



## ÉCHOS AGRO

### Brèves agricoles JAPON - CORÉE



N°28 – Mars 2018

#### クマノザクラ – *Kumanosakura*

*Une nouvelle espèce de cerisier sauvage a été découverte à l'ouest de l'archipel japonais (péninsule de Kii). Elle se caractérise par des feuilles de forme ovale plus petites et l'absence de poils sur la tige à la base de la fleur. Elle a été baptisée « Kumanosakura ».*

*Par ailleurs, la floraison du cerisier du sanctuaire Yasukuni, cerisier servant de référence pour définir le début de la période des cerisiers en fleurs à Tokyo, a commencé à fleurir le 17 mars, 9 jours en avance par rapport à une année type.*



#### Editorial

La 43<sup>ème</sup> édition a confirmé que FOODEX JAPAN était une, si ce n'est la plus grande exposition professionnelle de produits alimentaires et de boissons en Asie et dans la zone Pacifique, et une des expositions majeures à l'échelle mondiale. Environ 3 250 exposants de près de 80 pays étaient présents. Les principaux pays producteurs et exportateurs de produits agricoles et agroalimentaires et les grandes puissances économiques asiatiques avaient leur pavillon national. Comme chaque année sur tous les pavillons, il s'agissait de séduire les acheteurs japonais avec des produits gourmets, innovants et plutôt haut de gamme. La Chine demeure incontournable avec plus de 200 exposants sur son pavillon national, complété par des pavillons de régions. Mais, les pavillons de très nombreux pays d'Asie étaient également à la hauteur des ambitions de leurs exposants qui semblent, chaque année, plus nombreux à l'image des Coréens, des Taïwanais ou des Thaïlandais. Les produits qu'ils exposent montent en gamme pour répondre aux exigences des importateurs japonais.

A un an de l'entrée en vigueur attendue de l'Accord de Partenariat Economique entre l'Union européenne et le Japon, il aurait été légitime de s'attendre de la part des pays européens à un effort tout particulier. Il n'en a rien été, excepté peut-être en ce qui concerne le pavillon italien dont la surface et le nombre d'exposants avaient progressé. Les représentations espagnoles et françaises étaient de qualité mais comparables aux années précédentes. La signature de l'accord à la fin de l'année 2018 est certainement intervenue trop tard pour des pavillons qui s'organisent très en amont. Mais les opportunités offertes par l'accord dans le secteur agricole et agroalimentaire ne semblent pas encore intégrées par les entreprises. Un véritable travail de pédagogie doit se poursuivre au Japon comme en France afin de favoriser le rapprochement entre les producteurs français et les importateurs japonais. Les entreprises françaises doivent intégrer que l'accord se traduira par une hausse de l'attractivité de leurs produits alimentaires et qu'il sera créateur de nouvelles opportunités à l'export.

#### Sommaire

- [Première partie – Politique agricole :](#)

COREE – Augmentation du revenu des riziculteurs de près de 14%  
JAPON – Plus de 300 accidents mortels dans le secteur agricole  
JAPON – Des mesures spécifiques pour l'emploi dans le secteur agricole  
COREE – Les coopératives investissent dans l'intelligence artificielle  
JAPON – Le riz importé nécessaire aux industriels de la restauration  
JAPON – Hausse des prix du blé importés

- [Deuxième partie – Politique commerciale :](#)

JAPON – COREE – Importations de viande bovine en hausse  
JAPON – Importations de légumes surgelés en hausse de 7%

- [Troisième partie – Politique alimentaire et sanitaire :](#)

COREE – Foyer de fièvre aphteuse  
JAPON – IAFFP : 12 départements français fermés depuis le 27 octobre 2017  
JAPON – Réduction des contrôles sur le riz de Fukushima à partir de 2020

- [Quatrième partie – Activité sectorielle et agenda :](#)

JAPON – 65 exposants sur le Pavillon français à Foodex  
JAPON – Maison éphémère du fromage  
JAPON – COREE – Résultats et investissements des entreprises  
JAPON – COREE – Développement de la robotique



## Politique agricole

### Riziculture

#### CORÉE

Après trois années consécutives de baisse, les coûts de production du riz ont progressé en 2017 de 2,5%. Le revenu brut des riziculteurs est en hausse de 13,8%.

### Augmentation du revenu des riziculteurs de près de 14%

Le revenu brut des riziculteurs a atteint les 974 553 KRW (682 EUR) pour 1 000 m<sup>2</sup> de riz, en hausse de 13,8% par rapport à 2016 en raison principalement d'une forte hausse des prix du riz. Cette augmentation des revenus n'a pas été pénalisée par l'augmentation des coûts de production. Après trois années consécutives de baisse, les coûts de production du riz ont en effet progressé en 2017. Ils se sont élevés à 691 374 KRW pour 1 000 m<sup>2</sup> de riz, en hausse de 2,5% par rapport aux 674 340 KRW de l'année 2016. Les coûts des intrants, engrais et pesticides, ont légèrement augmenté et les coûts moyens des emprunts fonciers et autres dépenses indirectes ont augmenté de 4,3% à 243 598 KRW.

### Accidents du travail

#### JAPON

312 travailleurs agricoles japonais sont morts d'accidents du travail en 2016. 70% de ces accidents mortels étaient liés aux véhicules ou aux machines agricoles. L'agriculture est parmi les professions les plus accidentogènes au Japon, avec un taux de mortalité de 16,2 pour 100 000 agriculteurs.

### Plus de 300 accidents mortels dans le secteur agricole

312 travailleurs agricoles japonais sont morts d'accidents du travail en 2016. 70% de ces accidents mortels étaient liés aux véhicules ou aux machines agricoles. L'agriculture est parmi les professions les plus accidentogènes au Japon, avec un taux de mortalité de 16,2 pour 100 000 agriculteurs taux qui dépasse très largement celui du secteur de la construction (6 pour 100 000 travailleurs). 81% des décès dans le secteur agricole concernent des personnes de plus de 65 ans (taux de mortalité de 20,3 pour 100 000 agriculteurs). Les accidents sont particulièrement nombreux en avril, mai et septembre, au moment de forte circulation des véhicules agricoles pendant les périodes de plantation et de récolte.

### Emplois agricoles

#### JAPON

Les riziculteurs japonais s'aventurent dans le reste de l'Asie pour proposer leur expertise et cultiver localement en profitant de l'attrait pour la qualité des variétés japonaises de riz mais dont les prix à l'importation sont trop élevés.

### Des mesures spécifiques pour les étrangers

Le gouvernement envisage toujours d'accepter davantage de travailleurs étrangers dans les secteurs où la pénurie de main-d'œuvre est de plus en plus importante et en particulier dans le secteur agricole. Afin de sécuriser les travailleurs étrangers, il prévoit d'assouplir les conditions leur permettant en particulier de rester dans le pays pour travailler. La durée du séjour resterait cependant limitée et les travailleurs étrangers ne seraient pas autorisés à faire venir des membres de leur famille. Le nombre de ressortissants étrangers travaillant dans le secteur agricole s'élevait à 27 139 fin octobre 2017, mais environ 90% d'entre eux sont des stagiaires, qui ne sont pas considérés comme des travailleurs mais comme des personnes en formation. Le nombre de travailleurs professionnels étrangers dans le secteur de l'agriculture s'élevait à 828 en octobre, y compris des chercheurs dans le domaine de l'agriculture et des cadres de sociétés agricoles. Le Premier ministre M Shinzo ABE a récemment déclaré qu'il était urgent de revoir le système d'acceptation des compétences professionnelles et techniques des étrangers. Des mesures spécifiques seront introduites dans les mesures directrices pour la réforme économiques et budgétaires qui seront élaborées en juin. Les ministères concernés, y compris le ministère de l'agriculture, travailleront sur des propositions de mesures. Le gouvernement espère élargir les catégories de visas pour les étrangers ayant des compétences professionnelles qui sont autorisés à travailler légalement au Japon. Actuellement, le Japon dispose de 18 catégories de visas pour les travailleurs professionnels et qualifiés, y compris les professeurs.

### Intelligence artificielle

#### CORÉE

La fédération coréenne des coopératives agricoles et de pêche a annoncé tester

### La fédération des coopératives agricoles investit

La fédération coréenne des coopératives agricoles et de pêche a annoncé qu'elle investissait dans un système de traitement des données et d'intelligence artificielle pour mieux anticiper les évolutions des prix des produits agricoles et la



un système de traitement des données et d'intelligence artificielle pour mieux anticiper les évolutions des prix des produits agricoles et la pêche et pouvoir ajuster l'offre à la demande.

