



ÉCHOS AGRO

Brèves agricoles JAPON - CORÉE



N°29 – Avril 2018

삼계탕 ~ Samgyetang

Samgyetang, soupe de poulet au ginseng, est un plat reconnu en Corée pour ses bienfaits en hiver pour fortifier le corps, en été pour son côté rafraîchissant. Ce plat, parfait pour revigorer l'esprit, est un enjeu des négociations entre l'Union européenne et la Corée car cela fait 10 ans que la Corée demande à pouvoir l'exporter en Europe et cela fait également 10 ans que nous attendons l'ouverture pour nos exportations de viande bovine.



Editorial

L'agenda à venir sera marqué par la tenue à Paris de l'Assemblée générale de l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE) qui se tiendra à Paris du 20 au 25 mai. Des rencontres avec les Chefs vétérinaires (CVO) de Corée et du Japon sont prévues en marge de cet événement.

Les discussions bilatérales porteront principalement sur :

- le principe de régionalisation des maladies animales, en vertu duquel chaque pays délimite la zone de son territoire affectée par une maladie animale, et la mise en œuvre de ce principe s'agissant des épisodes d'Influenza aviaire hautement pathogène, afin de pouvoir maintenir des échanges d'animaux ou de produits animaux en provenance des zones qui ne sont pas affectées ; sur ce dossier il s'agira de finaliser les négociations avec les autorités japonaises et d'entamer les discussions avec les autorités coréennes qui se sont récemment montrées ouvertes à la négociation ;
- l'ouverture du marché coréen à la viande bovine française suite au groupe de travail agricole franco-coréen qui s'est tenu fin avril en Corée ; l'objectif des deux parties est d'avancer sur ce dossier : sur le volet sécurité sanitaire des aliments traité dorénavant par le Ministry of Food and Drug Safety (MFDS) un audit du système français de sécurité sanitaire devrait être mené en juillet et sur le volet santé animale il s'agit d'avancer sur les conditions sanitaires pour l'exportation ;
- un certain nombre de dossiers qui pourraient être finalisés à l'occasion de ces entretiens : avec le Japon la reconnaissance du statut de la France vis-à-vis de la peste porcine classique et les conditions sanitaires pour le traitement thermique des œufs, avec la Corée un accord sur les conditions sanitaires pour les exportations de semences bovines et de semences équine.

Sommaire

- Première partie – Politique agricole :

FRANCE - COREE – Deuxième comité de coopération agricole

COREE – Augmentation du revenu des agriculteurs

COREE – Baisse de 3% du nombre d'agriculteurs

JAPON – Baisse de plus de 1% du prix des terres agricoles

JAPON – Contrefaçons d'IG vendues en ligne

JAPON – Désactivation de la clause de sauvegarde sur la viande bovine

JAPON – COREE – Premiers marchés pour la viande bovine américaine

JAPON – La sécurité sanitaire principale préoccupation des Japonais

COREE – Fin de la vaccination pour la fièvre aphteuse

JAPON – Bactéries résistantes aux antibiotiques dans la viande de poulet

JAPON – Contrôles renforcés sur les poulets américains et brésiliens

JAPON – Club Agro : Première réunion de l'année sous le signe de l'APE

JAPON – COREE – Progression des ventes d'aliments plus sains

JAPON – COREE – Résultats et investissements des entreprises

- Deuxième partie – Politique commerciale :

- Troisième partie – Politique alimentaire et sanitaire :

- Quatrième partie – Activité sectorielle et agenda :

Politique agricole

Coopération

FRANCE - CORÉE



Deuxième comité de coopération agricole franco-coréen

Le deuxième comité de coopération agricole franco-coréen s'est tenu le 25 avril à Sejong sous la présidence de M. Il-jeong JEONG, Directeur général du Bureau de la Coopération internationale du ministère coréen en charge de l'agriculture. M. Frédéric LAMBERT, Chef du Service Europe et international à la DGPE du ministère français en charge de l'agriculture était à la tête de la délégation française. Ce comité a permis de constater que la France et la Corée partageait de nombreux défis en termes de politiques agricoles : renouvellement des générations, revenus des agriculteurs, volatilité des prix, ruralités.... En tant que membre du G 20, les deux pays participent à la gouvernance de sujets conditionnant l'avenir de la planète, sécurité alimentaire et climat par exemple. Dans ce contexte, les deux pays ont convenu de se mobiliser pour faire progresser leur coopération, formaliser concrètement leurs points de convergence et parvenir à des avancées substantielles sur un certain nombre de dossiers SPS (en particulier l'ouverture du marché coréen aux exportations de viande bovine française) afin de préparer la rencontre à Paris des Présidents coréen et français en octobre prochains.

Revenu

CORÉE

Le revenu annuel moyen des ménages des secteurs agricoles et de la pêche a légèrement augmenté en 2017. Le revenu des ménages agricoles a atteint un niveau moyen de 38,24 M de KRW (35 800 USD) en 2017, en hausse de 2,8% par rapport à 2016. Le revenu moyen des ménages du secteur de la pêche et de la pisciculture a progressé de 4,1% sur un an pour atteindre 49,02 M de KRW.

