TRÉSOR
DIRECTION GÉNÉRALE
Publications des Services économiques

LETTRE ÉCONOMIQUE JAPON – CORÉE N ° 27 ©DG TRÉSOR – FEVRIER 2018

ÉCHOS AGRO

Brèves agricoles JAPON - CORÉE

N°27 – Février 2018

Nabemono 鍋物

Au Japon, se rassembler autour d'un nabe bien fumant permet de surmonter les rudes hivers.. La marmite mijote, sur la table et les convives se servent avec leurs baguettes, en posant les ingrédients cuits dans de petits bols individuels, et en ajoutant sauces et condiments. Si chaque région à son style, le nabe tient une place particulière dans le cœur de tous les Japonais, et ce depuis des temps immémoriaux car il permet de partager la nourriture et un bon moment en famille ou entre amis.

Editorial – 2017 Beau millésime export

Tirer par nos exportations de vins et alcools (+6,6%), principal poste (près de 47% de nos exportations), les exportations françaises au Japon de produits agricoles et agroalimentaires, premier poste d'exportations avec 1,19 MDS d'EUR, ont progressé de 3,5%. Les autres principaux postes progressent en particulier les produits laitiers et les viandes de boucherie à l'exception des eaux minérales et des aliments pour animaux de compagnie. En Corée, nos exportations de vins et d'alcools connaissent également une belle progression de 7,8%, même si le poste pèse moins qu'au Japon. Sur les autres principaux postes, les progressions sont également significatives. A noter dans les deux pays une forte progression du poste Pains et Viennoiseries de +94,5% au Japon (26,9 M d'EUR) et de +60,3% en Corée (7,8 M d'EUR).

(en milliers d'EUR)	***2016***	***2017***	*%*
JAPON			
Vins et alcools	*523 741*	*558 176*	*+6,6*
Produits laitiers	*64 379*	*74 466*	*+15,7*
Viandes de boucherie	*64 837*	*69 188*	*+6,7*
Eaux minérales	*83 269*	*63 765*	*-23,4%*
Aliments animaux compagnie	*62 972*	*58 348*	*-7,3%*
Chocolats	*43 351*	*49 457*	*+14,1*
COREE			
Vins et alcools	*83 518*	*90 050*	*+7,8*
Produits laitiers	*59 574*	*65 790*	*+10,4*
Viandes de boucherie	*28 567*	*30 508*	*+6,8*
Aliments animaux compagnie	*19 529*	*25 085*	*+28,4*
Glaces et sorbets	*15 014*	*17 124*	*+14,1*
Chocolats	*16 389*	*16 463*	*+0,4*

Sommaire

- Première partie – Politique agricole :
  - COREE – Les retraites agricoles versées en 2017 ont augmenté de 29%
  - COREE – Fond de capital risque de plus de 35 M d'EUR pour l'agriculture
  - JAPON – Riziculture, coopération avec le reste de l'Asie
  - COREE – La Corée intègre la convention sur l'aide alimentaire
  - COREE – Taux d'autosuffisance en produits laitiers inférieur à 50%
- Deuxième partie – Politique commerciale :
  - JAPON – Hausse de 7,6% des exportations agricoles
  - JAPON – Exportations de saké en hausse de 19%
  - JAPON - COREE – Importations de produits de la mer en hausse
  - JAPON - COREE – Importations de vins en hausse
  - JAPON – 13,5 Md de JPY d'exportations de plants
- Troisième partie – Politique alimentaire et sanitaire :
  - JAPON - COREE – La Corée fait appel de la décision de l'OMC
  - JAPON – Les produits à faible teneur en sel se développent
  - JAPON – La fréquence de consommation d'alcool à domicile augmente
- Quatrième partie – Activité sectorielle et agenda :
  - JAPON – Premier séminaire de dégustation des vins de Savoie
  - JAPON – Kikkoman et Suntory investissent dans leurs vignobles
  - JAPON – COREE – Résultats et investissements des entreprises

Politique agricole

Politique

CORÉE

Le Ministre de l'Agriculture et des Affaires rurales (MAFRA), KIM Yung-rok, membre du Parti pour la Démocratie, a démissionné de ses fonctions, le 14 mars, pour se consacrer à sa candidature au poste de Gouverneur de la province du Jeolla du sud dans le cadre des élections qui auront lieu le 13 juin prochain.

Retraite

CORÉE

Le total des retraites versées en 2017 a augmenté de 29% à 67,3 Md de KRW (47,1 M d'EUR). Le ministère coréen en charge de l'agriculture a signalé que le système de retraite des agriculteurs a bénéficié en 2017 de 1 848 souscriptions supplémentaires, soit une hausse de 17,2% par rapport à l'année 2016.

Capital risque

CORÉE

Le ministère en charge de l'agriculture a annoncé qu'il créait un fonds de capital risque d'une valeur de 50,5 Md de KRW (35,4 M d'EUR) consacré aux jeunes entreprises agricoles et agroalimentaires ayant un fort potentiel de croissance pour les aider à surmonter les difficultés des premières années de développement.

Riziculture

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.

Démission du ministre de l'agriculture

Le Ministre de l'Agriculture et des Affaires rurales (MAFRA), M. KIM Yung-rok, membre du Parti pour la Démocratie, a démissionné de ses fonctions, le 14 mars, pour se consacrer à sa candidature au poste de Gouverneur de la province du Jeolla du sud dans le cadre des élections qui auront lieu le 13 juin prochain. Cette décision intervient huit mois seulement après sa nomination à la tête du MAFRA et dans le contexte tendu de la renégociation de l'accord de libre-échange entre les USA et la Corée (KORUS) dont la troisième réunion se tient cette semaine à Washington. M. KIM Yung-rok a par le passé occupé des fonctions au niveau municipal dans cette province avant d'être élu député à l'Assemblée nationale coréenne il y a 10 ans.

Le total des retraites versées en 2017 a augmenté de 29%

Le total des retraites versées en 2017 a augmenté de 29% à 67,3 Md de KRW (47,1 M d'EUR). Le ministère coréen en charge de l'agriculture a signalé que le système de retraite des agriculteurs a bénéficié en 2017 de 1 848 souscriptions supplémentaires, soit une hausse de 17,2% par rapport à l'année 2016. Cette hausse est la plus importante depuis que le système a été introduit en 2011. L'objectif du ministère est d'atteindre les 50 000 bénéficiaires d'ici 2025. Les personnes âgées de 65 ans et plus qui exercent dans le secteur agricole depuis plus de cinq ans peuvent présenter une demande. Le système de retraite leur permet d'utiliser leur terrain comme garantie pour recevoir des paiements mensuels de la part de la Korea Rural Community Corp. Les bénéficiaires d'une pension peuvent continuer à cultiver la terre ou la louer. Les pensions peuvent être transmises aux conjoints et aux enfants. Le système vise à améliorer les moyens de subsistance d'agriculteurs coréens de plus en plus âgés.

Fonds de 35,4 M d'EUR pour l'agriculture

Le ministère en charge de l'agriculture a annoncé qu'il créait un fonds de capital risque d'une valeur de 50,5 Md de KRW (35,4 M d'EUR) consacré aux jeunes entreprises agricoles et agroalimentaires ayant un fort potentiel de croissance pour les aider à surmonter les difficultés des premières années de développement. Le gouvernement apportera 30 Md de KRW et le secteur privé 20,5 Md. Le fond consacrera 20% de ses investissements aux startups dirigées par des entrepreneurs de moins de 39 ans et privilégiera les entreprises créées il y a moins de 5 ans. Ce soutien financier fait partie d'un plan du gouvernement visant à faciliter l'entrée des jeunes dans le secteur agricole et agroalimentaire afin de relever les défis démographiques qui compromettent la viabilité à long terme du secteur. Seuls 11 000 agriculteurs, soit 1,1%, avaient moins de 40 ans en 2017, taux qui devrait être de 0,4% en 2025 si la tendance actuelle se poursuit. Selon la Banque mondiale, le secteur agricole ne représentait plus que 2,2% du produit intérieur brut du pays en 2016.