## Intelligence artificielle

### JAPON

Universités, grands groupes (Fujitsu, Softbank,...) développent avec l'aide de petits viticulteurs ou de gros investisseurs des solutions technologiques (outils connectés, intelligence artificielle, etc.) au service de la viticulture.



pêche et pouvoir ajuster l'offre à la demande. Le système utilisera les données provenant des coopératives agricoles et de pêche, des instituts de recherche agricole et aquacole gérés par l'État, de la Banque d'import-export de Corée et d'autres agences analogues. La fédération a également déclaré qu'elle soutiendra les efforts des entreprises agricoles et agroalimentaires pour pénétrer de nouveaux marchés dans les pays d'Asie du Sud-Est et en Europe.

## La viticulture japonaise parie sur les nouvelles technologies

Les premiers vins du Japon ont été produits à la fin du XIXe siècle dans les régions d'Enzan et de Katsunuma, à l'est de la vallée de Kōfu. C'est là aujourd'hui, qu'un vignoble, Okunota Winery, se veut à la pointe des technologies de l'information pour gérer la viticulture à l'aide de capteurs et de réseaux sans fil. Ces avancées technologiques auraient déjà permis une réduction spectaculaire de l'utilisation des pesticides. Le Président d'Okunota, M. Nakamura MASAKAZU a commencé à utiliser les technologies de l'information simplement pour améliorer la qualité de son vin, se passer de pesticides n'était pas son objectif principal. Depuis ses études de microbiologie à l'Université d'Agriculture de Tokyo, M. MASAKAZU est convaincu que l'amélioration de l'environnement microbiologique des vignobles peut aider à produire du vin de qualité. Aussi, depuis qu'il s'est lancé en 1998 dans la viticulture, M. MASAKAZU s'est concentré sur la préservation de l'environnement microbiologique du sol. Il plante ses vignes étroitement serrées pour forcer leurs racines à pousser en profondeur, et utilise une méthode de culture sans engrais et sans labour pour ne pas détériorer les sols. L'occasion de faire appel aux technologies de l'information s'est présentée en 2010, lorsque M. MASAKAZU a confié une partie de son exploitation aux employés du géant de l'électronique Fujitsu dans le cadre de ses activités de soutien à l'agriculture. L'entreprise a suggéré de placer des capteurs météo en réseau dans ses champs. Ce système collectait et stockait automatiquement des données sur la température, l'humidité, la lumière du soleil et d'autres informations environnementales à des intervalles de 10 minutes. M. MASAKAZU a mis ces données à profit pour surveiller ce qui se passait dans ses vignobles. Ainsi s'agissant de l'utilisation des fongicides, nécessaires pour empêcher les moisissures de se développer, et appliqués régulièrement dans les vignobles japonais étant donné le climat, M. MASAKAZU en analysant les données collectées a constaté qu'il n'y avait finalement que quatre jours par an environ (huit dans une très mauvaise année) pendant lesquels les présences de moisissures étaient vraiment préoccupantes. De plus, les fongicides ne fonctionnent pas sur les moisissures au stade des spores. C'est au stade de la germination que la moisissure est la plus vulnérable, et même un pesticide hautement dilué fonctionnera efficacement à ce moment-là. Le système informatique en place qui collecte les données météorologiques via le réseau sans fil permet de prévoir les jours de pulvérisation qui sont réduits au minimum. Les producteurs de la vallée de la rivière Chikuma, dans l'est de la préfecture de Nagano, ont également commencé à utiliser l'informatique pour gérer leurs vignobles. L'Université Shinshū de Nagano collabore avec l'entreprise d'outils de mesures environnementales Uizin et les viticulteurs de la région sur un projet soutenu par le ministère de l'intérieur et des communications qui vise à utiliser l'Internet des objets pour créer de nouveaux services. Des capteurs ont été installés pour mesurer la température, l'humidité, l'exposition au soleil et les précipitations six fois par heure. Les producteurs saisissent des informations telles que le stade de croissance des raisins et les registres de lutte antiparasitaire, et les chercheurs universitaires recueillent des raisins mûrs pour analyser et enregistrer leur composition. Toutes les données sont analysées pour élaborer une formule permettant de prévoir les meilleurs moments pour la lutte



antiparasitaire et la récolte, en aidant les producteurs à obtenir les meilleurs résultats. M. Kameyama NAOKI, chercheur au centre de données de Chikuma Wine Valley, explique que le but du projet est de collecter des données qui serviront à établir des normes de qualité pour l'appellation contrôlée « vin de Shinshū ». Les outils connectés collectent automatiquement les données météorologiques, mais les viticulteurs doivent saisir eux-mêmes les données d'évolution de la vigne et des raisins (germination à la feuille, floraison, etc.). Une interface pour smartphone afin de pouvoir saisir directement les données dans le vignoble est en cours de développement. La société PS Solutions de Softbank Group a développé e-Kakashi, un petit capteur agricole avec des capacités d'intelligence artificielle. Environ 300 e-Kakashi sont utilisés dans les rizières et les champs de légumes. E-Kakashi enregistre non seulement les températures de l'air et du sol, l'exposition au soleil et la température cumulée, mais il fournit aux agriculteurs l'interprétation des données : par exemple, il enverra le message que le total cumulatif des températures journalières a atteint 1000°C, niveau qui signifie que le riz est prêt à être récolté. M. Yamaguchi NORIO, développeur à PS Solutions du système e-Kakashi souligne que l'outil combine des données météorologiques et pédologiques analysées par des experts avec l'appui d'agriculteurs expérimentés. Le système e-Kakashi sera mis en service en juin de cette année au vignoble Azumino Ikeda de Sapporo Beer à Ikeda (Préfecture de Nagano). M. Togami TAKASHI, responsable du département R & D innovation verte de PS Solutions, spécialiste de la recherche combinant l'informatique et la science agronomique à l'université de Mie, souligne qu'e-Kakashi permet de collecter des données de chaque plante et qu'avec des capteurs dans plusieurs endroits, il est possible de déterminer pourquoi des différences de croissance interviennent par exemple selon les plants. Pour M. TAKASHI le projet est une tentative d'avant-garde qui, avec l'accumulation de données sur une très longue période enrichie du savoir-faire de nombreux viticulteurs, doit permettre à terme aux producteurs japonais de produire un jour de superbes vins.

## Protection variétale

### JAPON

Le ministre en charge de l'agriculture M. Ken SAITO a regretté que les fraises consommées en Corée par l'équipe japonaise de curling soient des fraises d'une variété initialement japonaise mais copiée par les producteurs coréens pour créer une nouvelle marque. Le ministère en charge de l'agriculture estime à 4 Md de JPY (37,8 M d'USD) les pertes annuelles en matière d'exportations de fraises.



### 4 Md de JPY de pertes sur les exportations de fraises

Le ministre en charge de l'agriculture M. Ken SAITO a regretté à l'occasion d'une conférence de presse le 2 mars que les fraises consommées en Corée par l'équipe japonaise de curling qui a remporté une médaille de bronze aux Jeux olympiques d'hiver de Pyeongchang, soient des fraises d'une variété initialement japonaise mais copiée par les producteurs coréens pour créer une nouvelle marque. Bien que le ministre n'ait eu que des éloges pour la médaille de l'équipe féminine de curling, il a précisé qu'il aurait été plus heureux si l'équipe avait consommé des fraises japonaises. Il en a profité pour souligner qu'il considère comme une nécessité, l'inscription à l'étranger des variétés de fruits japonaises pour en assurer la protection. Jusqu'en 2012, les variétés de fraises japonaises n'étaient pas protégées en Corée, aussi plus de 90% de la production coréenne de fraises se ferait à partir de variétés coréennes obtenues par des croisements avec des variétés japonaises comme « Red Peal », « Aki Hime » and « Tochi Otome ». Le Japon et la Corée rivalisent pour les exportations de fraises vers d'autres pays asiatiques. Le MAFF estime à 4 Md de JPY (37,8 M d'USD) les pertes annuelles en matière d'exportations de fraises. Le ministre aurait également pu évoquer le cas du raisin japonais dont les exportations augmentent fortement, totalisant 2,9 Md de JPY en 2017, soit sept fois plus qu'il y a cinq ans, mais qui pourraient être dans l'avenir fortement concurrencé par le raisin cultivé en Chine en partie à partir de variétés copiées sur la variété japonaise Shine Muscat. Depuis 2016, le ministère en charge de l'agriculture (MAFF) a mis en place un programme de subventions pour aider à l'enregistrement des variétés à l'étranger. Cependant, selon les règles de l'Union internationale pour la protection



des obtentions végétales la demande d'enregistrement d'une variété végétale dans un pays étranger doit être déposée dans les quatre ans suivant sa commercialisation sur le territoire national et dans les six ans pour les arbres ou les vignes. La période d'application de cette règle a expiré pour de nombreuses variétés japonaises de haute qualité. En outre, de nombreux pays asiatiques n'ont toujours pas de système de protection des obtentions végétales conforme aux normes mondiales. Le gouvernement japonais a aidé ces pays à développer un tel système, mais les efforts des instances internationales sont également importants pour renforcer la protection des variétés.