Augmentation du revenu des agriculteurs

Le revenu annuel moyen des ménages des secteurs agricoles et de la pêche a légèrement augmenté en 2017. Le revenu des ménages agricoles a atteint un niveau moyen de 38,24 M de KRW (35 800 USD) en 2017, en hausse de 2,8% par rapport à 2016. Le revenu moyen des ménages du secteur de la pêche et de la pisciculture a progressé de 4,1% sur un an pour atteindre 49,02 M de KRW. En moyenne, les dépenses des ménages agricoles étaient de 30,64 M de KRW, en baisse de 1,3% par rapport à 2016, et les dépenses des ménages du secteur de la pêche ont également diminué de 3,3% à 29,11 M de KRW. Le montant de la dette pour les ménages agricoles a baissé de 1,3% sur un an pour atteindre une moyenne de 26,37 M de KRW, tandis que leurs actifs ont progressé de 6,7% en moyenne à 558,8 M de KRW. Les ménages du secteur de la pêche ont vu leur dette moyenne baisser de 1% à 42,45 M de KRW, tandis que leurs actifs ont progressé de 6,9% à 437,2 M de KRW.

Emplois agricoles

CORÉE

Le nombre d'agriculteurs a baissé de 3% en 2017 par rapport à 2016 pour se situer à 2,42 millions.

Baisse de 3% du nombre d'agriculteurs

Le nombre d'agriculteurs a baissé de 3% en 2017 par rapport à 2016 pour se situer à 2,42 millions. Le nombre de ménages ayant une activité dans le secteur de l'agriculture et de la pêche était de 1,04 million en 2017, en baisse de 2,5% par rapport aux 1,07 million comptabilisé en 2016. Dans le secteur de la pêche, le nombre de ménage n'a diminué que de 0,4% pour atteindre les 53 000 l'an dernier. Le nombre de ménages ayant une activité dans le secteur de l'agriculture et de la pêche représente 5,3% du total des ménages en 2017, en baisse par rapport aux 5,5% de l'année 2016. Cette baisse s'explique principalement par le vieillissement rapide de la population et l'exode rural des jeunes générations vers les zones urbaines. L'âge moyen des chefs de familles agricoles était de 67 ans l'année dernière, contre 66,3 en 2016. Les personnes âgées de 70 ans ou plus représentaient 41,9% de la population agricole.

Foncier

JAPON

Les prix des terres agricoles diminuent pour la 23^{ème} année consécutive, selon

Baisse de plus de 1% du prix des terres agricoles

Les prix des terres agricoles diminuent pour la 23^{ème} année consécutive, selon l'enquête annuelle menée depuis 1956 par la Chambre nationale d'agriculture. Les prix des rizières ont baissé de 1,2% à 1,2 M de JPY (9 600 EUR) en



l'enquête annuelle menée depuis 1956 par la Chambre nationale d'agriculture.

moyenne pour 10 acres en 2017 par rapport à l'année précédente, et ceux des autres terres agricoles ont baissé de 1,1% à 891 000 JPY. Les prix des rizières ont diminué de 40% (2,2 M de JPY) et ceux des autres terres agricoles de 35% (1,37 M de JPY) depuis le pic atteint en 1994. La chambre d'agriculture attribue cette baisse des prix à une baisse de la demande du fait d'une population agricole vieillissante et d'une activité concurrencée par la libéralisation des échanges et l'augmentation des importations de produits agricoles et agroalimentaires moins chers.

Foncier *suite*

JAPON

Le ministre japonais chargé de l'agriculture, M. Ken SAITO, a déclaré que le gouvernement allait pour la première fois enquêter pour vérifier s'il existe des terres agricoles vendues à des acheteurs étrangers.

Enquête sur les achats de terres agricoles par des étrangers

Le ministre japonais chargé de l'agriculture, M. Ken SAITO, a déclaré que le gouvernement allait pour la première fois enquêter pour vérifier s'il existe des terres agricoles vendues à des acheteurs étrangers. La loi japonaise sur les terres agricoles n'autorise aucune entreprise ni aucun étranger à acheter des terres agricoles. Aussi, le gouvernement n'a jamais enquêté auparavant sur d'éventuelles ventes de terres agricoles à des acheteurs étrangers. Des cas existent cependant où des étrangers ont pu acheter des terres agricoles par le biais d'entités japonaises constituées en société. Mais le Japon a par ailleurs fortement restreint la propriété des terres agricoles, la majorité des actionnaires devant être des agriculteurs.

Vin

JAPON

Les annonces des principaux brasseurs concernant leurs investissements dans le vignoble japonais se multiplient avec pour objectif d'augmenter leur production de vins issus de raisins cultivés dans l'Archipel.