Coopération avec le reste de l'Asie

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. Ainsi à la fin de l'année 2017, Ofukuro Tei, un restaurant japonais à Hanoi, a commencé à vendre du riz cultivé au Vietnam, mais développé par le producteur de riz japonais Ajichi Farm basé dans la préfecture de Fukui. Trois variétés de riz (Akisakari, Koshihikari et Hanaechizen) sont vendues environ 500 JPY (4 EUR)

les 2 kg, soit moins de la moitié du prix du riz japonais importé au Vietnam pour lequel les coûts de transport et les droits de douane sont élevés. En outre, les quarantaines ont rendu difficile l'exportation de riz vers certains pays. Ajichi, Farm, a commencé les cultures d'essai au printemps dernier sur une surface de 1,5 hectare, surface qui est passée au cours de l'été à 10 hectares dans la province de Nam Dinh, à environ 100 km au sud-est de Hanoi, avant que soit créée à l'automne une joint-venture, Inakaya, avec une société agricole vietnamienne. Deux campagnes, février-juin et juillet-novembre, permettent une double récolte. Inakaya utilise les installations d'un partenaire local pour sécher et polir le riz. M. Takenori ITO, PDG d'Ajichi Farm, s'est rendu au Vietnam presque tous les mois pour s'assurer d'une gestion stricte des sols et que les techniques japonaises de culture étaient bien mises en œuvre. Des responsables vietnamiens ont également été formés sur les rizières de Fukui. Ajichi Farm a dû faire face à un certain nombre de problèmes, les grains de riz ne se développant pas correctement, en raison des différences climatiques entre le Japon et le Vietnam. Ce problème ne s'est cependant pas révélé trop contraignant. L'exploitation a un objectif de production annuelle de 10 000 tonnes pour des ventes de 2 Md de JPY (16 M d'EUR). Dans un complexe agricole près de Manille aux Philippines, Biotech Japan de la préfecture de Niigata, produit un riz à faible teneur en protéines appelé Echigo pour les personnes atteintes de maladies rénales. Le riz a une teneur en protéines inférieure de 10% à celle du riz ordinaire. Le PDG M. Kiyosada EGAWA a déménagé aux Philippines pour superviser le projet. Forica Foods, basée à Niigata, prévoit de s'associer à une entreprise locale en Thaïlande en avril pour lancer également la production de riz à faible teneur en protéines. En août, Alpha Food, basée dans la préfecture de Shimane, a commencé une étude de marché en Inde pour explorer la possibilité d'entrer sur le marché avec des produits inspirés du plat de riz sauté indien Biryani. Les nouveaux produits sont fabriqués en utilisant du riz alpha déshydraté. Le projet est soutenu par l'Agence japonaise de coopération internationale. Ask, un grossiste de Yamagata spécialisé dans le commerce du riz a contracté avec des riziculteurs indiens pour cultiver du riz japonais. Yamazaki Rice, de la préfecture de Saitama près de Tokyo, envisage un partenariat avec une société agricole en Chine pour lancer la production de masse dans ce pays dès cette année. Tous ces projets visant à développer à l'étranger la production de variétés japonaises de riz pourraient cependant comporter certains risques selon M. Kazuhito YAMASHITA, directeur de recherche au sein du groupe de réflexion japonais Canon Institute for Global Studies qui met en garde contre les difficultés de la production à l'étranger et les risques sur la qualité qui pourraient nuire aux marques de riz japonais.

Aide alimentaire

CORÉE

La demande coréenne d'intégrer la Convention sur l'aide alimentaire (FAC), organisme international d'aide alimentaire, a été approuvée par les pays membres.

La Corée intègre la Convention sur l'aide alimentaire

La demande coréenne d'intégrer la Convention sur l'aide alimentaire (FAC), organisme international d'aide alimentaire, a été approuvée par les pays membres. La FAC est une convention regroupant 14 pays visant à promouvoir la sécurité alimentaire mondiale et à fournir une assistance alimentaire humanitaire aux pays en développement. Les membres comprennent entre autres pays les Etats-Unis d'Amérique, l'Union européenne, le Canada, le Japon et l'Australie. Au cours de la première année, le gouvernement coréen a annoncé qu'il enverrait environ 50 000 tonnes de riz d'un montant de 46 Md de KRW (32 M d'EUR) aux pays en développement pour aider les populations dans le besoin et stabiliser l'approvisionnement local en riz. La Corée disposait de 300 000 tonnes de riz excédentaires en 2016, les 4,2 millions de tonnes de céréales produites dépassant les 3,9 millions de tonnes consommées sur le marché intérieur.

Produits laitiers

CORÉE

L'autosuffisance coréenne en matière de produits laitiers devrait passer pour la première fois en 2017 sous la barre des 50% (48,9%). Sur les 11 premiers mois de l'année, la Corée a produit 1,88 million de tonnes de produits laitiers et importé 1,97 million de tonnes.

Le taux d'autosuffisance sous la barre des 50%

L'autosuffisance coréenne en matière de produits laitiers devrait passer pour la première fois en 2017 sous la barre des 50% (48,9%). Sur les 11 premiers mois de l'année, la Corée a produit 1,88 million de tonnes de produits laitiers et importé 1,97 million de tonnes. Au début des années 90, la production coréenne couvrait plus de 90% de la demande, le taux d'autosuffisance s'est progressivement dégradé tombant à 68,8% en 2009, à 59,9% en 2012 avant de chuter à 51,7% en 2016. Les responsables de l'industrie agroalimentaire coréenne constatent que la consommation de lait diminue (en partie à cause de la baisse de la natalité), tandis que les consommateurs dont l'alimentation s'occidentalise achètent plus de fromages, de beurre, de crème et d'autres produits laitiers importés.

Thon rouge

JAPON

Le Japon s'approche de son quota de 3 424 tonnes pour la saison de pêche en cours, qui s'étend de juillet 2017 à juin 2018. Alors qu'il reste quatre mois avant la fin de la saison, 3 341 tonnes ont été capturées à la mi-février, soit 98% du quota.

Le Japon devrait dépasser son quota de captures

Il semble que pour la deuxième année consécutive, le Japon dépassera son quota de captures dans l'océan Pacifique de petits thons rouges. Le Japon s'approche de son quota de 3 424 tonnes pour la saison de pêche en cours, qui s'étend de juillet 2017 à juin 2018. Alors qu'il reste quatre mois avant la fin de la saison, 3 341 tonnes ont été capturées à la mi-février, soit 98% du quota. L'Agence japonaise des pêches a demandé aux pêcheurs côtiers de s'abstenir d'attraper jusqu'au mois de juin des thons rouges pesant moins de 30 kilogrammes. L'Agence a exprimé un sentiment d'urgence en soulignant que le quota du Japon pourrait être réduit en cas de manquement. Au cours de la saison précédente, le Japon avait déjà dépassé de plus de 300 tonnes son quota de 4 007 tonnes, dépassement qui avait été soustrait de son quota pour la saison en cours. Le stock de thon rouge du Pacifique était estimé à 160 000 tonnes en 1961, mais la surexploitation par le Japon et d'autres pays a considérablement réduit ce chiffre le ramenant à 17 000 tonnes en 2014. Le Japon, le plus grand consommateur de thon rouge au monde, a contribué à l'introduction de quotas de capture au niveau international, en 2015 pour les jeunes thons et en 2017 pour les poissons adultes. Le quota du Japon pour les poissons adultes et les jeunes poissons représente 60% du total. Les autorités japonaises partagent ensuite le quota entre les différentes préfectures ayant une activité de pêche. Une coopérative de pêche à Hokkaido a capturé 356 tonnes en seulement cinq jours l'automne dernier, dépassant de 200 tonnes le quota annuel de 112 tonnes de la préfecture. La coopérative a déclaré qu'elle ne s'attendait pas à attraper du thon rouge pendant cette période, la pêche au filet fixe pour le saumon et la sériole ne faisant cependant aucune distinction entre les poissons. Dans la préfecture d'Iwate, 101 tonnes de thon rouge ont été capturées pendant une semaine de pêche au saumon à filet fixe, dépassant de 30 tonnes le quota annuel de 67 tonnes de la préfecture. Ces problèmes de surpêche se multiplient, le Japon comptant en plus de nombreux petits exploitants, il est difficile pour l'agence de d'assurer une bonne surveillance. Comme l'Appel à la modération de l'agence n'est pas juridiquement contraignant, le quota devrait être dépassé dès le mois de mars. Le Japon prend un risque en ne respectant pas ses engagements internationaux pour la deuxième année consécutive. Aussi, l'agence japonaise a l'intention d'introduire de nouvelles règles en juillet de cette année prévoyant des amendes ou des peines d'emprisonnement.

Produits de la mer

CORÉE

La production de produits de la mer s'est ainsi élevée à 3,74 millions de tonnes en

Hausse de 14,5% de la production

La production coréenne de produits de la mer a fortement augmenté l'année dernière en raison principalement de la forte demande et de la hausse de la production d'algues de mer. La production de produits de la mer s'est ainsi élevée à 3,74 millions de tonnes en 2017 en hausse de 14,5%, par rapport à

2017 en hausse de 14,5%, par rapport à 2016.

Pêche

CORÉE

La Corée a reçu un quota de pêche de 7 385 tonnes de chinchard dans le Pacifique Sud, soit une augmentation de 17% par rapport à l'année dernière.

Pêche *suite*

CORÉE

Le gouvernement sud-coréen va mettre en place d'ici 2020 un réseau de communication et de surveillance maritime qui suivra les bateaux de pêche coréens.

Drones

JAPON

Le nombre de drones enregistrés a atteint 673 au début de l'année, nombre multiplié par trois depuis mars 2017. Les drones agricoles sont commercialisés pour un prix d'environ 2 M de JPY, beaucoup plus abordable que les hélicoptères sans pilote conventionnels.