## Coopératives agricoles

### JAPON

Les coopératives japonaises ont annoncé le lancement le 1<sup>er</sup> avril d'une nouvelle organisation, l'Alliance Coopérative Japonaise (JCA) pour renforcer la coopération dans les communautés rurales.

### Création de l'Alliance Coopérative Japonaise (JCA)

Les coopératives japonaises ont annoncé le lancement le 1<sup>er</sup> avril d'une nouvelle organisation, l'Alliance Coopérative Japonaise (JCA) pour renforcer la coopération dans les communautés rurales. Les membres du Comité des coopératives du Japon (JCC), association créée en 1956 pour soutenir la coopération entre les coopératives, ont discuté du lancement d'une nouvelle organisation pendant un an et demi. Le JCA sera créé à partir du JCC composé de 17 associations de coopératives telles que l'Union centrale des coopératives agricoles (JA-ZENCHU) et l'Union japonaise des coopératives de consommateurs. Les membres de la nouvelle organisation comprennent ainsi des associations du groupe des coopératives agricoles, de la Fédération japonaise des coopératives de consommation, de la Fédération nationale des associations de coopératives de pêche, de la Fédération nationale des coopératives agricoles, de la Fédération des Associations coopératives universitaires et de la Fédération japonaise des coopératives de santé et de bien-être. La JCA s'efforcera de sensibiliser le public aux rôles et aux valeurs des coopératives en soutenant la collaboration des associations de coopératives à l'échelle nationale et en formulant des propositions de politiques publiques. M. Toru NAKAYA, président de JA-ZENCHU, qui dirigera la nouvelle organisation espère qu'elle renforcera la coordination des différentes coopératives, contribuera à redynamiser le secteur rural et permettra d'atteindre les objectifs de développement durable adoptés par les Nations Unies. JCA mènera également des recherches et organisera des séminaires éducatifs à l'intention des membres et des cadres des coopératives, tout en assurant la liaison avec l'Alliance coopérative internationale.

## Saumon

### JAPON

90% des saumons consommés au Japon sont importés du Chili et de Norvège, mais la popularité auprès de la clientèle japonaise stimule maintenant la pisciculture locale au départ réticente.

### L'élevage se développe

Depuis les années 1980, le saumon s'est progressivement imposé dans les restaurants de sushis à tapis roulant grâce à son prix abordable pour devenir depuis six ans le poisson préféré des clients. La qualité du saumon servi est même devenue un indicateur de la qualité du restaurant. 90% des saumons consommés au Japon sont importés du Chili et de Norvège, mais la popularité auprès de la clientèle japonaise stimule maintenant la pisciculture locale au départ réticente et qui préféraient élever d'autres types de poissons comme la dorade ou la limande. Depuis, la tendance n'ayant pas montré de relâchements, et la hausse de la demande mondiale ayant doublé le prix du saumon au cours des cinq dernières années, les exploitations piscicoles japonaises élèvent plus de 100 types de truites arc-en-ciel, également appelés « saumons » au Japon. Par rapport au saumon importé, les producteurs japonais pensent pouvoir s'imposer localement et sur les marchés asiatiques par la qualité de leur production et investissent dans son amélioration. Ainsi, Okamura Foods, un transformateur japonais de produits de la mer de la préfecture d'Aomori, prévoit d'exporter la moitié de sa production de saumons d'élevage. Okamura Foods possède une filiale d'élevage de saumon au Danemark. En appliquant le savoir-faire



scandinave, Okamura Foods vise une production de 2 000 tonnes de saumons d'ici 2020 et prévoit d'en exporter la moitié. Okamura Foods devrait exporter son premier lot de saumon ce printemps à destination de Hong Kong et de Singapour. La préfecture de Nagano, bien qu'enclavée fait la promotion de son saumon Shinshu (nom historique de Nagano) auprès des touristes. Le saumon Shinshu est un hybride qui ne pond pas d'œufs et conserve donc sa saveur. Le poisson de la région est populaire auprès des restaurants, ce qui a permis de décupler la production annuelle à environ 350 tonnes au cours de la dernière décennie. La préfecture de Yamaguchi, au centre du Japon, s'est également lancée dans la salmoniculture. Choshu Nagato Suisan, une entreprise spécialisée dans le fugu, a ainsi commencé à élever du saumon à la fin de l'année dernière.

## Politique commerciale

### Riz

#### JAPON

Le ministère en charge de l'agriculture lance régulièrement des appels d'offres pour les importations de riz au cours de chaque année fiscale (qui se termine en mars), afin de respecter l'engagement annuel du pays en matière d'importation envers l'Organisation mondiale du commerce. Le Japon est obligé d'acheter 770 000 tonnes de riz étranger chaque année.

### Le riz importé nécessaire aux industriels de la restauration

Le ministère en charge de l'agriculture lance régulièrement des appels d'offres pour les importations de riz au cours de chaque année fiscale (qui se termine en mars), afin de respecter l'engagement annuel du pays en matière d'importation envers l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Le Japon est obligé d'acheter 770 000 tonnes de riz étranger chaque année, et il utilise deux systèmes d'appel d'offres : le système d'accès limité et le système SBS. Les offres du système d'accès limité représentent la majorité des importations japonaises qui se retrouvent directement dans les entrepôts gouvernementaux. Jusqu'à 100 000 tonnes peuvent être échangées dans le cadre d'un système public d'appel d'offre (SBS). Les tonnages sont destinés directement aux utilisateurs finaux, qui sont en grande partie dans le secteur des services alimentaires. Le ministère établit le volume des soumissions en fonction des conditions du marché intérieur. Fin février s'est déroulé la cinquième série d'appels d'offres. Un total de 14 898 tonnes de riz importé (58% des Etats-Unis d'Amérique et 33% d'Australie) a été adjugé lors de l'enchère. Les achats de riz importé par le système SBS ont atteint pour l'exercice 2017 leur limite de 100 000 tonnes. Ces achats mettent en évidence la pénurie de riz japonais bon marché pour le secteur de la restauration. Les prix intérieurs du riz de table devraient rester élevés car le gouvernement encourage les producteurs à cultiver du riz pour l'alimentation animale. Cela rend le riz importé plus attrayant pour les industriels japonais de la restauration.

### Blé

#### JAPON

Le ministère en charge de l'Agriculture a annoncé à compter du 1er avril un relèvement de 3,5% en moyenne du prix du blé importé revendu aux minotiers.

### Hausse de 3,5% du blé importé

Le ministère en charge de l'Agriculture a annoncé à compter du 1er avril un relèvement de 3,5% en moyenne du prix du blé importé revendu aux minotiers. Le prix du blé importé revendu par le gouvernement aux minotiers est révisé deux fois par an, en avril et en octobre. Les prix sont orientés à la hausse pour le troisième semestre consécutif. Cette situation s'explique par la diminution des rendements au Canada, l'augmentation des coûts du transport maritime consécutive à la hausse des cours du pétrole ainsi qu'à la dépréciation du yen. Après application de la hausse, le prix moyen de la tonne de blé passera à 54 370 JPY.

### Viande bovine

#### CORÉE

La viande bovine américaine a repris en 2017 sa première place sur le marché

### Les exportations américaines retrouvent leur 1<sup>ère</sup> place

La viande bovine américaine a repris en 2017 sa première place sur le marché coréen, première place perdue il y a 14 ans. Les importations en Corée de viande bovine américaine ont augmenté de 13,7% en 2017 par rapport à 2016 pour



coréen, première place perdue il y a 14 ans. Les importations en Corée de viande bovine américaine ont augmenté de 13,7% en 2017 par rapport à 2016 pour atteindre 177 445 tonnes. Au cours de la même période, les importations de viande bovine australienne ont chuté de 4% à 172 564 tonnes.

atteindre 177 445 tonnes. Au cours de la même période, les importations de viande bovine australienne ont chuté de 4% à 172 564 tonnes. La Nouvelle-Zélande s'est classée troisième avec 18 786 tonnes, en baisse de 16,5%, et le Canada s'est classé quatrième avec 5 200 tonnes, en hausse de 15,6%. En 2002, avant la crise de l'ESB, la Corée importait 224 029 tonnes de viande bovine américaine, soit une part de marché de 70%. Les importations ont été totalement interdites jusqu'en 2008 et la réouverture pour la viande bovine de moins de 30 mois, mais la méfiance du consommateur coréen maintenait les importations à moins de 100 000 tonnes par an jusqu'en 2010. Avec l'entrée en vigueur en 2012 de l'ALE entre la Corée et les Etats-Unis d'Amérique, les prix ont chuté, tandis que la confiance des consommateurs remontait. Parallèlement, les approvisionnements en viande bovine australienne ont chuté en raison des difficultés climatiques en Australie (sécheresses au cours des dernières années) et des augmentations de prix.