Les annonces d'investissements se multiplient

Les annonces des principaux brasseurs concernant leurs investissements dans le vignoble japonais se multiplient avec pour objectif d'augmenter leur production de vins issus de raisins cultivés dans l'Archipel. Déjà propriétaire de 16 ha de vignes à Nagano, Sapporo Beer a annoncé le 19 avril qu'il allait planter 25 ha de vignes à Hokuto dans l'île de Hokkaido. Le même jour Suntory Wine International a inauguré un vignoble de 4 ha à Chuo dans la préfecture de Yamanashi. 80% de l'encépagement est réservé à la culture du cépage blanc Koshu et 20% à la culture du cépage rouge Muscat Bailey A, deux cépages japonais. La première vendange est prévue à l'automne 2021 et les premières mises sur le marché au printemps 2022. Suntory possède 25 ha de vignes à Kai, une autre commune de Yamanashi où il cultive principalement des cépages internationaux. En 2022, Suntory Wine International aura doublé sa surface viticole par rapport à 2016. À partir de mai, Asahi Breweries cultivera de la vigne à Yoichi, une autre commune de Hokkaido. Mercian, le premier producteur de vin japonais, se dotera de deux nouveaux sites de production à l'automne 2019 et transforme des terres laissées à l'abandon en vignes. Selon Mercian, les mises sur le marché de vin au Japon devraient être stables en 2018 par rapport à 2017 à 379,2 millions de litres. Ces dernières années, les vins chiliens ont été la force motrice du marché, mais les ventes stagnent aujourd'hui. Les professionnels placent donc de grands espoirs dans les vins japonais qui devraient constituer selon eux le prochain moteur de la croissance du secteur. Les consommateurs recherchent des vins de qualité. Afin de répondre à leurs attentes, les fabricants s'efforcent d'améliorer la qualité des raisins mais également d'augmenter leur production car la pénurie de raisins est préoccupante et la matière première fait défaut. À Nagano et à Yamanashi, les principales régions de production, le volume des récoltes diminue avec le vieillissement des agriculteurs.

Aides

CORÉE

Le ministère en charge de l'agriculture a annoncé qu'il allait choisir 1 200 agriculteurs de moins de 40 ans pour leur

Politique d'aides pour les jeunes agriculteurs

Selon le ministère coréen en charge de l'agriculture (MAFRA), en 2016 11 296 agriculteurs dans les tranches d'âge de la vingtaine et de la trentaine d'années dirigeaient leur entreprise agricole. Ce chiffre devrait augmenter selon le MAFRA qui a alloué un budget supplémentaire pour soutenir les jeunes agriculteurs. Le MAFRA a annoncé qu'il allait choisir 1 200 agriculteurs de moins de 40 ans pour



offrir 1 M de KRW (700 EUR) par mois pendant trois ans.

leur offrir 1 M de KRW (700 EUR) par mois pendant trois ans. Plus de 3 300 agriculteurs se sont portés candidats.

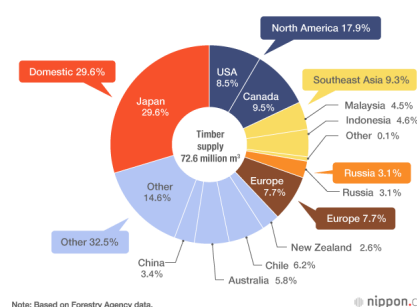
Forêt

JAPON

Les forêts artificielles qui ne représentaient que 27% des terres forestières du Japon avant la réforme forestière dépassaient les 44% en 1985. La croissance économique a stimulé la demande de bois d'œuvre national, entraînant une augmentation des prix. Pour tenter de remédier à cette situation, le gouvernement a ouvert le marché en 1964 à des importations moins chères. L'autosuffisance du Japon en bois d'œuvre qui avait atteint les 90% en 1950, a chuté à moins de 20%.



Japan's Timber Market (2014)



Les dégâts de la politique forestière japonaise

Depuis le milieu des années 1950, la demande de bois de chauffage et de charbon de bois chutait alors que dans le même temps, la demande de matériaux de construction progressait fortement à mesure que l'économie japonaise se développait. Pour y faire face, l'Agence forestière a lancé une vaste campagne d'expansion forestière pour défricher les forêts de buna (hêtre) et les replanter avec des conifères à croissance rapide comme le cèdre et le cyprès japonais pour fournir un bois d'œuvre plus économique. L'Agence forestière pensait que cette politique assurerait l'approvisionnement futur en bois d'œuvre. Les vénérables bunas de plus d'un siècle ont été inexorablement abattus sur de larges superficies mais les nouvelles plantations n'ont pas poussé assez vite pour remplacer les arbres abattus et dans les régions enneigées du nord-est, les conifères nouvellement plantés n'ont pas poussé. La campagne forestière a été un échec. Pendant cette période, on estime que 17 millions de hêtres ont été coupés. En conséquence de cette politique, les forêts artificielles qui ne représentaient que 27% des terres forestières du Japon avant la réforme forestière dépassaient les 44% en 1985. À l'échelle mondiale, les forêts plantées artificiellement ne représentent que 3,5% des terres forestières. Une autre conséquence de cette politique forestière serait les dégâts causés par la faune sauvage dans les cultures. La destruction des forêts indigènes a privé de nombreuses espèces animales de leur habitat naturel tandis que les gaules et les écorces des conifères replantés fournissent une alimentation uniquement pour les cerfs dont les populations ont augmenté en conséquence, alors que d'autres (sangliers en particulier) sont amenées à rechercher leurs nourritures dans les plantations agricoles pour remplacer les glands qui ne se trouvent plus dans les montagnes reboisées. Malgré les problèmes liés à la campagne de reboisement, la croissance économique a stimulé la demande de bois d'œuvre national, entraînant une augmentation des prix. Aussi, pour tenter de remédier à cette situation, le gouvernement a ouvert le marché en 1964 à des importations moins chères. L'autosuffisance du Japon en bois d'œuvre qui avait atteint les 90% en 1950, a chuté à moins de 20% tandis que les importations massives de bois d'œuvre étrangers conduisaient à l'exportation des politiques japonaises de destruction des forêts vers d'autres pays d'Asie. Les Philippines furent les premières touchées dans les années 60. Après les importateurs japonais ont ciblé les forêts indonésiennes. L'approche japonaise de l'exploitation forestière était si destructrice que le Japon a été critiqué à l'échelle internationale. La valeur de la production forestière japonaise n'a cessé de diminuer après avoir culminé à environ 1 158 Md de JPY (9,3 Md d'EUR) en 1980. En 2014, elle était tombée à moins de 450 Md. Au cours de cette période, le nombre de travailleurs forestiers - 146 000 au plus fort de la production - a diminué à un tiers de son niveau antérieur. À l'heure actuelle, la forte demande mondiale de bois d'œuvre a fait grimper le prix du bois d'œuvre importé, tandis que les prix intérieurs du cèdre japonais ne représentent qu'environ le quart de ce qu'ils étaient en 1980. La politique de reforestation massive a contraint les coopératives forestières et les travailleurs forestiers à dépendre de subventions et cette dépendance continue alors que les forêts artificielles ont atteint leur maturité. Aujourd'hui, les zones reboisées ont un besoin urgent d'être éclaircies, mais il n'y a pas assez de main d'œuvre. Les terres forestières non exploitées continuent de croître et, dans de nombreux cas, elles deviennent la cause de glissements de terrain et d'inondations qui semblent se produire de plus en plus fréquemment chaque fois qu'un typhon ou de fortes pluies surviennent. Les forêts de buna largement