Faune sauvage

JAPON

Le ministère japonais en charge de l'agriculture redouble d'efforts pour réduire les dégâts causés aux cultures par la surpopulation d'animaux de la

2016. En valeur, la production halieutique du pays a atteint en 2017 les 8 610 Md de KRW (6 Md d'EUR), soit une progression de 15,2% par rapport à 2016.

Quota de chinchard en hausse de 17%

La Corée a reçu un quota de pêche de 7 385 tonnes de chinchard dans le Pacifique Sud, soit une augmentation de 17% par rapport à 2016. Le quota a été fixé lors de la sixième conférence de l'Organisation régionale de gestion des pêches du Pacifique Sud (SPRFMO) qui s'est tenue à Lima. L'organisation a accordé un quota en hausse accru car les ressources ont progressé. La Corée capture environ 6 000 tonnes de poissons par an dans la région.

Réseau de communication et de surveillance maritime

Le gouvernement sud-coréen va mettre en place d'ici 2020 un réseau de communication et de surveillance maritime qui suivra les bateaux de pêche coréens. Le réseau assurera le suivi d'un bateau de pêche jusqu'à 1 500 kilomètres de distance, le système sera également mis en place pour vérifier si un bateau opère dans des eaux autorisées. Cette décision intervient après qu'un bateau de pêche sud-coréen ait été arraisonné en octobre dernier par la Corée du Nord dans les eaux sous son contrôle. Une série d'enquêtes avait montré que l'équipage sud-coréen avait délibérément pénétré dans les eaux nord-coréennes pour pêcher.

673 drones enregistrés début 2017

Au Japon, il est nécessaire d'enregistrer les hélicoptères sans pilote pour pulvériser les pesticides, les engrais et les semences. L'enregistrement est devenu également obligatoire pour les drones agricoles en 2015. Le nombre de drones enregistrés a atteint 673 au début de l'année, nombre multiplié par trois depuis mars 2017. Les drones agricoles sont commercialisés pour un prix d'environ 2 M de JPY (16 000 EUR), beaucoup plus abordable que les hélicoptères sans pilote conventionnels. De plus, contrairement aux hélicoptères agricoles sans pilote, les drones peuvent effectuer des manœuvres brusques et ne génèrent pas de vents forts pouvant endommager certaines cultures. Les avantages des drones sont multiples et leurs usages de plus en plus nombreux. Ainsi, les drones qui pulvérisent des pesticides ont un réservoir de 8 litres à 10 litres. Un hectare de rizière nécessite environ 10 litres de pesticides. Alors qu'il faut habituellement plusieurs heures à un riziculteur pour terminer de pulvériser une superficie d'un hectare, un drone peut effectuer la même tâche en une dizaine de minutes environ. Des caméras vidéo montées sur des drones peuvent également permettre de vérifier la croissance des cultures. Les agriculteurs peuvent alors modifier les quantités d'engrais ou effectuer d'autres ajustements afin d'améliorer la qualité de leurs cultures ou renforcer les rendements. Les chercheurs tentent également d'établir une méthode pour utiliser efficacement les drones afin de réduire les dommages causés par la faune sauvage. Les drones peuvent voler la nuit lorsque les cerfs et les sangliers sont actifs, capturant des images avec des caméras spéciales. Une autre utilisation consiste à utiliser des drones pour examiner les dommages causés aux canaux d'irrigation et autres installations agricoles par des catastrophes naturelles (typhons, tremblements de terre, etc.).

Pertes économiques estimées à 17,2 Md de JPY

Le ministère japonais en charge de l'agriculture redouble d'efforts pour réduire les dégâts causés aux cultures par la surpopulation d'animaux de la faune sauvage. Les pertes économiques causées étaient estimées à 17,2 Md de JPY (137,6 M d'EUR) en 2016, en baisse de 3%. Les dégâts causés par les cerfs et les sangliers représentaient près de la moitié des pertes totales. Les dommages

faune sauvage. Les pertes économiques causées étaient estimées à 17,2 Md de JPY en 2016, en baisse de 3%.

diminuent depuis 2010, ils se montaient alors à 23,9 Md de JPY, mais le niveau restant élevé, le ministère s'est fixé comme objectif de réduire de moitié le nombre de cerfs et de sangliers d'ici 2023 en encourageant la chasse et la vente de viande de gibier sauvage, tout en développant des programmes de soutien qui couvrent les coûts d'installation de clôtures pour protéger les cultures.

Politique commerciale

Exportations

JAPON

Les exportations de produits agricoles et agroalimentaires japonais ont augmenté de 7,6% par rapport à 2016 à 807,3 Md de JPY, établissant un record pour la cinquième année consécutive.

Hausse de 7,6%

Les exportations de produits agricoles et agroalimentaires japonais ont augmenté de 7,6% par rapport à 2016 à 807,3 Md de JPY (6,5 Md d'EUR), établissant un record pour la cinquième année consécutive. Elles ont franchi pour la première fois la barre des 800 Md de JPY. La viande bovine et le thé vert ont tiré l'ensemble des exportations vers le haut. Les exportations de viande bovine ont progressé de 41,4% à 19,2 Md de JPY, celles de thé vert de 24,3% à 14,4 Md et celles de saké de 19,9% à 18,7 Md. Les exportations de riz sont en hausse de 18,1%, mais les volumes livrés restent faibles. Par contre, les exportations de coquilles Saint-Jacques, le principal produit d'exportation, ont chuté de 17,7% à 55,7 Md. Les exportations de pommes ont également baissé de 17,7% à 10,9 Md. Les exportations de produits agroalimentaires continuent de progresser, mais le taux de croissance ralentit. Il a été inférieur à 10% sur deux années consécutives, alors qu'il se situait auparavant entre 10% et 20%. Au rythme actuel, l'objectif gouvernemental de porter les exportations agroalimentaires du Japon à 1000 Md de JPY en 2019 semble difficile à atteindre. Hong Kong a été le premier importateur avec 187,7 Md de JPY (+1,3%). Les Etats-Unis d'Amérique arrivent en 2ème position avec 111,5 Md de JPY (+6,8%). La Chine complète le trio de tête avec 100,8 Md (+12,2%), suivie de Taiwan à 83,8 Md (-10% en raison de la pénurie de grosses pommes, fruits très prisés des Taiwanais). L'Asie a absorbé plus de 70% de l'ensemble des exportations japonaises.

Saké

JAPON

Les exportations de saké ont augmenté de 19% en 2017 par rapport à 2016 pour atteindre les 23,5 millions de litres.

Exportations en hausse de près de 20%

Les exportations de saké ont augmenté de 19,9% en 2017 par rapport à 2016 pour atteindre les 23,5 millions de litres et les 18,7 Md de JPY (149,6 M d'EUR). Les exportations de saké connaissent une tendance à la hausse depuis 2006, lorsque les exportations ont dépassé les 10 millions de litres. L'année dernière, le volume avait franchi pour la première fois la barre des 20 millions de litres. Les exportations de saké via le port de Kobe - qui est entouré d'un certain nombre de prestigieux producteurs de saké - représentent environ la moitié (49,7%) du total des exportations favorisant les producteurs du Kansai tels que Nadagogo dans la préfecture de Hyogo et Fushimi dans la préfecture de Kyoto. Les principaux pays importateurs sont les Etats-Unis d'Amérique, qui représentent 25% du total, suivis par la Corée, la Chine et Taïwan. La hausse des exportations traduit la popularité croissante de la cuisine japonaise mais également la forte réduction de la consommation intérieure qui oblige les producteurs à trouver d'autres débouchés en faisant des efforts pour répondre à la demande étrangère. Le marché européen est ainsi devenu un objectif. Depuis l'été 2017, la société Gekkeikan Sake Co. de Kyoto a commencé à vendre certains sakés exclusivement à l'exportation, comme un produit parfumé appelé « Taruzake », conçu pour les consommateurs européens. Kiku-Masamune Sake Brewing Co. basée à Kobe commencera à expédier un nouveau produit « Hyaku Moku » (première nouvelle marque de l'entreprise en 130 ans) en Europe au plus tard cet automne.

Produits de la mer

CORÉE

Les importations coréennes de produits de la mer ont augmenté de 10,5% en 2017 par rapport à 2016 en raison de la consommation croissante de crevettes et de saumons importés.

Hausse de plus de 10% des importations

Les importations coréennes de produits de la mer ont augmenté de 10,5% en 2017 par rapport à 2016 en raison de la consommation croissante de crevettes et de saumons importés. La Corée a importé pour 5,14 Md d'USD de produits de la mer, pour un volume total de 1,48 million de tonnes. Les importations de crevettes ont progressé de 17,3%, car les différents types de produits frais et surgelés sont de plus en plus populaires dans les restaurants et dans divers produits alimentaires transformés. Les importations de saumon ont augmenté de 15,2%. Les importations de calmars ont également fortement progressé de 33,5%, les prises domestiques ayant diminué en raison de la surpêche des chalutiers chinois. La Corée du Sud a importé principalement de la Norvège pour 1,2 Md d'USD, suivie de la Russie pour 864 M et du Vietnam pour 746 M.