## Viande bovine *suite*

### JAPON

Les importations de viande bovine surgelée se sont élevées en 2017 à 307 000 tonnes, en hausse de 12% par rapport à 2016. Les importations ont retrouvé un niveau équivalent à 90% de leur volume d'avant les restrictions imposées en 2003 sur la viande bovine américaine.

## Importations en hausse de 12%

Les importations de viande bovine surgelée se sont élevées en 2017 à 307 000 tonnes, en hausse de 12% par rapport à 2016. Les importations ont retrouvé un niveau équivalent à 90% de leur volume d'avant les restrictions imposées en 2003 sur la viande bovine américaine. Le Japon avait décrété un embargo sur la viande bovine de certains Etats américains après des cas d'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB). Les importations de viande bovine américaine étaient tombées à 223 000 tonnes en 2004 et étaient reparties à la hausse en 2005 avec la levée des restrictions. Le volume des importations s'est rapproché en 2017 du volume annuel moyen de 330 000 tonnes enregistré entre 1998 à 2002, années précédant l'embargo. Cependant, le déclenchement en août 2017 d'une mesure de sauvegarde a freiné les importations de viande bovine surgelée américaine. Le Japon a en effet activé une clause de sauvegarde permettant de porter à 50%, contre 38,5 % auparavant, les droits de douane sur la viande bovine congelée lorsque les importations augmentent de plus de 17% d'un trimestre à l'autre. Les exportateurs américains ont été plus particulièrement touchés par cette mesure (mais les exportateurs européens également). Ce dispositif visant à limiter les importations doit être maintenu jusqu'au 31 mars 2018. Le Japon a annoncé qu'il conservera son mécanisme de sauvegarde en cas de forte augmentation des importations de viande bovine en provenance de pays avec lesquels il n'a pas conclu d'accord de libre-échange comme les Etats-Unis d'Amérique qui se sont retirés du TPP.

## Légumes surgelés

### JAPON

Les importations japonaises de légumes surgelés ont franchi la barre des 1 million de tonnes en 2017 pour la première fois en raison de la hausse des prix des légumes produits localement. Le volume des importations de légumes surgelés a augmenté de 7% en 2017 par rapport à 2016.

## Importations en hausse de 7%

Les importations japonaises de légumes surgelés ont franchi la barre des 1 million de tonnes en 2017 pour la première fois en raison de la hausse des prix des légumes produits localement. Le volume des importations de légumes surgelés a augmenté de 7% à 1 009 000 tonnes en 2017 par rapport à 2016. Les plus fortes augmentations concernent les brocolis et les épinards. La majorité des importations de légumes surgelés proviennent de Chine et des Etats-Unis d'Amérique. Les importations de pommes de terre surgelées, qui représentent environ 40% des importations totales de légumes surgelés, ont augmenté de 8% à 378 000 tonnes en raison des mauvaises récoltes dans l'île septentrionale de Hokkaido en 2016. La demande des entreprises, ainsi que celle des ménages, a augmenté en raison de la hausse des prix des légumes produits au Japon. Les détaillants japonais ont fait la promotion des légumes surgelés comme une alternative pour des prix plus abordables. Les chaînes de magasins de proximité ont ainsi connu une forte augmentation des ventes de légumes surgelés : Lawson Store a déclaré une augmentation de ses ventes de légumes surgelés de



20%, les ventes de brocoli et d'épinards progressant même de 50%. Cette tendance fait craindre aux producteurs de légumes japonais que la hausse des importations bon marché de légumes surgelés ait des effets défavorables sur les productions de légumes locaux.

## Politique alimentaire et sanitaire

### Fièvre aphteuse

#### CORÉE

Un foyer de fièvre aphteuse (sérotypé A) dans un élevage porcin de 1 059 animaux

### Un foyer déclaré dans un élevage porcin

Les autorités coréennes ont notifié le 28 mars un foyer de fièvre aphteuse (sérotypé A) dans un élevage porcin de 1 059 animaux à Gyeonggi-Do près de Séoul. L'ensemble des animaux ont été abattus et des mesures de zonage, de restriction des mouvements et de surveillance renforcée ont été prises par les autorités sanitaires. Le dernier foyer de fièvre aphteuse remontait il y a à peine un an (10 mars 2017). La première hypothèse avancée par les autorités coréennes laisse penser à une réapparition due à la faune sauvage.

### Influenza aviaire

#### JAPON

12 départements sont actuellement fermés : les départements du Maine-et-Loire (49) et des Deux-Sèvres (79) qui avaient des foyers d'IAFP n'avaient pas été rouverts fin octobre, le Lot-et-Garonne (47) a été fermé le 03/12, les Landes (40) le 28/12, le Gers (32) le 01/02, le Morbihan (56) le 04/02, la Loire Atlantique (44) le 04/02, la Vendée (85) le 08/02, le Nord (59) le 19/02, la Sarthe (72) le 05/03 et le Finistère (29) le 13/03.

### 12 départements français actuellement fermés

Le 12 mars, le ministère en charge de l'agriculture a décidé de suspendre les importations de produits avicoles en provenance du Finistère (29). Les autorités sanitaires françaises avaient lancé une alerte le même jour après confirmation de la présence d'influenza aviaire due à une souche faiblement pathogène (IAFP) de type H5N3 dans un élevage de canards de ce département. Depuis la réouverture aux exportations françaises le 27 octobre 2017, plusieurs départements français ont été fermés après l'apparition de foyers d'IAFP. Une vingtaine de foyers d'IAFP ont pu être identifiés (essentiellement dans des élevages de canards) suite aux autocontrôles systématiques mis en place par la filière française à chaque mouvement de volailles pour assurer la sécurité sanitaire des élevages. Environ 300 000 volailles ont été abattues pour assainir les foyers (pour rappel l'épizootie IA hautement pathogène avait touché près de 500 élevages, nécessité l'abattage d'environ 3 millions de volailles et empêché la production de 20 millions de volailles). Ainsi avec le Finistère, ce sont 11 départements qui sont actuellement fermés : les départements du Maine-et-Loire (49) et des Deux-Sèvres (79) qui avaient des foyers d'IAFP n'avaient pas été rouverts fin octobre, le Lot-et-Garonne (47) a été fermé le 03/12, les Landes (40) le 28/12, le Gers (32) le 01/02, le Morbihan (56) le 04/02, la Loire Atlantique (44) le 04/02, la Vendée (85) le 08/02, le Nord (59) le 19/02, la Sarthe (72) le 05/03. Les autorités japonaises autorisent l'entrée des produits en provenance des départements touchés, s'ils ont été emballés avant la date d'introduction du virus dans l'élevage du département (et pas avant la date de notification du foyer). Cette date d'introduction est calculée à partir de la date de suspicion en estimant que la date d'introduction est possiblement intervenue 21 jours auparavant. Ainsi, dans le cas du Finistère, la date de notification du foyer par la France était le 12 mars, mais la date de suspicion était le 7 mars (date des autocontrôles avant déplacement des volailles) en remontant 21 jours, la date d'estimation de l'introduction du virus dans l'élevage est le 14 février, ce qui permet d'expédier des produits emballés jusqu'au 13. Un département peut retrouver son statut indemne 90 jours après le nettoyage/désinfection du dernier foyer. Le département des Landes pourrait ainsi être le 1<sup>er</sup> département à retrouver son statut indemne à la date du 8 mai.

### Influenza aviaire suite

#### JAPON

### Importations suspendues de Suède et d'Allemagne

Le ministère en charge de l'agriculture a décidé de suspendre les importations de volailles vivantes et de leurs produits dérivés en provenance de Suède le 19



Le ministère en charge de l'agriculture a suspendu les importations de volailles vivantes et de leurs produits dérivés en provenance de Suède et d'Allemagne.

### Influenza aviaire *fin*

#### JAPON

Le ministère en charge de l'agriculture a suspendu les importations de volailles vivantes et de leurs produits dérivés en provenance du Missouri et du Texas.

### Fukushima

#### JAPON

Le gouvernement préfectoral a annoncé qu'il réduirait dès 2020 les contrôles de radioactivité du riz produit dans la préfecture de Fukushima.

### Toxines paralysantes

#### CORÉE

Des hauts niveaux de contamination des mollusques et crustacés par des toxines paralysantes le long de la côte sud-est de la Corée ont amené les autorités sanitaires du pays à en interdire la récolte à la fin du mois de mars.

