent une reprise des prélèvements. 350 spécimens ont été pêchés en 2023 pour les trois espèces déjà autorisées (petit rorqual, rorqual de Bryde et rorqual boréal).

Japan Times [1](#), [2](#)

Corée

La Corée du Sud poursuit son objectif de devenir un « Etat pivot mondial » de l'aide au développement.

Depuis son entrée dans le programme d'aide alimentaire du Programme alimentaire mondial (PAM), la Corée fournissait 50 000 tonnes de riz par an à cinq bénéficiaires (Ethiopie, Kenya, Ouganda, Afghanistan et Yémen). Le pays s'engage désormais à doubler l'apport en promettant 100 000 tonnes de riz à une liste de bénéficiaires étendue à six nouveaux pays: Bangladesh, Guinée Bissau, Madagascar, Mauritanie, Mozambique et Sierra Leone. Cette « aide d'urgence » est aussi un moyen pour le gouvernement coréen de réguler ses stocks de riz publics constitués pour stabiliser les prix dans un marché domestique très protégé et confronté à des épisodes de surproduction chroniques. Le développement rapide de la Corée du sud au cours des cinquante dernières années lui a permis de devenir contributrice à l'aide alimentaire

internationale après en avoir été la bénéficiaire – un cas unique au monde. Le pays compte affirmer sa place d'« Etat pivot mondial » à l'occasion du premier Sommet Corée-Afrique 2024 qui se tiendra à Ilsan (Corée du Sud) du 4 au 5 juin, avec les dirigeants de plus de 44 pays africains.

[Yonhap, JoongAng Daily](#)

Les algues sargasses envahissent l'île touristique de Jeju.

L'île de Jeju, destination populaire pour le tourisme (21% de son PIB en 2020), tire ses attraits de ses paysages volcaniques et de sa forte identité culturelle liée à la pêche traditionnelle. L'île vit en partie sur ses propres ressources, grâce à son économie de pêche locale, caractérisée par la figure emblématique des plongeuses *haenyeo* (litt. « femme de la mer ») – inscrites au patrimoine immatériel de l'UNESCO depuis 2016. Début mai 2024, des algues sargasses de trois mètres de long ont à nouveau infesté les plages, portées par un courant océanique en provenance du sud de la Chine de juin à septembre. Ces algues, qui entravent les activités commerciales des pêcheurs en enrayant les moteurs des bateaux et dont la décomposition dégage des odeurs nauséabondes, constituent un problème saisonnier récurrent : une collecte atteignant presque 10 000 tonnes avait été recensées en 2021. Cette année, l'île a déjà retiré plus de 800 tonnes d'algues. Pour soutenir la lutte menée par les autorités locales et les actions de ramassage des bénévoles, le gouvernement a mis en place en mai un groupe de travail dédié, en concertation avec l'Institut national des sciences halieutiques et la Société coréenne de gestion de l'environnement marin sur la réutilisation des sargasses collectées comme engrais agricoles.

[JoongAng Daily](#)

Les groupes coréens de vente au détail se retirent du marché chinois.

Le groupe de « *one dollar shops* » (ou « magasins à 1 euro ») coréen Daiso confirme s'être intégralement retiré de Chine au cours de l'année dernière, fermant ses 200 magasins exploités en Chine depuis 2011 sous la marque « Hasco ». Ce retrait, justifié par la faible croissance du marché chinois, n'est pas un cas isolé et s'inscrit dans une stratégie de « *de-risking* » mise en place par de nombreux investisseurs afin de limiter leur exposition en cas de crise géopolitique avec la Chine. Lotte, autre géant coréen de l'agroalimentaire et de la distribution, avait ainsi été victime de mesures de rétorsion commerciale des autorités chinoises (*boycott*, fermetures administratives) à partir de 2016, à la suite de l'installation d'un système antimissile américain en Corée du Sud sur l'un de ses terrains. Le groupe, qui comptait plus d'une centaine de magasins en 2016, est en phase d'achever son retrait complet du marché chinois, avec la vente de son parc d'attractions « Lotte Town » à Chengdu et ne détient plus qu'un seul *department store* en Chine.

[JoongAng Daily](#)

Japon–Corée

Encouragés par la relance du tourisme, les acteurs agroalimentaires coréens tentent de s’implanter sur le marché japonais.

La chaîne de cafés sud-coréenne Hollys et la chaîne de restauration rapide Mom’s Touch entendent profiter de la popularité actuelle de la cuisine coréenne auprès des japonais, en ouvrant leur première enseigne au Japon, respectivement à Osaka et à Tokyo. Hollys parie sur la popularité de la culture culinaire coréenne, avec une offre de boissons à base de citron *hanrabong*, des confiseries traditionnelles *yakgwa*, pour se distinguer parmi le marché des cafés japonais dominé par les chaînes Starbucks, Doutor et Komeda Coffee. Le leader coréen de hamburger Mom’s Touch, qui exploite déjà plusieurs sites à l’étranger (Etats-Unis, Thaïlande, Mongolie), mise de son côté sur le rapport qualité/prix avantageux de son menu, conforté par le succès de sa boutique éphémère ouverte à Shibuya l’automne dernier. Outre l’attrait actuel de la culture coréenne pour les japonais, qui représentent actuellement la première nationalité d’origine des touristes en Corée avec 21% des arrivées en 2023, ces enseignes comptent également s’appuyer sur la clientèle des touristes coréens, qui ont représenté 30% des touristes internationaux au Japon l’année dernière. La popularité de la cuisine coréenne au Japon se traduit également dans les échanges commerciaux : le Japon est ainsi le premier marché à l’export pour les produits alimentaires coréens, avec 1,8 Mds€ exportés au cours des 12 derniers mois.

Nikkei Asia [1](#), [2](#)

Copyright

Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse du Service économique régional de Tokyo (adresser les demandes à : tokyo@dgtresor.gouv.fr).

Clause de non-responsabilité

Le Service économique régional s’efforce de diffuser des informations exactes et à jour, et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, il ne peut en aucun cas être tenu responsable de l’utilisation et de l’interprétation de l’information contenue dans cette publication.

Rédigé par : Le pôle agriculture et alimentation du SER de Tokyo et le SE de Séoul.

Contacts : Jérôme PERDREAU, Conseiller agricole, jerome.perdreau@dgtresor.gouv.fr

Claudine GIRARDO, Conseillère agricole référente SPS, claudine.girardo@dgtresor.gouv.fr

Ryoko ISODA, Attachée sectorielle au pôle agriculture et alimentation, ryoko.isoda@dgtresor.gouv.fr

Charlotte HYGOUNENC, chargée de mission, charlotte.hygounenc@dgtresor.gouv.fr

Jina AHN, Attachée économique, en charge des questions agricoles au sein du SE de Séoul