réparties du sud de Hokkaidō à la préfecture de Kagoshima représentent encore 17% des forêts naturelles de feuillus. Le mouvement pour les sauver a conduit 34 municipalités à choisir le bûna comme arbre symbole. C'est en 1971, que 85 associations dispersées à travers le pays se sont regroupées pour former une union nationale pour la conservation de la nature dirigée par M. Aragaki HIDEO. Le mouvement contre la politique de déforestation s'est développé et s'est répandu dans tout le pays. En 1977, des manifestations ont été menées contre l'exploitation des terres forestières nationales situées à l'intérieur du parc national de Shiretoko à Hokkaidō. En 1980, après près de 10 ans de manifestations les forêts naturelles de Yakushima, qui recèlent des cèdres millénaires (yakisugi), a été déclaré Réseau mondial de réserve de biosphère dans le cadre du Programme sur l'homme et la biosphère de l'UNESCO et en 1992, l'Agence forestière a désigné toute la zone comme réserve d'écosystème forestier. En 1993, Yakushima et Shirakami-Sanchi sont devenus les premiers sites naturels du patrimoine mondial du Japon. Depuis son lancement, l'union nationale pour la conservation de la nature a soumis et documenté près de 200 pétitions pour empêcher la destruction ou des opérations d'exploitations aveugles dans les parcs nationaux et forêts nationales. En 2014, le gouvernement a mené une enquête sur l'intérêt des populations pour la protection de la nature et de l'environnement. Près de 90% des personnes interrogées ont répondu être extrêmement concernées ou concernées par la protection de l'environnement.

Poivrons

CORÉE

La superficie de culture du légume est passée de 424 hectares en 2010 à 724 hectares six ans plus tard, soit une augmentation de 70,7%. La production a également grimpé de 41 000 tonnes à 77 000 tonnes au cours de la même période.

La production augmente

Depuis l'importation en provenance des Pays-Bas des premières semences en 1993, il y a maintenant 25 ans, la production et la consommation de poivron n'a pas cessé de croître. La superficie de culture du légume est passée de 424 hectares en 2010 à 724 hectares six ans plus tard, soit une augmentation de 70,7%. La production a également grimpé de 41 000 tonnes à 77 000 tonnes au cours de la même période. Fin 2016, la consommation moyenne de poivrons était de 0,9 kg/habitant, soit plus du triple des 0,28 kg de la consommation de 2006. La consommation intérieure était couverte à 61% par la production locale fin 2016, contre 51% en 2007. Les exportations ont également progressé atteignant 35 000 tonnes en 2017 contre 21 000 tonnes en 2012. Après les produits à base de ginseng, le poivron est un des principaux produits agricoles exportés, plus de 90% des poivrons exportés étant expédiés au Japon.

Quotas de pêche

CORÉE - JAPON

Des négociations ont été engagées entre le Japon et la Corée pour renouveler leur accord de pêche et décider de quotas de pêche dans les eaux exclusives de chacun des deux pays. Mais depuis deux ans les deux pays ne sont pas arrivés à rapprocher leurs positions. La Corée a fixé une date butoir à la fin du mois d'avril.