### Préparations liquides

#### JAPON

Le ministère en charge de la santé (MHLW) étudie une évolution réglementaire pour autoriser la fabrication de préparations liquides pour nourrissons et permettre ainsi leur production et leur distribution au Japon ce qui n'est pas le cas actuellement.

mars et d'Allemagne le 22 mars après confirmation dans ces deux pays d'un foyer d'influenza aviaire hautement pathogène (IAHP). Les autorités sanitaires suédoises et allemandes avaient notifié à l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE) la présence de souches hautement pathogènes du virus de l'Influenza aviaire de type « H5N6 » sur des volailles.

### Importations suspendues du Missouri et du Texas

Le ministère en charge de l'agriculture a suspendu les importations de volailles vivantes et de leurs produits dérivés en provenance du Missouri le 6 mars et du Texas le 10 mars. Les autorités sanitaires américaines ont notifié la présence de souches faiblement pathogènes du virus de l'Influenza aviaire de type H7 respectivement dans un élevage de dinde et dans un élevage de poulets de ces États.

### Réduction des contrôles sur le riz à partir de 2020

Des contrôles de radioactivité sur les riz produit à Fukushima ont été introduits en 2012 pour garantir la sécurité de la production après la catastrophe intervenue sur la centrale nucléaire de Fukushima. Le gouvernement préfectoral a annoncé qu'il réduirait dès 2020 les contrôles de radioactivité du riz produit dans la préfecture (excepté pour les 12 communes proches de la centrale). Le gouverneur, M. Masao UCHIBORI, a déclaré que les contrôles deviendraient aléatoires si aucune radioactivité dépassant les normes de sécurité n'est détectée pendant cinq ans. Entre 2015 et 2017, aucune radioactivité supérieure à la limite de sécurité de 100 becquerels par kilogramme n'a été détectée. Si les niveaux de radioactivité sur le riz en 2018 et 2019 sont conformes aux normes, les contrôles deviendront ainsi aléatoires à partir de 2020.

### Interdiction de récolte des mollusques

Des hauts niveaux de contamination des mollusques et crustacés par des toxines paralysantes le long de la côte sud-est de la Corée ont amené les autorités sanitaires du pays à en interdire la récolte à la fin du mois de mars. Le ministère des affaires maritimes a resserré la surveillance de la pêche. Au début du mois les toxines avaient été détectées pour la première fois cette année dans les eaux proches de la ville portuaire de Busan et de l'île de Geoje et elles se sont propagées dans les zones adjacentes. Au total, 28 régions sont maintenant contaminées, avec des concentrations de toxines paralysantes dans les mollusques dépassant le niveau autorisé de 80 microgrammes par kilogramme. Des eaux plus chaudes et d'autres conditions environnementales semblent avoir causé une augmentation des algues productrices de toxines. Des tests seront effectués chaque semaine en particulier pour contrôler la situation des zones actuellement indemnes.

### Evolution réglementaire des préparations pour nourrissons

Le ministère en charge de la santé (MHLW) étudie une évolution réglementaire pour autoriser la fabrication de préparations liquides pour nourrissons et permettre ainsi leur production et leur distribution au Japon ce qui n'est pas le cas actuellement. Des tests d'évaluation par l'Agence de la sécurité alimentaire (Food Safety Commission) sont en cours et s'ils sont concluants, le MHLW pourrait modifier la réglementation dès cet été. Une fois la production autorisée, des périodes d'essai de qualité seraient nécessaires et les produits ne devraient pas pouvoir être commercialisés avant deux ans. Contrairement à la formule en poudre, la formule liquide ne nécessite aucune préparation, comme la dissolution dans de l'eau bouillie et a une durée de conservation longue ce qui a assuré son développement à l'étranger. Les interventions ont été nombreuses auprès des autorités japonaises pour obtenir des normes permettant la production de



préparations liquides pour nourrisson sur le marché intérieur. Dans les lignes directrices publiées par le MHLW, la formule liquide est définie comme « lait liquide transformé ». Il doit avoir la même valeur nutritionnelle que le lait en poudre et être traité thermiquement à 120°C pendant quatre minutes afin d'être stérilisé pour être correctement conservé. Selon les données fournies au MHLW par la Japan Dairy Industry Association pour la création de normes de production pour le lait, l'emballage prévu comprend des canettes, des sachets stérilisables et des emballages cartons. La date de péremption recommandée pour les canettes et les sachets serait de neuf mois à un an et six mois pour les emballages carton. Le prix devrait être légèrement supérieur à celui du lait en poudre.

## Lait de soja

### JAPON

La production de lait de soja japonais a augmenté de 8,1%.

### Augmentation de plus de 8% de la production

La production japonaise de lait de soja continue de progresser pour la 9<sup>ème</sup> année consécutive stimulée par une hausse de la demande des consommateurs soucieux de leur santé ou intolérant au lactose. La production de lait de soja japonais a augmenté de 8,1% pour atteindre un record de 339,3 millions de litres. L'objectif est de 500 millions de litres de production d'ici 2020. Le lait de soja est également largement utilisé comme ingrédient pour cuisiner dans les restaurants comme à la maison. La technique de production a progressé et a permis aux fabricants de réduire l'arôme herbacé du soja dans le lait de soja et les produits à base de lait de soja.

## Activité sectorielle

### Foodex

#### JAPON

Le pavillon français organisé par Business France a réuni 65 exposants. Le pavillon France est l'un des principaux pavillons du salon.

### 65 exposants sur le pavillon français

Foodex Japan, le plus important salon professionnel agroalimentaire en Asie a tenu sa 43<sup>ème</sup> édition du 6 au 9 mars 2018. Il a accueilli cette année 3 350 exposants d'environ 80 pays, et plus de 72 000 visiteurs venus du Japon et de l'ensemble de la région Asie-Pacifique. Le pavillon français organisé par Business France a réuni 65 exposants. Le pavillon France est l'un des principaux pavillons du salon après ceux de la Chine, de l'Italie, de l'Espagne, des Etats-Unis d'Amérique, de la Corée du Sud ou de Taiwan. Sur le pavillon français le secteur des vins était le mieux représenté avec environ les deux tiers des exposants.

### Fromage

#### JAPON

Le magasin éphémère « la maison du fromage » a rouvert ses portes pendant une semaine à Tokyo (du 20 au 26 mars).

### Maison du Fromage se réinstalle à Tokyo

Le magasin éphémère « la maison du fromage » a rouvert ses portes pendant une semaine à Tokyo (du 20 au 26 mars) dans le quartier « branché » d'Omotesando. L'événement prenait place dans le cadre d'une campagne de promotion du fromage européen programmée au Japon par le Centre National Interprofessionnel de l'Économie Laitière et l'Union Européenne. L'objectif était de prolonger l'intérêt qu'avait suscité l'événement en 2015 et 2016 au Japon et de continuer à faire découvrir, par des dégustations et des séminaires, le plaisir du fromage aux consommateurs japonais. L'événement est basé sur la découverte par le public japonais, mais également les médias, des fromages européens et de leurs différents modes de consommation au travers de dégustations et mini-séminaires. Il a également pour but de transmettre des clés d'appropriation de consommation du fromage, afin de l'inscrire au quotidien dans les habitudes de consommation des japonais tout en tenant compte de leurs particularismes culinaires et culturels. Ainsi, des séminaires sur les accords (vins et bières) avec le fromage étaient animés par un sommelier japonais et des séminaires sur la dégustation et l'élaboration de « bento ». Près de 3 500 personnes ont participé aux dégustations, ainsi qu'une soixantaine de médias





(dont 5 télévisions et 4 radios). La maison du fromage a ainsi fait l'objet de près de 180 publications.

## Champagne

### JAPON-CORÉE

Les livraisons vers le Japon se sont envolées de 21,3% en valeur et de 17,6% en volume à 12,87 millions de cols. Le Japon s'impose comme le 3<sup>ème</sup> marché de la Champagne en valeur comme en volume. Les résultats de la Corée sont également spectaculaires (+39,5% en valeur). Le nombre de bouteilles de champagne consommées dans le pays a dépassé le million d'unités pour la première fois.

### Exportation en valeur +21% au Japon et +39% en Corée

Le Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne a publié les chiffres des expéditions de Champagne en 2017. Selon l'organisme interprofessionnel, la filière du champagne a battu son record avec 4,9 Md d'EUR de chiffre d'affaires mondial l'an dernier, soit un milliard de plus qu'en 2005. Le marché français est resté stable sur un an avec une valeur de 2,1 Md d'EUR. Les exportations ont progressé de 6,6% à 2,8 Md. Les livraisons vers les Etats-Unis d'Amérique, 1<sup>er</sup> marché à l'export se sont élevées à 586 M d'EUR, en hausse de 8,5%. Les exportations vers le Royaume-Uni, 2<sup>ème</sup> partenaire à l'export, ont dévissé de 5,7% en valeur et de 11% en volume. Les livraisons vers le Japon se sont envolées de 21,3% en valeur et de 17,6% en volume à 12,87 millions de cols. Le Japon s'impose comme le 3<sup>ème</sup> marché de la Champagne en valeur comme en volume. La 4<sup>ème</sup> place revient à l'Allemagne. L'Asie est la région du monde où la croissance des exportations a été la plus forte, +15,5% en valeur et +19,2% en volume, en particulier dans le monde chinois (Chine, Hong Kong, Taiwan) avec une évolution très dynamique (+ 26,7% en valeur). Les résultats de la Corée sont également spectaculaires (+39,5% en valeur). Le nombre de bouteilles de champagne consommées dans le pays a dépassé le million d'unités pour la première fois.