Poissons

JAPON

Le volume des prises de lieu jaune devrait diminuer en 2017 d'environ 15%, les prises de saumon d'environ 30% et les prises de calmars de 20%. Aussi, après des prises domestiques historiquement basses, les supermarchés et autres détaillants japonais se tournent de plus en plus vers les poissons importés, principalement du poisson chat Basa importé du Vietnam et du saumon importé de Norvège.

Importations en hausse pour palier à la baisse des prises

Le volume des prises de lieu jaune devrait diminuer en 2017 d'environ 15% par rapport à 2016 et les prises de saumon devraient totaliser environ 57 000 tonnes en baisse d'environ 30%. Les prises de calmars d'environ 30 000 tonnes, sont en baisse de l'ordre de 20%. Aussi, après des prises domestiques historiquement basses de saumon et de lieu jaune, les supermarchés et autres détaillants japonais se tournent de plus en plus vers les poissons importés, principalement du poisson chat Basa (*Pangasius*) importé du Vietnam (*ndlr. la qualité du poisson chat Basa élevé dans les eaux très polluées du delta du Mékong fait l'objet de nombreuses critiques dans l'Union européenne*) et du saumon importé de Norvège. Ainsi, le volume des importations de poisson-chat congelé a atteint environ 5 500 tonnes entre janvier et novembre 2017, soit une progression de plus de 30% par rapport à 2018. Maruha Nichiro Corp., importante entreprise de produits de la mer qui vend des filets de basa en gros aux supermarchés et autres détaillants, a augmenté d'environ 40% ses approvisionnements (environ 1000 tonnes). La stabilité des approvisionnements est considérée comme un avantage important par Aeon, principal distributeur japonais. Les importations de saumon augmentent également rapidement avec une progression de l'ordre de 20% entre 2016 et 2017. Summit Inc., qui exploite des supermarchés et autres magasins de détail principalement dans la région métropolitaine de Tokyo, a ainsi augmenté ses commandes de saumons importés, pour conserver un large assortiment de poissons sur ses rayons.

Bière

CORÉE

Le marché de la bière en Corée était depuis longtemps dominé par deux marques locales : Cass produite par Oriental Brewery et Hite par Hite Jinro. Ces marques représentent plus de 90% du marché coréen. Cependant, les tendances récentes de consommation se traduisent par une progression de la consommation de bières étrangères (220 millions de litres en 2017, soit presque trois fois plus qu'en 2012). Dans ce contexte, les brasseurs coréens cherchent de nouveaux marchés à l'étranger.

Les brasseurs coréens cherchent leur croissance en Asie

Le marché de la bière en Corée était depuis longtemps dominé par deux marques locales : Cass produite par Oriental Brewery et Hite par Hite Jinro. Ces marques représentent plus de 90% du marché coréen. Cependant, les tendances récentes de consommation se traduisent par une progression de la consommation de bières étrangères (220 millions de litres en 2017, soit presque trois fois plus qu'en 2012). Le Japon et la Chine ont été les deux premiers exportateurs de bière vers la Corée, mais des pays comme la Belgique et l'Irlande augmentent rapidement leurs exportations. Les grandes chaînes de magasins de proximité GS25, CU et 7-Eleven - qui font de la promotion agressive en offrant quatre canettes pour 10 000 KRW (7 EUR) - ont également vu les ventes de bière importée dépasser les 50% du chiffre d'affaires de leur rayon bière. La chaîne de supermarchés E-Mart a déclaré que les bières importées représentaient 51,2% de ses ventes de bière. Les distributeurs offrent des bières étrangères à des prix moins élevés que les bières locales dans le cadre d'événements promotionnels variés et réguliers. Ces promotions sont possibles en raison de taux d'imposition différents entre bières locales et étrangères. Selon la loi sur les taxes sur les alcools, les taxes sur les bières nationales sont perçues

sur le montant des prix de production complétés des coûts de commercialisation. Les taxes sur les bières importées sont basées sur les prix déclarés à l'importation qui n'incluent pas les frais de marketing. Le gouvernement a également récemment levé les restrictions sur les importateurs de bière et les brasseurs de bières artisanales. Les bières importées des Etats-Unis d'Amérique sont exemptes de droits de douane et celle de l'Union européenne le seront à compter du mois de juillet en vertu des accords de libre-échange. Dans ce contexte, les brasseurs coréens cherchent de nouveaux marchés à l'étranger. Ainsi, Oriental Brewery, existant depuis plus de 80 ans et premier brasseur coréen avec un chiffre d'affaires de 1 500 Md de KRW (1 Md d'EUR) en 2016, a fait récemment son entrée sur les marchés étrangers comme la Chine. Hite Jinro a annoncé qu'il utiliserait le Vietnam comme porte d'entrée pour sa présence en Asie du Sud-Est. La société a un objectif de 530 Md de KRW de chiffre d'affaires à l'étranger d'ici 2014 pour sa bière et son soju. La société a déjà vu ses ventes multipliées par sept à Hong Kong au cours des cinq dernières années, suite à un marketing agressif et ciblé. Les brasseurs coréens veulent ainsi prendre modèle sur les brasseurs japonais qui face à la consommation décroissante d'alcool sur leur marché intérieur ont cherché leur croissance en investissant sur les marchés extérieurs.

Bière *suite*

JAPON

Selon les estimations les volumes de livraison des sept principales marques de bières étrangères (importations et production au Japon sous licence) ont fléchi en 2017 de 0,1%.

Légère baisse des importations de bières étrangères

Selon les estimations les volumes de livraison des sept principales marques de bières étrangères (importations et production au Japon sous licence) ont fléchi en 2017 de 0,1% à environ 3 260 000 caisses (20 x 63,3 cl). Les mises sur le marché sont en baisse pour la première fois depuis 6 ans. Ces bières sont essentiellement vendues sur le secteur de la CHR (Cafés, Hôtels, Restaurants).

Marques	Importateurs	Caisses	Evolution
Heineken	Kirin	750 000	+2,9%
Budweiser	Kirin	740 000	+2,8%
Guinness	Kirin	260 000	-6,9%
Löwenbräu	Asahi	360 000	-4,7%
Bass Pale Ale	Asahi	90 000	-6,9%
Corona Extra	AB InBev Japan	580 000	+3,4%
Carlsberg	Suntory	490 000	-4,0%

Vins tranquilles

JAPON

Les importations de vins tranquilles progressent en volume de 4% et de près de 10% en valeur.

Importations en hausse de 4% en volume et 10% en valeur

Les importations de vins tranquilles progressent en volume de 4% et de près de 10% en valeur. Le Chili est le premier exportateur en volume et la France le premier exportateur en valeur mais continue de perdre des parts de marché en particulier vis-à-vis du Chili et de l'Italie.

Importations en volume

Pays	Volume en l	Évolution %	PM %
Chili	55.522.332	9,9	31,0
France	45.523.123	-0,4	25,4
Italie	33.600.864	4,7	18,7
Espagne	19.773.519	1,9	11,0
Australie	7.143.776	3,2	4,0
Etats-Unis	6.876.319	4,6	3,8
Autres	10.834.733		6,0
Total	179.274.666	4.0	100,0

Importations en valeur

Pays	Valeur en JPY	Évolution %	PM %	Prix moyen CAF
France	46.254.801	8,7	42,4	1.016
Chili	17.845.982	12,9	16,4	321
Italie	17.141.681	10,2	15,7	510
Espagne	6.031.186	9,8	5,5	305
Australie	3.283.259	7,2	3,0	460
Etats-Unis	11.631.356	11,3	10,7	1.692
Autres	6.871.309		6,3	
Total	109.059.574	9,8	100,0	608

Vins effervescents

JAPON

Dans un marché à l'importation de vins effervescents qui progresse en volume de plus de 2% et de près de 15% en valeur, la France reste leader et renforce ses parts de marché.

Importations en hausse de 2% en volume et de 15% en valeur

Les importations de vins effervescents progressent en volume de plus de 2% et de près de 15% en valeur. La France leader renforce ses parts de marché.

Importations en volume

Pays	Volume en l	Évolution %	PM %
France	13.730.293	9,5	37,8
Espagne	9.124.360	-4,2	25,1
Italie	6.770.131	0,2	18,6
Chili	2.959.649	-16,0	8,1
Australie	2.155.595	25,5	5,9
Mexique	575.613	54,9	1,6
Autres	1.055.353		2,9
Total	36.370.994	2,4	100.0

Importations en valeur

Pays	Valeur en JPY	Évolution %	PM %	Prix moyen CAF
France	49.017.273	17,5	80,5	3.570
Espagne	4.229.863	-0,8	6,9	464
Italie	4.050.169	6,3	6,7	598
Chili	1.374.660	-5,8	2,3	464
Australie	1.059.171	20,2	1,7	491
Mexique	305.437	60,4	0,5	531
Autres	845.473		1,4	
Total	60.882.046	14,7	100,0	1.674

Vin

CORÉE

La Corée a importé pour 210 M d'USD de vins en 2017 soit une hausse de 9,7% par rapport à 2016. Les ventes de vins français ont augmenté de 11,1% à 65,5 M d'USD, renforçant la position de leader sur le marché.