Accord difficile à trouver entre la Corée et le Japon

Des négociations ont été engagées entre le Japon et la Corée pour renouveler leur accord de pêche et décider de quotas de pêche dans les eaux exclusives de chacun des deux pays. Mais depuis deux ans les deux pays ne sont pas arrivés à rapprocher leurs positions. La Corée a fixé une date butoir à la fin du mois d'avril a déclaré la ministre de la Pêche et des Océans, Mme KIM, considérant que les négociations interminables nuisent aux pêcheurs locaux. Depuis l'entrée en vigueur de l'accord, en 1999, les deux voisins asiatiques étaient parvenus à décider de quotas de pêche annuels dans leurs zones économiques exclusives respectives. Mais en 2015, le Japon a officiellement déposé une plainte auprès de l'OMC pour contester les interdictions d'importation de la Corée et l'imposition de tests supplémentaires sur le poisson pêché dans huit préfectures près de Fukushima. La décision de Séoul de maintenir ses restrictions, malgré la décision d'octobre 2017 de l'Organisation mondiale du commerce défavorable à la Corée, a tendu les négociations.

Calamars

JAPON

Captures et quotas en baisse

L'Agence japonaise des pêches a fixé à 97 000 tonnes le quota de captures autorisées de calamars du Pacifique pour l'année 2018, en baisse de 30% par



L'Agence japonaise des pêches a fixé à 97 000 tonnes le quota de captures autorisées de calamars du Pacifique pour l'année 2018, en baisse de 30% par rapport à l'année précédente. Pour atténuer la pénurie, l'agence autorise également une augmentation de 16% des importations de calamars, à 87 000 tonnes. Pour les professionnels, les mesures ne permettront pas de couvrir une diminution de 50 000 tonnes des captures sur les deux dernières années.

rapport à 2017. Pour limiter la pénurie, l'agence autorise également une augmentation de 16% des importations de calamars, à 87 000 tonnes. Pour les professionnels, les mesures ne permettront pas de couvrir une diminution de 50 000 tonnes des captures sur les deux dernières années. La saison de la pêche commence véritablement en juin et il y a une dizaine d'années, il y avait environ 140 bateaux japonais qui pêchaient le calamar, ce nombre a depuis diminué de plus de la moitié. L'année dernière, les navires nord-coréens sont venus pêchés dans les eaux peu profondes de Yamato, une zone de pêche importante de la mer du Japon. Les pêcheurs chinois augmentent également leurs prises. Les prix de gros des calmars ont grimpé en conséquence. Selon la fédération nationale des coopératives de pêche, JF Zengyoren, le prix moyen du kilo de calamars a atteint 564 JPY (4,5 EUR), soit une augmentation d'environ 80% par rapport à il y a deux ans plus tôt. La hausse des prix de gros frappe les transformateurs dont les coûts d'approvisionnement ont été doublés en cinq ans. La société Natori, transformateur de calamars, basée à Tokyo, prévoit une baisse de 46% de son bénéfice net à 730 M de JPY (6,79 M d'USD) pour l'exercice clos en mars en raison de cette hausse des coûts. A Hokkaido et dans d'autres régions, les opérations de pêche se tournent vers d'autres produits de la mer pour réduire leur dépendance aux calamars, mais le saumon, le sanma (*Cololabis saira* ou saury) et le maquereau ont également connu des pénuries au cours des dernières années. Certaines entreprises alimentaires qui étaient spécialisées dans le calamar ont même adopté la transformation de pommes de terre comme activité secondaire.

Politique commerciale

IG

JAPON

Des enquêtes effectuées par le ministère en charge de l'agriculture ont permis de découvrir des contrefaçons de produits agricoles japonais vendues sur des sites internet étrangers, principalement en Chine.

Contrefaçons vendues en ligne

Des enquêtes effectuées par le ministère en charge de l'agriculture ont permis de découvrir des contrefaçons de produits agricoles japonais, comme du bœuf de Kobe, vendues sur des sites internet étrangers, principalement en Chine. Le nombre de contrefaçons alimentaires japonaises a quadruplé par rapport à l'année précédente. Le système des IG protège et promeut les produits japonais, une soixantaine de produits sont déjà enregistrés et 160 sont en attente, mais a contrario il est plus intéressant d'en proposer des contrefaçons. Le ministère en charge de l'agriculture a fait des recherches sur plus de 80 des principaux sites de vente en ligne à l'étranger entre juin 2017 et février 2018. Le ministère a confirmé que des contrefaçons de célèbres marques alimentaires japonaises et d'IG, comme Yubari melon de Yubari, bœuf Matsusaka Ushi de Matsusaka, Oita Kabosu agrumes de la préfecture d'Oita sont vendus sur des sites internet. Des fruits de kakis séchés produits en Chine sont également vendus sur Internet sous le nom d'Ichida Gaki, une IG japonaise enregistrée en juillet 2016. Si les produits contrefaits se répandent, leur valeur pourrait chuter. En plus des ventes nationales, environ 30 tonnes sont exportées chaque année à Taiwan. Du thé vert en poudre matcha fabriqué en Chine, étiqueté Nishio no Matcha marque japonaise, est également vendu en ligne. Environ 80% des sites sont basés en Chine, mais des ventes ont également été constatées sur des sites au Brésil et aux Etats-Unis d'Amérique. Le ministère a exigé des détaillants en ligne qu'ils retirent les contrefaçons figurant sur leurs sites. Pour empêcher la vente de produits contrefaits et l'utilisation non autorisée de marques, il est nécessaire que les pays signent des accords bilatéraux pour leur protection. Le Japon a signé ce type d'accord avec l'Union européenne en décembre dernier. Le Japon prévoit également de signer bientôt de tels accords avec la Thaïlande et le Vietnam. Cependant, il est peu probable que ce type d'accord soit signé entre le Japon et