## Crème glacée

### CORÉE

Le marché de la crème glacée (volumes vendus en magasins de détail) en Corée est estimé à 1 600 Md de KRW (1,49 Md d'USD) en 2017 soit une baisse de 14,2% par rapport au 1 900 Md de 2016.

### Baisse de plus de 14% du marché

Le marché de la crème glacée (volumes vendus en magasins de détail) en Corée est estimé à 1 600 Md de KRW (1,49 Md d'USD) en 2017 soit une baisse de 14,2% par rapport au 1 900 Md de 2016 (*ndlr. à noter une progression inverse de +14,1% de nos exportations de crèmes glacées en Corée*). La taille du marché était de 2 000 Md en 2015. Les magasins de proximité ont vendu 494,9 Md de KRW de crèmes glacées en 2017, en baisse par rapport aux 518,5 Md de 2016. Les chaînes de supermarchés ont également vu leur volume de ventes chuter pendant deux années consécutives pour atteindre 219,9 Md de KRW en 2017 contre 254,6 Md en 2015. Les supermarchés indépendants ont subi la plus forte baisse, avec un chiffre d'affaires qui a plongé à 281,6 Md de KRW, contre 1 400 Md en 2013. Le marché de la crème glacée souffre d'un déclin majeur a déclaré un responsable d'une société agroalimentaire locale. Malgré le lancement de nouveaux produits, les ventes et la rentabilité continuent de diminuer. Le marché se restreint en raison de la baisse du nombre d'enfants et à l'augmentation des cafés offrant des desserts alternatifs.

## Café

### CORÉE

Le café instantané des machines à café des magasins de proximité est de plus en plus populaire auprès d'une population coréenne qui apprécie de plus en plus le café mais qui face aux contraintes de pouvoir d'achat ne peut pas fréquenter régulièrement les chaînes spécialisées comme Starbucks où les prix sont environ trois fois plus élevés.

### Explosion des ventes dans les magasins de proximité

Le « café 1000 wons », café instantané des machines à café des magasins de proximité est de plus en plus populaire auprès d'une population coréenne qui apprécie le café mais qui face aux contraintes de pouvoir d'achat ne peut pas fréquenter régulièrement les chaînes spécialisées comme Starbucks où les prix sont environ trois fois plus élevés. Selon la société de distribution 7-Eleven, premier distributeur à avoir lancé la vente de café instantané en 2015 dans ses magasins de proximité en Corée, environ 45 millions de tasses de sa marque de café ont été vendues en 2017, ce qui en fait la première boisson vendue dans ses magasins. Une autre chaîne de magasins de proximité, GS25, a quant à elle vendu 64 millions de tasses de café instantané en 2017, soit près de 3 fois plus qu'en 2016 avec 23 millions de tasses vendues. CU, qui a le réseau de magasins de proximité le plus important, a déclaré avoir vendu 60 millions de tasses en 2017 de son café instantané vendu sous la marque Cafe GET à 1200 KRW, contre 45 millions de tasses en 2016 et 25 millions en 2015. CU utilise des



## Fruits et légumes

### JAPON

Tokyo Seika, principal grossiste en fruits et légumes du Japon, va mettre en place une nouvelle branche commerciale spécialisée dans l'exportation de fruits et légumes avec un objectif de vente de 2,5 Md de JPY sur les marchés à l'export.

### Tokyo Seika, principal grossiste, crée un service export

Tokyo Seika le principal grossiste en fruits et légumes du Japon veut profiter de ses relations avec les coopératives agricoles (JA) et de son savoir-faire pour commercialiser des fruits et légumes sur les marchés à l'export. Le grossiste va mettre en place une nouvelle branche commerciale spécialisée dans l'exportation de fruits et légumes dont le rôle sera de soutenir et d'encourager les producteurs, les intermédiaires et les sociétés commerciales à exporter des fruits et légumes en travaillant en étroite collaboration. L'objectif de ventes de la nouvelle branche en 2018 est de 2,5 Md de JPY en privilégiant les exportations de pommes, de fraises, de pêches et de patates douces sur les marchés asiatiques et nord-américains. En 2017 les exportations de produits agricoles et agroalimentaires ont augmenté de 7,6% à 807,3 Md de JPY. Cependant, les exportations de fruits et légumes sont restées faibles 5,1 Md de JPY et ont même baissé de 1,5%.

## Saké

### JAPON

ZEN-NOH) a exporté 4 tonnes de riz à saké au Royaume-Uni, livrées à Dojima Sake Brewery UK, la filiale au Royaume-Uni du fabricant de saké d'Osaka Dojima Bakushu.

### Premières exportations de riz à saké vers le Royaume-Uni

La Fédération japonaise des Associations de Coopératives Agricoles (ZEN-NOH) a annoncé qu'elle avait exporté du riz à saké. Il s'agit pour le groupe coopératif agricole des premières livraisons de riz destiné à entrer dans la fabrication du saké. La popularité grandissante du saké en Europe devrait conduire à l'expansion des exportations. 4 tonnes de riz de cuve, du Akitashu Komachi et du Yamada Nishiki des préfectures d'Akita et Hyogo, ont été livrées à Dojima Sake Brewery UK, la filiale au Royaume-Uni du fabricant de saké d'Osaka Dojima Bakushu. La production commencera à partir du mois d'avril. Le saké brassé au Royaume-Uni sera principalement commercialisé dans les restaurants japonais en Europe. Selon le ministère en charge de l'agriculture, en octobre 2017, il y avait environ 12 200 restaurants japonais sur le Vieux Continent, soit 16% de plus qu'en 2015.

## Alcool

### JAPON

Coca Cola, le géant américain des soft drinks, a décidé d'élargir au Japon son domaine d'activité aux boissons alcoolisées en commençant par les canettes de chu-hi, boisson très populaire au Japon, composée à partir d'une boisson distillée appelée shochu, d'eau pétillante, plus quelques arômes. La boisson contient généralement entre 3 et 9% d'alcool. Les ventes de chu-chi étaient en progression de 9% en 2017.

### Coca-Cola se positionne sur le marché du chu-hi

Coca Cola, le géant américain des soft drinks s'apprête à lancer sa première boisson alcoolisée au Japon. La firme américaine s'était autrefois aventurée dans le vin, mais l'expérience avait tourné court avec un retrait dans les années 1980. Actuellement, Coca-Cola ne vend aucune boisson alcoolisée sous sa propre marque. L'intérêt croissant des consommateurs pour les questions de santé souffle un vent contraire sur les ventes de sodas, l'activité principale du groupe. Cette tendance devrait se renforcer à l'avenir. Confronté au déclin de ses ventes, le fabricant cherche de nouveaux relais de croissance. Les ventes de thés et d'eaux minérales continuent de progresser, mais la concurrence sur le secteur est forte avec la présence de grands groupes locaux tels Suntory Beverage & Food et Asahi Soft Drinks. Coca-Cola a donc décidé d'élargir son domaine d'activité aux boissons alcoolisées en commençant par les canettes de chu-hi, boisson très populaire au Japon, composée à partir d'une boisson distillée appelée shochu (qui peut être remplacé par de la vodka), d'eau pétillante, plus quelques arômes (raisin, fraise, kiwi, citron, pêche blanche, etc.). La boisson contient généralement entre 3 et 9% d'alcool. Les ventes de chu-chi sont en progression, de nombreux consommateurs, jeunes en particulier, délaissant la bière pour se tourner vers le chu-hi. Selon Kirin, les ventes ont bondi de 9% en 2017 sur un an à plus d'1 Md de litres et devraient continuer de croître. Les principales compagnies de boissons japonaises commercialisent déjà cette



boisson et la firme américaine a donc décidé à son tour de faire son entrée sur ce marché. Coca-Cola commercialisera en mai ses premières canettes aux arômes de citron. Le produit se déclinera en 3 variantes à la teneur en alcool et au goût différent. Dans un premier temps, la commercialisation se limitera au Kyushu. Coca-Cola a déjà entamé des négociations avec les grossistes pour la distribution de son nouveau produit. La production sera confiée à une société tierce. Le Président de Coca-Cola Japan, M. Jorge GARDUNO a cependant déclaré que le lancement de cette boisson ne devrait pas être considéré comme un signe avant-coureur des intentions de l'entreprise sur d'autres marchés. Pour M. GARDUNO « de nombreux marchés ressemblent de plus en plus au marché japonais, mais la culture ici reste spécifique et unique, donc beaucoup de produits qui sont nés ici resteront ici ».