Importations en hausse de 9,7%

La Corée a importé pour 210 M d'USD de vins en 2017 soit une hausse de 9,7% par rapport à 2016. Le vin importé est une des boissons alcoolisées dont la croissance est la plus rapide avec une hausse à deux chiffres de 2011 à 2013, mais la croissance des ventes a ralenti de 2014 à 2016, avec la concurrence des bières importées. Les importations de vin en Corée ont progressé en 2017 à un rythme supérieur aux trois années précédentes grâce à une forte demande en vins blancs et vins pétillants mais également à des petits conditionnements ciblant le nombre croissant de ménages d'une personne. L'an dernier, les principaux distributeurs et en particulier les magasins de proximité ont en effet accéléré la commercialisation de vins à prix réduit, stimulé les ventes de vins blancs et pétillants et proposé une plus grande quantité de bouteilles plus petites que les bouteilles ordinaires de 750 millilitres. Les ventes de vins français ont augmenté de 11,1% à 65,5 M d'USD, renforçant la position de leader sur le

marché. Les vins chiliens viennent ensuite avec 40,6 M d'USD, et les vins italiens en troisième position avec 12,3 M d'USD.

ZEN-NOH

JAPON

ZEN-NOH va créer au mois de mars une filiale commerciale à Hong Kong, principal pays importateur de produits agricoles et agroalimentaires japonais, et en faire une plaque tournante pour les exportations vers les autres pays du continent asiatique.

Création d'une filiale commerciale à Hong Kong

La Fédération nationale des associations coopératives agricoles (ZEN-NOH), va créer au mois de mars une filiale commerciale à Hong Kong, principal pays importateur de produits agricoles et agroalimentaires japonais, et en faire une plaque tournante pour les exportations vers les autres pays du continent asiatique. En 2016, le Japon a exporté à Hong Kong pour 185,3 Md de JPY (1,5 Md d'EUR) de produits agricoles et alimentaires ce qui représente un quart des exportations. ZEN-NOH réalise directement 3,5 Md de JPY d'exportations sur Hong Kong et a un objectif de 5 Md. La filiale de Hong Kong s'appuiera sur les meilleures données marketing disponibles en Asie, les études de marché et de consommation des différents marchés asiatiques pour élaborer des stratégies de vente ciblant les restaurants et les supermarchés locaux.

Plantes

JAPON

Les exportations ont augmenté de 50% tirées par la popularité des bonsaïs.

13,5 Md de JPY d'exportations

Les exportations japonaises de plantes ont augmenté de 50% entre 2016 et 2017, pour atteindre les 13,5 Md de JPY (108 M d'EUR) en 2017. La croissance a été tirée par la popularité croissante des bonsaïs principalement en Chine. Les exportations de bonsaïs représentent 90% des exportations de plantes et ont augmenté de 57% à 12,6 Md de JPY. La Chine est le principal marché avec 6,3 Md de JPY en hausse de 41%. La demande pour un bonsaï appelée maki (pin bouddhiste) est en forte augmentation, car la plante selon la croyance porterait chance. Le Vietnam arrive en seconde position à 3,4 Md de JPY et une croissance de 250%. Les exportations de fleurs coupées, fraîches et séchées, ont progressé de 20% à 862,5 M de JPY. Les deux principaux marchés d'exportation de fleurs coupées japonaises étaient Hong Kong avec 316 M de JPY (+8%) et les Etats-Unis d'Amérique avec 251 M (+32%).

Riz

JAPON

Les petits conditionnements se développent

Jugés trop chers et trop lourds, les consommateurs délaissent les traditionnels sacs de riz de 5kg au profit de riz vendu sous des conditionnements plus petits (même sous forme de bouteilles plastiques) ou vendu directement au poids. En parallèle, de grandes régions productrices de riz s'activent à développer de nouvelles marques, comme le « Shinnosuke » de la préfecture de Niigata, ou le « Konjiki no kaze » de la préfecture d'Iwate, qui sont mis sur le marché sous de petits conditionnements, et donc à des prix plus abordables. Ainsi, selon la grande société Kitoku Shinryô, spécialisée dans la vente en gros de riz, les sacs de 2 kg ont vu leur commercialisation augmenter de 30 % par rapport il y a 5 ans.

Politique alimentaire et sanitaire

Fukushima

CORÉE - JAPON

L'OMC considère que l'interdiction coréenne est une mesure « discriminatoire injustifiable », recommande le prélèvement sur 28 espèces de poisson et demande à la Corée de se mettre en conformité avec les règles de l'OMC. Le gouvernement japonais avait salué la décision et

La Corée fait appel de la décision de l'OMC

Suite à la catastrophe nucléaire Fukushima Daiichi en mars 2011, la Corée avait partiellement interdit les importations de produits de la pêche de huit préfectures japonaises en raison des craintes de contamination radioactive. En septembre 2013, Séoul avait étendu ses restrictions et renforcé sa réglementation en matière d'importation exigeant également des certificats d'inspection pour les produits alimentaires du Japon si de petites quantités de césium radioactif ou d'iode étaient détectées. En décembre 2016, 21 pays avaient levé les restrictions à l'importation du Japon, tandis que 10 pays, dont la Chine, les Etats-Unis

demandé à la Corée de corriger rapidement les mesures jugées comme n'étant pas conformes aux règles de l'OMC. Le gouvernement coréen a cependant récemment déclaré dans un communiqué qu'il allait maintenir sa réglementation sur les importations de produits de la mer japonais et faire appel de la décision de l'OMC, son appel visant à protéger la santé et la sécurité des consommateurs coréens.

d'Amérique et Hong Kong maintenaient des interdictions d'importation. Entre temps, le Japon avait estimé que les mesures de la Corée étaient plus strictes que les autres et décidait de porter le différend devant l'Organisation mondiale du commerce (OMC) en août 2015, affirmant que l'interdiction n'était pas fondée sur des arguments scientifiques. Plus de deux ans après le dépôt de la plainte, le Comité de règlement des différends de l'OMC avait informé en octobre dernier le Japon et la Corée de ses conclusions. Les officiels japonais et coréens avaient déclaré à l'époque que le résultat était favorable au Japon. L'OMC considère que l'interdiction coréenne est une mesure « discriminatoire injustifiable », recommande le prélèvement sur 28 espèces de poisson et demande à la Corée de se mettre en conformité avec les règles de l'OMC. Le gouvernement japonais avait salué la décision et demandé à la Corée de corriger rapidement les mesures jugées comme n'étant pas conformes aux règles de l'OMC. Le gouvernement coréen a cependant récemment déclaré dans un communiqué qu'il allait maintenir sa réglementation sur les importations de produits de la mer japonais et faire appel de la décision de l'OMC, son appel visant à protéger la santé et la sécurité des consommateurs coréens. Le ministre japonais en charge de l'agriculture, M. Ken SAITO, a déclaré que cet appel était regrettable, exhortant la Corée à se conformer à la décision de l'OMC. Le gouvernement japonais espère pouvoir utiliser cette décision pour obtenir la levée des interdictions dans certains pays. La Chine interdit également les produits de la mer et autres produits agricoles de Fukushima et de neuf autres préfectures, y compris Tokyo et exige un certificat sur les aliments provenant du reste du Japon. Les deux gouvernements ont récemment mis en place un comité pour discuter de la possibilité d'assouplir les interdictions. Taïwan, Hong Kong, Macao et plusieurs autres pays tels que Singapour, la Russie et les Philippines interdisent également les produits de la mer et d'autres produits agricoles de Fukushima et des préfectures environnantes. Cependant, ils autorisent les importations en provenance des autres préfectures du Japon accompagné d'un certificat sanitaire. Taiwan a accepté de commencer à assouplir ses restrictions au plus tard cette année. Les Etats-Unis d'Amérique n'imposent pas une interdiction générale des produits de Fukushima, mais restreignent plutôt des produits agricoles spécifiques de certaines régions. Depuis l'accident, 26 pays ont levé des interdictions sur les importations de la préfecture de Fukushima et des préfectures environnantes.

Volailles

CORÉE

Les entreprises agroalimentaires coréennes ont reçu l'accord des autorités chinoises pour reprendre les exportations de « samgyetang ».

Reprise des exportations de « samgyetang » vers la Chine

Les entreprises agroalimentaires coréennes ont reçu l'accord des autorités chinoises pour reprendre les exportations de « samgyetang », soupe traditionnelle au poulet accompagné de ginseng, de riz gluant et d'ail. Les autorités chinoises considèrent que les problèmes sanitaires sont résolus à partir du moment où les entreprises coréennes ne sont pas autorisées à expédier des soupes faites avec des poulets provenant de fermes proches des zones infectées d'Influenza aviaire. La Chine applique la régionalisation à la Corée qui ne l'applique pas aux autres pays notamment aux Etats-membres de l'UE.