la Chine et donc de sévir efficacement contre l'utilisation non autorisée de marques et d'IG japonaises. Dans le cadre d'une politique de formation, le ministère lance également une première initiative de collaboration avec l'Université Kindai qui va mettre en place à partir de septembre un programme de formations sur les droits de propriété intellectuelle liés aux produits alimentaires. Le ministère espère que l'investissement dans l'éducation pourra aider à préparer une nouvelle génération de cadres sensibilisés à ces problématiques.

IG suite

JAPON

Avec 3 nouveaux produits, se sont désormais 62 produits bénéficiant d'une IG.

Trois nouveaux produits japonais bénéficient d'une IG

Taishu Soba (nouilles) de Tsushima, au large de la préfecture de Nagasaki, dans le sud du Japon, Matsudate Shibori Daikon (radis blanc), de la préfecture d'Akita, et Yamagata Celery (céleri), sont les trois derniers produits inscrits comme indications géographiques (IG) par le ministère de l'Agriculture. Le système IG japonais protège désormais 62 produits de 35 régions.

Viande bovine américaine

CORÉE - JAPON

Le Japon a importé pour 1,89 Md d'USD de viande bovine américaine en 2017 et la Corée 1,22 Md d'USD selon les chiffres de la Fédération américaine des exportateurs de viande (USMEF).

Japon et Corée premiers marchés à l'export

Le Japon a importé pour 1,89 Md d'USD de viande bovine américaine en 2017 et la Corée 1,22 Md d'USD selon les chiffres de la Fédération américaine des exportateurs de viande (USMEF). Les pays se placent ainsi à la première et à la seconde place des pays importateurs. Le Mexique complète le podium. En termes de volume, la Corée s'est classée au troisième rang avec 184 152 tonnes, après les 307 559 tonnes du Japon et les 237 972 tonnes du Mexique. La Corée du Sud se classe par contre à la première place en termes d'importations par habitant, avec 3,5 kilos importés suivie du Japon avec 2,4 kilos et du Mexique avec 1,9 kilo.

Viande bovine

JAPON

La clause de sauvegarde visant à limiter les importations de viande bovine surgelée a été désactivée le 1^{er} avril. Les droits de douane sur le bœuf surgelé des pays concernés par ces mesures (les pays n'ayant pas d'accord de libre-échange en vigueur avec le Japon, principalement les Etats-Unis d'Amérique et l'Union européenne) repasseront à 38,5%. Ils avaient été relevés à 50% le 1^{er} août 2017.

Le Japon désactive la clause de sauvegarde

La clause de sauvegarde visant à limiter les importations de viande bovine surgelée a été désactivée le 1^{er} avril. Les droits de douane sur la viande bovine surgelée des pays concernés par ces mesures (les pays n'ayant pas d'accord de libre-échange en vigueur avec le Japon, principalement les Etats-Unis d'Amérique et l'Union européenne) repasseront à 38,5%. Ils avaient été relevés à 50% le 1^{er} août 2017. L'activation de cette clause de sauvegarde n'avait pas été mise en œuvre depuis 14 ans. Les clauses de sauvegarde permettent d'appliquer des droits de douane plus élevés sur le bœuf surgelé ou sur le bœuf réfrigéré afin de limiter les importations. Elles se déclenchent automatiquement si les importations trimestrielles augmentent de 17% par rapport au même trimestre de l'année précédente. Selon les statistiques du commerce extérieur annoncées fin mars, les importations de viande bovine surgelée ont progressé de 5,5% sur la période avril 2017-février 2018 par rapport à la même période un an plus tôt à 279 029 tonnes. Les chiffres de mars ne seront connus qu'à la fin du mois d'avril, mais le ministère japonais des Finances estime que l'augmentation des importations sur l'ensemble de l'exercice sera inférieure au plafond autorisé.

Viande bovine suite

JAPON

Les prix de gros de la viande bovine japonaise ont baissé de 4% depuis avril 2017.

Le prix de la viande bovine japonaise baisse depuis un an

Les prix de gros de la viande bovine japonaise sont orientés à la baisse. Le prix moyen du bœuf de classe A4, la viande la plus vendue sur les marchés de gros, se situe actuellement entre 2 400 et 2 500 JPY le kg (20 EUR), soit 4% de moins qu'en avril 2017. En cause, la baisse de la demande. Les consommateurs délaissent de plus en plus le bœuf japonais jugé trop cher pour le remplacer par du porc et du poulet, des viandes meilleur marché. La tendance ne devrait pas s'inverser. Malgré cette baisse depuis un an, les prix de gros du bœuf wagyu, qui sur les cinq dernières années ont bondi de 30 à 40%, restent à un niveau élevé du fait de la hausse du prix des veaux d'élevage, consécutive à la diminution du nombre d'éleveurs.