## Alcool suite

### CORÉE

Les pays d'Asie du Sud-Est, qui représentaient 3,6% des exportations de Hite Jinro en 2013, en représentaient 17,6% en 2017.

## Hite Jinro développe ses exportations en Asie du Sud-Est

Hite Jinro Co., un des principaux producteurs coréens d'alcool et de spiritueux a déclaré que les exportations de ses produits avaient presque triplé au cours des 20 dernières années. Elles ont atteint les 94 Md de KRW (87,8 M d'USD) en 2017, en hausse de plus de 175% par rapport aux 34 Md comptabilisés en 1997. Hite Jinro exporte actuellement de la bière et du soju dans 88 pays. Par pays, le Japon était le plus gros importateur représentant 56,6% du total des exportations, pourtant, le chiffre d'affaires de Hite Jinro y est en baisse de 80,6% par rapport à 2012, alors que le fabricant d'alcool a déployé des efforts pour diversifier ses produits. Les pays d'Asie du Sud-Est, qui représentaient 3,6% des exportations de Hite Jinro en 2013, en représentaient 17,6% en 2017. La première destination d'exportation de soju pour Hite Jinro est devenue le Vietnam, pays où l'entreprise a récemment fêté ses 50 ans d'implantation.

## Bière

### JAPON

L'Agence Fiscale va modifier en avril 2018 la définition de la bière. Avec l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation, il deviendra possible d'utiliser des fruits et des épices comme matières premières auxiliaires.

## Lancement des 1<sup>ère</sup> bières aromatisées japonaises

L'Agence Fiscale va modifier en avril 2018 la définition de la bière. La réglementation actuelle indique que la bière doit être produite à partir d'au moins 67% de malt. Il existe par ailleurs des restrictions relatives aux matières premières secondaires pouvant être utilisées. Avec l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation, il deviendra possible d'utiliser des fruits et des épices comme matières premières auxiliaires, ce qui permettra d'élaborer des produits présentant une plus grande originalité, susceptibles de relancer l'intérêt des consommateurs japonais pour la bière japonaise. En 2017, les livraisons des 5 grands brasseurs ont reculé de 2,6% à 404,07 millions de caisses par rapport à 2016. C'est la 13<sup>ème</sup> année consécutive de baisse. Les grands brasseurs japonais vont lancer des bières aromatisées. Kirin donnera le coup d'envoi en commercialisant mi-avril une bière parfumée au citron. Suntory et Sapporo mettront eux aussi prochainement sur le marché des produits aux arômes d'agrumes. En lançant des produits originaux, les brasseurs veulent relancer leurs ventes sur un marché arrivé à maturité.

## Snacks surgelés

### CORÉE

Le chiffre d'affaires des ventes de snacks surgelés a grimpé à 134,2 Md de KRW (125 M d'USD) en 2017 contre 61 Md de KRW en 2016.

## Les ventes progressent fortement

Le chiffre d'affaires des ventes de snacks surgelés a grimpé à 134,2 Md de KRW (125 M d'USD) en 2017 contre 61 Md en 2016. CJ Cheiljedang Corp., premier producteur agroalimentaire coréen, a multiplié par 5 ses ventes de snacks surgelés l'an dernier pour atteindre un chiffre d'affaires de 44 Md et a un objectif de 80 Md cette année. Les entreprises agroalimentaires coréennes proposent régulièrement de nouveaux produits pour développer leur marché et faire face à la concurrence. Ainsi, Ottogi spécialisé dans le marché de la pizza surgelée a sorti quatre nouveaux produits pour rester le leader sur ce marché dont il détenait en 2017 plus de 70% de part de marché devant CJ Cheiljedang.

**Complément alimentaire****CORÉE**

L'entreprise agroalimentaire coréenne Chunho Food, spécialisée dans les compléments alimentaires santé, a été rebaptisée Chunho N Care. La société vise un objectif de chiffre d'affaires de 70 Md de KRW (65 M d'USD) en 2018.

**Chunho Food devient Chunho N Care**

L'entreprise agroalimentaire coréenne Chunho Food, spécialisée dans les compléments alimentaires santé, a été rebaptisée Chunho N Care. Le nouveau nom et le nouveau logo seront utilisés pour tous les produits à partir d'avril. La société avait conservé son nom d'origine depuis sa création en 1984. Sous son nouveau nom, la société souhaite élargir la vente de ses produits aux consommateurs de la tranche d'âge des 20-30 ans et pénétrer les canaux de distribution de la vente au détail en ligne et des magasins de proximité. Le chiffre d'affaires a fortement baissé en 2017 avant que la société se dote en juillet d'un nouveau PDG, M. LEE Seung-woo, homme d'affaires réputé dans l'industrie alimentaire coréenne qui occupait le poste de PDG de la société alimentaire Our Home depuis 2010. La société vise un objectif de chiffre d'affaires de 70 Md de KRW (65 M d'USD) en 2018. Les produits principaux de Chunho N Care incluent des jus d'ail noir, de ginseng rouge, et de myrtille.

**Distribution****CORÉE**

Les entreprises de distribution déploient leurs services de commande par téléphone et de livraison à domicile d'aliments frais et surgelés.

**La livraison à domicile de produits alimentaires se développe**

Les entreprises de distribution déploient leurs services de commande par téléphone et de livraison à domicile d'aliments frais et surgelés. Homeplus a déclaré que plus de 70 de ces points de vente à travers le pays ont adopté un service permettant à leurs clients d'acheter des aliments frais où surgelés par téléphone en se les faisant livrer en quelques heures. La livraison gratuite est offerte aux clients qui commandent pour au moins 20 000 KRW (18 USD) de marchandises entre 10h00 et 17h00. Toute commande passée après 17h00 est livrée le lendemain. Lotte Mart a introduit un système de livraison permettant à ses clients qui doivent se lever tôt d'être livrés en produits alimentaires entre 3h00 et 7h00 du matin si les commandes par téléphone ont été passées la veille avant 22h00. Ticket Monster Inc. (TMON), centre commercial en ligne, a déclaré avoir mis en place un système de livraison pour les aliments frais et surgelés, prévoyant une livraison à 19h00, si la commande a été passée avant 10h00 le même jour et avant 7h00 pour les commandes passées la veille avant 17h30.

**Distribution suite****JAPON**

Le plus grand magasin Muji au monde a ouvert à Osaka. Avec ses 4 300 m<sup>2</sup>, il a cinq fois plus d'espace qu'un magasin Muji moyen, mais présente également sur la moitié de sa surface un coin restauration et alimentation offrant en particulier poissons et viandes dont les prix doivent participer à changer l'image de Muji sur le marché domestique de produits à bas prix.

**Muji se lance dans la distribution alimentaire**

Le plus grand magasin Muji au monde a ouvert à Osaka. Avec ses 4 300 m<sup>2</sup>, il a cinq fois plus d'espace qu'un magasin Muji moyen, mais présente également sur la moitié de sa surface un coin restauration et alimentation offrant en particulier poissons et viandes dont les prix doivent participer à changer l'image de Muji sur le marché domestique de produits à bas prix (papeterie, mobilier, vaisselle, textile) : bœuf noir japonais de la préfecture de Miyazaki à plus de 1 000 JPY les 100 grammes, porc Agu d'Okinawa, homard japonais, poissons à plus de 5 000 JPY, etc. D'autres sites, comme le magasin phare de Muji dans le quartier de Yurakucho à Tokyo, vendaient déjà des aliments dont des légumes, mais l'enseigne n'avait jamais mis autant en avant les produits alimentaires. Muji a décidé de consacrer un grand espace à l'alimentation pour inciter ses clients à venir plus souvent. Les achats de papeterie ou d'habillement de sa clientèle sont généralement limités à une ou deux fois par mois, alors que la présence de produits alimentaires peut l'inciter à venir plus souvent et à acheter d'autres produits. Les supermarchés et les drugstores proposent également une offre alimentaire pour des raisons comparables. Muji veut également s'appuyer sur sa réputation de sécurité et de produits de qualité, pour commercialiser des produits alimentaires à des prix légèrement plus élevés. Bien que Muji soit connu au Japon pour ses produits bon marché, il voit une opportunité d'attirer des clients plus aisés à la recherche de produits alimentaires premium. Cette stratégie s'inspire du succès de Muji en Chine, dont le bénéfice d'exploitation a battu un record en 2017 pour la cinquième année consécutive. Les consommateurs



chinois achètent des produits de Muji à des prix plus élevés parce qu'ils les considèrent comme étant de bonne marque. Ainsi, la marge opérationnelle de la société en Asie de l'Est, principalement en Chine, est de 16% contre seulement 10% pour le Japon. Muji a même ouvert un hôtel à sa marque en janvier. Face à la concurrence des prix, en particulier des détaillants en ligne, Muji veut installer sa marque. La stratégie de Muji n'est cependant pas sans risque, d'autres enseignes renforcent également leurs activités dans le secteur de l'alimentation et les sociétés Internet proposent de plus en plus des services de livraison à domicile de produits alimentaires. L'augmentation de l'espace consacré à la nourriture s'accompagne également pour Muji de nouveaux défis tels que la stabilité des chaînes d'approvisionnement et la préservation de la fraîcheur. En cas de problème, l'image de Muji en termes de sécurité et de qualité pourrait en être altérée.