Poires

CORÉE

Le Canada a assoupli ses normes de quarantaine pour les importations de poires coréennes.

Le Canada assouplit ses normes de quarantaine

Après dix mois de négociations, le Canada a assoupli ses normes de quarantaine pour les importations de poires coréennes. Les autorités coréennes se sont engagées à régler les problèmes de lutte antiparasitaire soulevés considérant toutefois que la règle de ne pas avoir d'autre plantations fruitières (pêchers en particulier) à moins de 200 mètres des vergers étaient excessives. L'année dernière, la Corée du Sud a expédié 345 tonnes de poires, d'une valeur d'1 M d'USD au Canada, qui est son cinquième plus grand marché, selon le ministère.

Les Etats-Unis d'Amérique sont la première destination, représentant environ 40% des exportations coréennes de poires.

Sel

JAPON

Les entreprises agroalimentaires et les distributeurs s'efforcent de développer des produits de qualité à faible teneur en sel pour répondre à une augmentation de la demande de consommateurs japonais toujours plus soucieux de leur santé.

Les produits à faible teneur en sel se développent

Les entreprises agroalimentaires et les distributeurs s'efforcent de développer des produits de qualité à faible teneur en sel pour répondre à une augmentation de la demande de consommateurs japonais toujours plus soucieux de leur santé. Le fabricant de condiments Mizkan Holdings Co., basé dans la ville de Handa, préfecture d'Aichi, met en avant ses plats assaisonnés de vinaigre à base d'agrumes ponzu dans des publicités télévisées et d'autres médias afin de stimuler les ventes de ses principaux produits à faible teneur en sel. Remplacer la même quantité de sauce de soja par du ponzu permet de réduire la quantité de sel d'environ 40%. Yamamori Inc., basé à Kuwana dans la préfecture de Mie, va distribuer une soupe de nouilles (sōmen) avec une teneur en sel réduite de 30% par rapport aux produits normaux en utilisant plus de « dashi », fabriqué à partir de flocons de bonite. Le distributeur Uny Co., basé dans la ville d'Inazawa, dans la préfecture d'Aichi, va étendre sa gamme de produits à faible teneur en sel, y compris les « tsukemono » (légumes marinés) et les assaisonnements, à plus de 50 articles. En plus des entreprises agroalimentaires et des distributeurs, Mos Food Services Inc., l'exploitant de la franchise Mos Burger, utilise des produits dont la teneur en sel a été réduite d'environ 25%.

Alcool

JAPON

La fréquence de consommation d'alcool à domicile augmente au Japon. Le transfert de la consommation d'alcool vers le domicile s'explique notamment par les changements qui interviennent dans le rapport au travail.

La fréquence de consommation à domicile augmente

La fréquence de consommation d'alcool à domicile augmente au Japon. Cette tendance a été mise en évidence au terme d'une enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1000 personnes âgées de 20 à 69 ans résidant sur l'ensemble du territoire japonais. 20% des personnes interrogées déclarent « avoir eu plus souvent l'occasion de consommer de l'alcool à domicile pendant la semaine en 2017 qu'en 2016 ». Le transfert de la consommation d'alcool vers le domicile s'explique notamment par les changements qui interviennent dans le rapport au travail. Ainsi, 32% des personnes interrogées « séparent davantage travail et vie privée ». 43% des participants à l'enquête ont par ailleurs répondu négativement à la question : « Etes-vous allés boire plus souvent avec vos collègues en 2017 qu'en 2016 ? ». Mise en avant par 60% des sondés, la réponse qui arrive en tête à la question, « Quels sont les avantages d'une consommation d'alcool à domicile ? » est « Boire à la maison permet de s'enivrer à bon compte », viennent ensuite, « L'alcool se marie bien avec ce que je mange au quotidien » et « L'alcool peut-être associé à toutes sortes de mets et de cuisines », réponses citées par plus de 50% des personnes interrogées.

Hamburger

CORÉE

Le Bureau des procureurs a conclu qu'il n'y avait pas suffisamment de preuves pour étayer les accusations. Cependant trois employés d'un fournisseur de McDonald ont été inculpés pour avoir enfreint les règles de contrôle de l'hygiène et de sécurité alimentaire.

La justice coréenne ne devrait pas poursuivre McDonald's

Le Bureau des procureurs du district central de Séoul a publié le résultat de son enquête sur McDonald's suite aux plaintes de consommateurs l'an dernier, en particulier celle d'une mère affirmant que son enfant avait un diagnostic de syndrome hémolytique et urémique (SHU) après avoir mangé un hamburger dans un des restaurants de la chaîne. Le Bureau des procureurs a conclu qu'il n'y avait pas suffisamment de preuves pour étayer les accusations. Cependant trois employés d'un fournisseur de McDonald ont été inculpés pour avoir enfreint les règles de contrôle de l'hygiène et de la sécurité alimentaire. Les procureurs ont découvert d'éventuelles négligences au cours de l'enquête.

Chien

CORÉE

Au total, 1 019 cas de morsures de

Réglementation plus stricte pour éviter les morsures

Au total, 1 019 cas de morsures de chiens ont été signalés en 2016, soit plus du quadruple des 245 cas signalés en 2011. Après une série d'accidents mortels dus à des morsures de chiens, le gouvernement a mis en place une

chiens ont été signalés en 2016, soit plus du quadruple des 245 cas signalés en 2011. Après une série d'accidents mortels dus à des morsures de chiens, le gouvernement a mis en place une réglementation plus stricte pour un meilleur contrôle des animaux potentiellement dangereux.

réglementation plus stricte pour un meilleur contrôle des animaux potentiellement dangereux, mais un certain nombre de propriétaires d'animaux de compagnie ont mis en doute l'efficacité de cette réglementation qui oblige entre autres les propriétaires à utiliser dans les lieux publics une laisse et une muselière pour certaines catégories de chien. La réglementation sur la laisse entre en vigueur l'année prochaine alors qu'un délai de trois ans a été accordé pour le port obligatoire des muselières. La nouvelle réglementation n'a donc pas encore pris effet, que le gouvernement recueillant les opinions des experts et des propriétaires d'animaux de compagnie, envisage déjà des évolutions réglementaires pour permettre une approche plus souple.

Activité sectorielle

Vins de Savoie

JAPON

Le Comité Interprofessionnel des Vins de Savoie a organisé le premier séminaire-dégustation de vins de Savoie au Japon. 11 producteurs ont présenté leurs vins à Tokyo dont un grand nombre ne sont pas encore commercialisés sur le marché japonais.

Premier séminaire-dégustation

Le Comité Interprofessionnel des Vins de Savoie a organisé le premier séminaire-dégustation de vins de Savoie au Japon. 11 producteurs ont présenté leurs vins à Tokyo dont un grand nombre ne sont pas encore commercialisés sur le marché japonais. La surface viticole savoyarde est de 2 077 ha. Les vins blancs représentent 70% de la production (les températures fraiches expliquent cette prépondérance), les vins rouges 20%, les vins rosés 5% et les crémants de Savoie 5%. 23 cépages cultivés sont présents en Savoie dont certains cépages ne sont cultivés que dans cette région comme les cépages blancs « Jacquère » et « Altesse » ou les cépages rouges « Mondeuse » et « Persan ».

Vin

JAPON

La filiale de Kikkoman « Manns Wines » investira 1 Md de JPY pour accroitre de 30% à 24 hectares la surface viticole de ses domaines de Yamanashi et Nagano. Suntory Wine International a annoncé également fin février qu'il allait accroître la surface de son vignoble. En mars, le fabricant va planter 4 ha de vignes à Chuo, une commune de Yamanashi.

Kikkoman et Suntory investissent dans leurs vignobles

La filiale de Kikkoman « Manns Wines » investira 1 Md de JPY (8 M d'EUR) pour accroitre de 30% à 24 hectares la surface viticole de ses domaines de Yamanashi et Nagano. Le fabricant s'est fixé pour objectif d'augmenter de 30% en 2025 par rapport à 2016 sa production de vins issus de raisins cultivés au Japon dont celle de « Solaris », son vin haut de gamme fleuron de son domaine de Komoro dans la préfecture de Nagano. Ce vin a été servi au dîner du sommet Japon-Etats-Unis d'Amérique qui s'est tenu à Tokyo début novembre 2017 à l'occasion de la visite du Président Trump. Suntory Wine International a annoncé également fin février qu'il allait accroître la surface de son vignoble. En 2018, le fabricant table sur des ventes en hausse de 8% par rapport à 2017 Suntory produit des raisins dans plusieurs préfectures dont Yamanashi, Nagano et Yamagata. En mars, le fabricant va planter 4 ha de vignes à Chuo, une commune de Yamanashi. Il travaille par ailleurs avec des collectivités locales pour remettre en valeur des terres agricoles laissées en friche. En 2019, il va nouer un partenariat avec la ville de Date à Hokkaido pour cultiver de la vigne et renforcer sa capacité d'approvisionnement en matières premières. De nombreux vins produits au Japon et qualifié de « vin japonais » le sont à partir d'un assemblage de moûts japonais et de moûts importés, mais à partir de l'automne 2018, des règles strictes en matière d'étiquetage seront appliquées et seuls les vins produits à partir de 80% de raisins produits au Japon pourront être qualifié de « vin japonais ». Les fabricants s'attendent à une hausse de la demande pour les « vins japonais » mais anticipent également une pénurie de raisins. Ils cherchent donc à s'assurer des niveaux d'approvisionnement suffisants en matières premières pour faire face à l'augmentation prévisible de la consommation. Les « vins japonais » représentent à peine 5% des ventes totales de vins au Japon, mais la demande augmente et devrait continuer de croître. Les consommateurs sont en effet de plus en plus exigeants en matière de goût et de qualité.