**Vin****JAPON**

Le « Japan Winery Award Council » a établi une classification des domaines viticoles japonais.

Un premier classement des domaines viticoles japonais

Le « Japan Winery Award Council » a établi une classification des domaines viticoles japonais. Les résultats de ce premier « Japan Winery Award 2018 » ont été annoncés le 13 avril. Il existait déjà des concours de vins japonais, mais il s'agit de la toute première évaluation de domaines japonais. Avec cette classification, les organisateurs veulent mettre en avant la qualité des vins japonais alors que le marché est aujourd'hui dominé par les vins importés et que l'entrée en vigueur de l'Accord de Partenariat Économique Japon-Union européenne pourrait entraîner un nouvel essor des importations. Des professionnels ont évalué 201 domaines produisant des vins issus à 100% de raisins cultivés au Japon depuis au moins 5 ans. Les domaines ont été jugés sur plusieurs critères dont la qualité des vins, les techniques de vinification et l'état des vignes. Le classement sera mis à jour chaque année. Pour cette première édition, 25 domaines ont été primés. 10 se sont vu décerner 5 étoiles, la récompense suprême. 13 ont été auréolés de 4 étoiles, 47 de 3 étoiles et 25 ont reçu un « Connoisseurs Winery ». Les domaines qui ont décroché 5 étoiles sont les suivants : Domaine Tahahiko (Hokkaido), Sakai Winery (Yamagata), Takeda Winery (Yamagata), Suntory Tomi no oka Winery (Yamanashi), Château Mercian (Yamanashi), Diamond Winery (Yamanashi), Grace Wine (Yamanashi), Marufuji Winery (Yamanashi), Obusé Winery (Nagano), Kido Winery (Nagano).

Thé**JAPON****Un logo pour lutter contre la contrefaçon**

Le Japan Tea Export Council a dévoilé une nouvelle marque pour promouvoir les thés japonais à l'exportation. Les producteurs de thé japonais constatent l'augmentation des contrefaçons de thés japonais sur les marchés étrangers. La nouvelle marque vise à offrir une certaine garantie aux consommateurs étrangers. Le logo de la marque illustre un oiseau avec deux feuilles vertes traversant l'océan.

Caviar**JAPON**

Le caviar japonais, loué pour sa qualité, est toutefois très peu connu. Japan Caviar Inc. présidé par M. Motoo SAKAMOTO, essaye de faire connaître le caviar japonais. En 2016 des éleveurs d'esturgeons ont créé l'usine de traitement de Japan Caviar Inc. dans un bâtiment d'un parc industriel de la préfecture de Miyazaki.

Les producteurs japonais veulent se faire connaître

L'élevage de l'esturgeon a commencé dans la préfecture de Miyazaki en 1983 dans le cadre d'un accord de coopération technologique avec l'ex-Union soviétique. En 2004, Les aquaculteurs de Miyazaki sont devenus les premiers au Japon à réussir l'élevage complet d'esturgeons. Le caviar japonais, loué pour sa qualité, est toutefois très peu connu. Japan Caviar Inc. présidé par M. Motoo SAKAMOTO, essaye de faire connaître le caviar japonais. En 2016 des éleveurs d'esturgeons ont créé l'usine de traitement de Japan Caviar Inc. dans un bâtiment d'un parc industriel de la préfecture de Miyazaki. Les œufs d'esturgeon sont récoltés entre novembre et février, quand cinq à dix esturgeons arrivent chaque jour à l'usine de traitement des 15 sites d'étangs d'élevage. Les œufs extraits sont ensuite mûris pendant plusieurs mois dans des conditions de basse température. Depuis septembre 2015, seules les entreprises certifiées par le gouvernement japonais sont autorisées à exporter du caviar.

Transport**JAPON**

Une équipe de recherche de la préfecture de Fukuoka a mis au point dans le cadre d'un projet financé par le ministère en charte de l'agriculture un conteneur à double zone de température pour l'expédition de fruits et légumes.

Développement d'un container spécifique fruits et légumes

Une équipe de recherche de la préfecture de Fukuoka a mis au point dans le cadre d'un projet financé par le ministère en charte de l'agriculture un conteneur à double zone de température pour l'expédition de fruits et légumes. Le conteneur est équipé d'un seul climatiseur, tout comme les conteneurs traditionnels, mais il peut être utilisé pour définir deux plages de température différentes, aidant ainsi les utilisateurs à réduire les coûts. L'équipe de recherche a analysé les débits d'air et les changements de température dans le conteneur, et ajusté les conduits et les ventilateurs pour créer deux zones de température avec un écart maximal de 20°C. Le conteneur peut ainsi transporter une charge



mixte de produits sensibles aux basses températures, tels que des concombres et des aubergines, avec d'autres produits comme des fruits qui doivent être eux stockés à basse température. L'équipe a mis également au point un dispositif de génération de plasma spécialement conçu pour décomposer le gaz éthylène et retarder la dégradation des produits agricoles. Le conteneur a été testé sur près de 40 produits agricoles. Les promoteurs espèrent que les conteneurs permettront d'exporter des produits agricoles japonais de grande qualité en petits lots. Les exportateurs japonais commercialisant des petits volumes préfèrent mélanger différents produits en une seule charge mais la température appropriée pendant l'expédition diffère selon les produits, et un contrôle inadéquat de la température pourrait nuire à leur qualité. Le conteneur sera testé pour l'exportation de produits agricoles cultivés dans les préfectures de Fukuoka, Kumamoto et Kagoshima vers Hong Kong en juin et de nouveau en décembre. Il faut quatre à cinq jours pour expédier des produits du Japon à Hong Kong, et environ 10 jours au total avant que les produits ne soient commercialisés après le dédouanement. Une température appropriée et un contrôle du gaz d'éthylène peuvent maintenir les produits dans un bon état de fraîcheur pendant leur livraison.