## Robot

### CORÉE

Woowa Brothers, qui exploite une application mobile pour les services de livraison de produits alimentaires, a développé un robot de livraison autonome, baptisé « Dilly », équipé d'un logiciel qui l'aide à déterminer son emplacement et à détecter les obstacles. Il peut se déplacer à la même vitesse qu'une personne qui marche soit environ 4 km/h.



### Livraison robotisée de produits alimentaires

Woowa Brothers, qui exploite une application mobile pour les services de livraison de produits alimentaires, a développé un robot de livraison autonome, baptisé « Dilly », équipé d'un logiciel qui l'aide à déterminer son emplacement et à détecter les obstacles. Il peut se déplacer à la même vitesse qu'une personne qui marche soit environ 4 km/h. Le robot subira trois étapes de tests avant d'effectuer des livraisons réelles. La première étape de tests qui débutera en mai se déroulera dans une aire de restauration clause où Dilly servira des repas et collectera des plateaux. Au second semestre de 2018, pour la seconde étape, le robot sera testé sur des campus universitaires et dans des immeubles d'appartements ou de bureaux. La troisième étape qui dépendra de la réussite des deux premières doit permettre au robot d'étendre et d'externaliser sa zone de livraison dans l'attente de pouvoir le commercialiser dans deux à trois ans. Woowa Brothers n'est pas la première start-up coréenne à développer ce type de robot de livraison. L'hôpital universitaire Eulji à Daejeon a récemment commencé à utiliser un robot similaire développé par une autre start-up coréenne pour transporter des échantillons d'urine et de sang. Le robot est relié au réseau informatique de l'hôpital et peut accéder à distance aux ascenseurs du bâtiment. Des start-ups à l'étranger développent également des robots de livraison. L'un des plus connus est Starship Technologies au Royaume-Uni, qui a déjà effectué plus de 100 000 km de livraisons à partir de petits véhicules autonomes transportant des pizzas, des produits d'épicerie et du courrier. Les progrès de la livraison peuvent être surveillés en temps réel sur une application. Les compartiments de livraison ne peuvent pas être ouverts tant que le client n'a pas entré son code unique. Un autre robot appelé Yape, développé par une start-up italienne, a été testé en 2017 et s'assure du client grâce à une technologie de reconnaissance faciale.

## Robots suite

### JAPON

La société qui fabrique le robot pour les sushis, Suzumo Machinery, pense avoir un nouveau produit à succès avec le robot qui sert du riz dans les bonnes portions pour certaines variétés de plats. Il faut cinq secondes pour servir 250 grammes, et les utilisateurs peuvent enregistrer huit portions différentes jusqu'à 999 grammes. La machine maintient la consistance du riz en utilisant de petites quantités de vapeur pour

### Suzumo leader des robots servant du riz

Les restaurants de sushis à tapis roulant ne connaîtraient probablement pas la même réussite sans le « robot à boule de riz », qui produit un flux constant de petits blocs de riz compacts qui constituent la base des sushis. La société qui fabrique le robot pour les sushis, Suzumo Machinery, pense qu'il a maintenant un nouveau produit à succès avec le robot qui sert du riz dans les bonnes portions pour certaines variétés de plats comme les currys ou le gyudon (bols de riz garnis de fines tranches de bœuf). Il faut cinq secondes pour servir 250 grammes, et les utilisateurs peuvent enregistrer huit portions différentes jusqu'à 999 grammes. La machine maintient la consistance du riz en utilisant de petites quantités de vapeur pour l'imprégner d'humidité et maintient le riz chaud à l'intérieur. Introduit en 2016, ce serveur robotique GST-HMA s'est imposé auprès



l'imprégner d'humidité et maintient le riz chaud à l'intérieur. Ce serveur robotique GST-HMA s'est imposé auprès des chaînes de restaurants « familiaux ». Les ventes du robot ont augmenté en raison de sa capacité à servir des portions prédéterminées de riz avec plus de rapidité et de précision qu'un employé, aidant l'industrie de la restauration à faire face à une pénurie de main-d'œuvre.

des chaînes de restaurants « familiaux ». Les ventes du robot ont augmenté en raison de sa capacité à servir des portions prédéterminées de riz avec plus de rapidité et de précision qu'un employé, aidant l'industrie de la restauration à faire face à une pénurie de main-d'œuvre. Yoshinoya Holdings, qui exploite la chaîne de restaurants Yoshinoya, possède la machine dans 90% de ses restaurants. Suzumo entretient de solides relations d'affaires avec l'industrie de la restauration et espère maintenant que son robot va séduire les hôtels et les maisons de retraite. Le robot est vendu au prix de 1,28 M de JPY (11 980 USD). Suzumo contrôle au moins 90% du marché des robots servant le riz et ses ventes en 2016 ont bondi de 150%. Les ventes de Suzumo ont également été soutenues par la demande de plats cuisinés, maintenant les marges d'exploitation à environ 15%. Il prévoit un chiffre d'affaires consolidé de 9,6 Md de JPY en 2017, en hausse de 2% par rapport à 2016.

## Chocolat

### JAPON

Meiji a fourni aux producteurs mexicains 10 000 plants de cacao blanc. Meiji a commencé la production de cacao blanc pour fabriquer du chocolat haut de gamme.

### Les bienfaits sur le cerveau ne sont finalement pas prouvés

Une étude publiée l'année dernière, parrainée par le gouvernement et le confiseur Meiji, était censée démontrer que manger du chocolat riche en cacao pendant quatre semaines pouvait rajeunir le cortex cérébral. Meiji s'était largement appuyé sur cette étude pour faire la publicité de ses chocolats. Cette étude sur le chocolat faisait partie du programme Impulse Paradigm Change through Disruptive Technologies, ou ImPACT, initiative gouvernementale visant à encourager l'innovation. Le gouvernement japonais versera 55 Md de JPY (515 M d'USD) en 2018 pour 16 projets retenus. L'équipe de recherche était dirigée par M. Yoshinori YAMAKAWA, de l'institut de conseil en gestion des données NTT, qui fait partie de NTT Data. Depuis, en l'absence de données comparatives entre les personnes mangeant du chocolat et celles n'en mangeant pas (les résultats étant basés uniquement sur celles mangeant du chocolat), des questions ont été soulevées quant à la fiabilité de l'étude et des recherches menées, ce qui a conduit début mars le gouvernement à considérer que l'étude manquait de preuves suffisantes. M. Norihiro SADATO, professeur de neurosciences membre de l'équipe qui a vérifié l'étude, a indiqué qu'il existe des différences de perception « généralement importantes » entre la communauté scientifique et le secteur de l'industrie. M. Fumiyasu KOMAKI, professeur en sciences statistiques à l'Université de Tokyo qui participait également à l'équipe de vérification, a déclaré que les résultats pouvaient induire le public en erreur si les données n'étaient pas étayées par des preuves scientifiques. M. YAMAKAWA qui avait conduit les recherches a finalement déclaré qu'il se sentait responsable de cette étude insuffisante. Le gouvernement prévoit de faire refaire l'étude, cette fois en incluant des sujets qui ne mangent pas de chocolat.

## Agenda à venir

**JAPON – 9 au 15 avril**

Semaine Bonjour France

**JAPON – 20 avril (9h00)**

Club Agro à l'Ambassade de France à Tokyo (Atrium)

**CORÉE – 25 avril**

Groupe de travail franco-coréen sur l'agriculture à Séoul

Copyright : Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse du Service Économique Régional de Tokyo (adresser les demandes à [sabine.hofferer@dgtrésor.gouv.fr](mailto:sabine.hofferer@dgtrésor.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.

Auteurs : Sabine HOFFERER, Régis RAFFIN - SER à Tokyo

Rédigé par : Sabine HOFFERER, Régis RAFFIN et Hanaé SOEJIMA en collaboration avec le SE de Séoul

Revu par : Pierre MOURLEVAT, Chef du SER

Version du 02/04/2018

Version originelle