Distribution

JAPON

Softbank, Yahoo Japan et Aeon vont se lancer ensemble dans la vente en ligne. Les trois sociétés prévoient de créer une entreprise spécialisée dans le e-commerce associant les points de vente et le réseau de distribution d'Aeon au savoir-faire de Softbank en matière de technologies de l'information et de robotique.

Softbank, Yahoo et Aeon lancent un site de vente en ligne

Softbank, Yahoo Japan et Aeon vont se lancer ensemble dans la vente en ligne. Les trois sociétés prévoient de créer une entreprise spécialisée dans le e-commerce associant les points de vente et le réseau de distribution d'Aeon au savoir-faire de Softbank en matière de technologies de l'information et de robotique. Le comportement des consommateurs évolue vers le net. Des rapprochements voient le jour pour faire face à Amazon, le leader mondial du e-commerce. Le géant américain de la distribution Walmart et le Japonais Rakuten ont noué un partenariat pour ouvrir un supermarché en ligne. Le numéro 1 des magasins de proximité, 7-Eleven Holdings s'est allié à la société de vente à distance Askul pour commencer un service de livraison de produits frais. La concurrence sur le secteur devrait donc s'intensifier. Yahoo et Aeon font déjà de la vente en ligne, mais ils ont décidé de s'unir. Ils offriront un large éventail de produits alimentaires, vêtements et articles ménagers. Ils veulent créer un site de type « market place » qui propose aussi les produits d'autres sociétés à la manière de Rakuten. Leur partenariat ne se limitera pas au net. Aeon veut faire appel à l'expertise de Softbank en matière d'intelligence artificielle et de robotique pour gérer ses points de vente. Le conglomérat japonais pourrait ainsi lui fournir des robots afin de pallier la pénurie de personnel.

Café

CORÉE

Le marché du café en Corée s'élevait à 11 700 Md de KRW en 2017 (8,2 Md d'EUR), soit près de quatre fois plus que le niveau de 2007 qui était de 3 000 Md.

Marché estimé à plus de 8 Md d'EUR

Le marché du café en Corée s'élevait à 11 700 Md de KRW en 2017 (8,2 Md d'EUR), soit près de quatre fois plus que le niveau de 2007 qui était de 3 000 Md. Le marché reste dominé par les mélanges de café et le café instantané qui représente encore 49% du volume de la consommation qui évolue cependant avec l'ouverture des points de vente franchisé comme Starbucks et Coffee Bean & Tea Leaf depuis le début des années 2000. Ainsi les ventes de café torréfié représentent en volume 18% du marché mais 67% en valeur avec 7 850 Md de KRW (contre 900 Md en 2007). Starbucks Coffee Korea Co. a réalisé un chiffre d'affaires de 1 000 Md de KRW en 2016, 17 ans après l'ouverture de son premier point de vente en 1999, avec un bénéfice d'exploitation de 100 Md de KRW. En plus de la croissance des grandes franchises de café, les tendances de consommation conduisent de plus en plus de points de vente à proposer leurs propres torréfacteurs et des produits plus haut de gamme pour répondre à la demande des consommateurs. Si le marché a fortement progressé au fil des ans, la consommation de café par habitant reste inférieure à celle des Etats-Unis d'Amérique, de l'Allemagne et de nombreux pays européens ce qui laisse selon les professionnels encore des perspectives de croissance.

Kirin

JAPON

Kirin Holdings Co., deuxième fabricant de boissons au Japon, prévoit de racheter jusqu'à 100 Md de JPY (800 M d'EUR) d'actions pour améliorer le dividende de ses actionnaires et veut poursuivre ses investissements et son implantation sur les marchés asiatiques. La société veut racheter au cours de l'année 2018 50 millions d'actions, soit 5,5% de ses actions en circulation.

Rachat de 800 M d'EUR d'actions

Kirin Holdings Co., deuxième fabricant de boissons au Japon, prévoit de racheter jusqu'à 100 Md de JPY (800 M d'EUR) d'actions pour améliorer le dividende de ses actionnaires et veut poursuivre ses investissements et son implantation sur les marchés asiatiques. La société veut racheter au cours de l'année 2018 50 millions d'actions, soit 5,5% de ses actions en circulation. Alors que l'entreprise prévoyait une baisse de ses bénéfices, ses prévisions d'un résultat net de 155 Md de JPY sont largement supérieures aux estimations initiales de 98 Md. Après avoir vendu son activité au Brésil l'année dernière et renoncé à investir dans le plus grand brasseur du Vietnam, Kirin avait 165,5 Md de JPY de trésorerie, soit trois fois plus qu'un an auparavant, selon les analyses de Bloomberg. Cependant pour faire face à la faiblesse du marché intérieur, Kirin veut se concentrer au renforcement de sa croissance et de son chiffre d'affaires sur les marchés d'Asie du Sud-Est par le biais de fusions et acquisitions. Kirin investit également

davantage dans la bière artisanale après avoir acheté une participation d'environ 25% dans Brooklyn Brewery en 2016 et renforcer sa propre ligne de brasseries artisanales. Kirin cherche enfin à développer son activité santé. L'entreprise vise à maintenir sa marge bénéficiaire d'exploitation d'environ 10% (10,4% en 2017) jusqu'en 2021. En plus de renforcer son portefeuille de marques et de rechercher des opportunités d'affaires, Kirin prévoit de réduire ses dépenses grâce à une gestion plus efficace de la chaîne d'approvisionnement. Après avoir progressé de 49% en 2017, les actions Kirin sont en baisse de 10%.

Suntory Beverage

JAPON

Suntory Beverage & Food a annoncé une hausse de 9% du bénéfice net du groupe à 78,1 Md de JPY (734 M d'USD) en 2017 grâce à la forte demande de boissons non alcoolisées en Asie et à la popularité au Japon des nouveaux produits.

Hausse de 9% du bénéfice

Le Président Suntory Beverage & Food, M. Saburo KOGO, a annoncé une hausse de 9% du bénéfice net du groupe à 78,1 Md de JPY (734 M d'USD) en 2017 grâce à la forte demande de boissons non alcoolisées en Asie et à la popularité au Japon des nouveaux produits. Le chiffre d'affaires a augmenté de 2% à 1 230 Md de JPY, tandis que le bénéfice d'exploitation a grimpé de 5% à 117,9 Md. Suntory Beverage a augmenté son dividende annuel de 2 JPY à 75 JPY par action. Les ventes en Asie ont augmenté de 7,6% à 177,1 Md de JPY. Au Vietnam, les ventes se sont améliorées grâce aux boissons énergisantes (marque Sting) et au thé prêt-à-boire. En Indonésie, Suntory Beverage a bénéficié également de fortes ventes de sa marque Okky. Sur le marché thaïlandais, la société a stimulé les ventes en améliorant son système d'approvisionnement des détaillants. Les ventes ont progressé au Japon grâce au succès auprès des jeunes consommateurs du tout dernier produit de la marque de café Boss, Craft Boss. Le café est livré dans des bouteilles en plastique plutôt que dans les canettes métalliques de la marque. Suntory Beverage prévoit une augmentation de 5% de son chiffre d'affaires en 2018 à 1 290 Md de JPY et un bénéfice net en hausse de 2% à 80 Md. Avec la nouvelle réglementation qui restreint les ventes promotionnelles au rabais pour augmenter le volume des ventes, Suntory Beverage pense également pouvoir diminuer ses coûts en réduisant ses dépenses de publicité.

Soju

CORÉE

Les fabricants de soju, une boisson distillée coréenne à base de céréales, se développent sur les marchés d'Asie du Sud-Est, où leurs ventes augmentent à un rythme rapide.

Les fabricants se développent en Asie du Sud-Est

Les fabricants de soju, une boisson distillée coréenne à base de céréales, se développent sur les marchés d'Asie du Sud-Est, où leurs ventes augmentent à un rythme rapide. Lotte Chilsung Beverage Co. a lancé sa marque à l'exportation Soonhari en Thaïlande et au Vietnam avec une nouvelle saveur de fraise. Le produit a une teneur en alcool de 12° et est livré dans des bouteilles de 360 millilitres. Lotte a développé la marque Soonhari pour les consommateurs étrangers qui ne sont pas habitués à au soju en y ajoutant des arômes de fruits. La boisson exportée depuis 2015 a quadruplé ses ventes en deux ans. Hite Jinro Co. a ouvert de nombreuses succursales dans la région pour soutenir les ventes de ses produits de soju. Une deuxième filiale vietnamienne a été ouverte après deux ans d'activité dans le pays, une ouverture est en cours aux Philippines ainsi qu'au Cambodge. Les ventes de soju de Hite Jinro en Asie du Sud-Est ont progressé de 4,9 M d'USD en 2015 à 8,8 M en 2017.

Bœuf Wagyu

JAPON

Itoham Foods Inc., le plus grand exportateur japonais de viande de wagyu, s'attend à une progression de 16% de ses ventes à 2,9 Md de JPY (26,6 M d'USD) contre 2,5 Md au cours de l'année fiscale 2017 (qui se termine en

Les ventes Itoham Foods progresse de 16%

Itoham Foods Inc., le plus grand exportateur japonais de viande de wagyu, s'attend à une progression de 16% de ses ventes à 2,9 Md de JPY (26,6 M d'USD) contre 2,5 Md au cours de l'année fiscale 2017 (qui se termine en mars). Itoham a commencé les exportations de wagyu en 2006, avec une première expédition aux Etats-Unis d'Amérique. Les ventes avaient ensuite été suspendues en 2010 après une épidémie de fièvre aphteuse dans le Kyushu puis en 2011 après une perte de confiance des consommateurs dans les produits japonais suite à la catastrophe de la centrale nucléaire de Fukushima. La société

mars).

Hamburger

CORÉE

La chaîne Mom's Touch a ouvert son sixième point de vente à Taiwan.

Confiserie

CORÉE

Le leader de l'industrie agroalimentaire coréenne a enregistré un chiffre d'affaires de 1 940 Md de KRW (1,81 Md d'USD) en 2017 prenant la 14ème place des principales entreprises mondiales de confiserie.

Cacao

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.

Saint Valentin

JAPON

Le 1er février, le PDG du groupe Godiva

avait repris ses exportations en 2012. L'entreprise prévoit d'étendre ses ventes au-delà de l'Asie et atteindre les 4,4 Md de JPY entre 2019 et 2020, date à laquelle les accords commerciaux du TPP et de l'APE devraient entrer en vigueur, éliminant les droits de douane sur les importations de bœuf en provenance du Japon. Hong Kong est actuellement le principal marché d'exportation pour la viande de bœuf waghu devant Singapour, les Etats-Unis d'Amérique et Taïwan, qui a levé l'embargo sur le bœuf japonais en septembre mettant fin à un embargo de sept ans. Itoham se prépare également à exporter au Brésil qui a mis fin en 2016 à son embargo sur le bœuf japonais.

Mom's Touch s'implante à l'étranger

La chaîne de hamburgers coréenne Mom's Touch a ouvert son sixième point de vente à Taiwan. La franchise veut accélérer l'ouverture de nouveaux restaurants dans les pays étrangers. En janvier, Mom's Touch avait déjà ouvert son premier point de vente en Californie et au Vietnam. La franchise exploite plus de 1000 points de vente en Corée du Sud.

Orion au 14ème rang mondial

Orion, classé en 2017 à la 14ème place des principales entreprises mondiales de confiserie, est au-dessus de la 15ème place pour la sixième année consécutive. Le leader de l'industrie agroalimentaire coréenne a enregistré un chiffre d'affaires de 1 940 Md de KRW (1,81 Md d'USD) en 2017 prenant la 14ème place derrière General Meals of America. Selon l'entreprise, les produits récemment lancés, comme Kkobuk Chip, ont entraîné une augmentation des ventes sur le marché coréen l'an dernier, tandis que les ventes à l'étranger de Choco Pie au Vietnam et en Russie ont contribué à une augmentation générale des ventes. La société a déclaré avoir vendu plus de 500 millions de Choco Pie au Vietnam l'année dernière. En 2017, les ventes en Chine ont cependant diminué de 33,2% suite au boycott des produits coréens par les distributeurs et les consommateurs chinois. Orion veut renforcer son leadership dans le chocolat et les collations salées et également élargir ses canaux de distribution au Vietnam et en Russie.

Meiji coopère au Mexique dans la production de cacao blanc

Meiji Holdings a créé en 2016 une plantation de 100 hectares de cacao à Tapachula, dans l'Etat du Chiapas, au sud du Mexique, dans le cadre de son programme de développement et d'appui aux producteurs Meiji Cocoa Support. La région autour de Tapachula serait le berceau de la culture du cacao. Mais la productivité locale est faible, avec peu d'attention accordée à la qualité. Dans le cadre de ce projet de coopération, Meiji a fourni aux producteurs près de sa plantation 10 000 plants de cacao blanc. L'entreprise a également décidé de financer l'équipement utilisé dans les processus de fermentation, de séchage et de sélection. Meiji a commencé la production de cacao blanc pour fabriquer du chocolat haut de gamme. Le cacao blanc est plus vulnérable aux maladies et aux changements climatiques. Les fèves de cacao blanc ne représentent que 0,002% de la production totale de cacao dans le monde, mais la rareté et la qualité de la fève permet une forte valorisation de la production. Meiji a sorti l'année dernière pour la première fois au Japon à l'occasion de la Saint Valentin un chocolat en édition limitée utilisant des fèves de cacao blanc et envisage maintenant de commercialiser toute l'année des produits à base de cacao blanc et d'agrandir sa plantation.

Le PDG de Godiva dénonce le concept de « giri choco »

Le 1er février, le PDG du groupe Godiva au Japon a fait publier dans le Nikkei, le grand quotidien de référence économique du pays, une page entière appelant les dirigeants des entreprises japonaises à mettre un terme à une tradition locale qui

au Japon a fait publier dans le Nikkei, le grand quotidien de référence économique du pays, une page entière appelant les dirigeants des entreprises japonaises à mettre un terme à une tradition locale qui pousse les femmes du pays à acheter des chocolats à leurs collègues hommes le 14 février, jour de la Saint Valentin.

pousse les femmes du pays à acheter des chocolats à leurs collègues hommes le 14 février, jour de la Saint Valentin. Dans les jours qui ont suivi, la publicité, sur une grande page rose, a généré, dans les médias du pays, des dizaines d'articles ou de sujets télé et enflammé les réseaux sociaux. Au fil de son texte, Jérôme CHOUCHAN, qui est arrivé au Japon en 1985 et a travaillé pour plusieurs grands groupes, dénonce particulièrement le concept des « giri choco », ces chocolats offerts, une fois par an par « obligation » (giri), par les femmes qui sont censées ainsi témoigner de leur reconnaissance à leurs supérieurs ainsi qu'aux membres masculins de leurs équipes. *« La Saint Valentin est une journée au cours de laquelle les gens doivent exprimer leurs véritables sentiments, ce n'est pas une journée destinée à améliorer ses relations au travail »*, insiste le PDG de Godiva Japon. *« Les femmes doivent dépenser de l'énergie et de l'argent et se sentent frustrées par cette coutume qu'il est difficile de stopper »*. Alors que plus de 80 % des employées suivent la coutume, cette « dénonciation » a reçu un certain soutien, en ligne, chez les femmes qui s'agacent de cette tradition passéiste et coûteuse. Si les chocolats offerts ne valent individuellement que quelques centaines de yens (quelques euros), l'obligation de « récompenser » plusieurs employés représente au total, chaque année, une somme équivalente en moyenne à près de 5000 JPY. A l'origine, après la Seconde guerre mondiale, les chocolatiers, qui cherchaient à doper leurs ventes, avaient, selon les historiens, développé cette version particulière de la Saint Valentin pour encourager les femmes à oser exprimer discrètement leur intérêt pour un proche. Si l'initiative de Godiva a été saluée par plusieurs commentateurs qui pointent la montée d'un débat national sur une culture du travail très pénalisante pour les femmes, d'autres médias et marques de chocolat ont accusé le groupe belge, propriété du turc Yildiz Holding, d'avoir tenté une opération de « marketing furtif » en flattant les consommatrices au moment où les ventes de chocolat atteignent l'un de leurs pics annuels dans le pays. Ces partisans de la coutume rappellent que les hommes remercient traditionnellement leurs collègues féminines en leur offrant à leur tour des chocolats, un mois plus tard, le 14 mars, à l'occasion d'un « White Day », inventé aussi par les confiseurs dans les années 80 pour faire écho au rite des « giri choco ».

Agenda à venir

JAPON – 6 au 9 mars	Foodex (Salon international de l'alimentation) à Tokyo
COREE – 20 au 21 mars	Séminaire européen à Séoul de promotion des produits agroalimentaires et des standards sanitaires et phytosanitaires européens
JAPON – 20 au 26 mars	Actions de promotion à Tokyo des fromages européens avec l'appui de la SOPEXA et du CNIEL

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

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 05/03/2018
Version originelle