Politique alimentaire et sanitaire

Alimentation

JAPON

La principale préoccupation du consommateur japonais reste la sécurité sanitaire à 42,9%.

La sécurité sanitaire reste la principale préoccupation

La Japan Finance Corporation (JFC) a mené une enquête en janvier auprès de 2 000 personnes âgées de 20 à 70 ans en leur demandant qu'elles sont leurs principales préoccupations au moment de l'achat de produits alimentaires. L'enquête a révélé que la principale préoccupation restait la sécurité sanitaire, à 42,9%, en baisse de 1,7 point par rapport à l'enquête précédente de juillet 2017. Ensuite 35,1% des personnes interrogées (en hausse de 2,3 points) se préoccupent du prix, s'intéressant aux produits à bas prix.

Fièvre aphteuse

CORÉE

La Corée a achevé la vaccination contre la fièvre aphteuse de type A des élevages porcins mi-avril.

Fin de la vaccination des élevages porcins

La Corée a achevé la vaccination contre la fièvre aphteuse de type A des élevages porcins mi-avril pour empêcher la propagation de l'épidémie. Le ministère en charge de l'agriculture a intensifié ses efforts de lutte contre la fièvre aphteuse après l'apparition du premier foyer le 2 mars dans une ferme porcine à Gimpo, à l'ouest de Séoul. Depuis, plus de 10 000 porcs ont été abattus dans tout le pays.

Antibiotique

JAPON

Selon une étude du ministère en charge de la santé, la moitié des poulets commercialisés au Japon sont porteurs de bactéries résistantes aux antibiotiques.

Bactéries résistantes aux antibiotiques

Selon une étude du ministère en charge de la santé (MHLW), la moitié des poulets commercialisés au Japon sont porteurs de bactéries résistantes aux antibiotiques. Manger cette viande ne présente aucun danger pour les personnes en bonne santé, mais ces bactéries peuvent entraîner des complications difficiles à traiter avec des antibiotiques chez les personnes âgées ou chez les malades au système immunitaire affaibli. Les chercheurs ont testé 550 spécimens de poulets importés et japonais. Des bactéries résistantes aux antibiotiques ont été retrouvées dans 49% de l'ensemble des échantillons examinés. L'administration d'antibiotiques pour promouvoir la croissance des animaux d'élevage favorise l'apparition de bactéries résistantes aux antibactériens, expliquent les chercheurs. Dans le passé, la présence de bactéries résistantes aux antibiotiques avait déjà été détectée chez des poulets, mais jamais dans de telles proportions. Les chercheurs mettent en garde contre l'abus d'antibiotiques et demandent d'éviter leur utilisation sans raison médicale valable. La *Japan*



Chicken Association invite le gouvernement à lancer un plan national de réduction de l'utilisation des antibiotiques dans les élevages afin de diminuer la présence des bactéries résistantes aux antibiotiques.

Antibiotique suite

CORÉE

La Corée a décidé de retirer près de 500 tonnes de poulets congelés importés des Etats-Unis d'Amérique contenant des résidus d'antibiotiques.

Près de 500 tonnes de poulets américains retirées du marché

La Corée a décidé de retirer près de 500 tonnes de poulets congelés importés des Etats-Unis d'Amérique contenant des résidus d'antibiotiques a indiqué le ministère en charge de la sécurité alimentaire (MFDS). 368 tonnes ont été importées par Tyfood et 92 tonnes par un autre importateur coréen. Les poulets étaient contaminés à hauteur de 0,0006 et 0,0033 milligramme de semicarbazide (SEM) ou de nitrofuranes. Le ministère a également demandé à ceux qui ont acheté les poulets de les retourner au lieu d'achat, et signalé qu'il procédera à un contrôle renforcé de tous les poulets congelés et leurs produits importés des Etats-Unis d'Amérique pour les trois prochains mois.

Viande versus riz

JAPON

Au cours des 10 dernières années, les dépenses en viande des Japonais ont bondi de 20% et celles en pain de 10% tandis que le budget dévolu au riz a chuté de 20% sur la période.

Changement des habitudes alimentaires

Au cours des 10 dernières années, les dépenses en achat de viande des Japonais ont bondi de 20% et celles en pain de 10% tandis que le budget dévolu au riz a chuté de 20% sur la période. Ces évolutions témoignent des changements au niveau des habitudes alimentaires des Japonais. L'évolution des dépenses mensuelles alimentaires moyennes des ménages d'au moins deux personnes entre 2007 et 2017 montrent clairement ces tendances. Les montants consacrés à l'achat de viande ont progressé de 19% à 7 355 JPY (59 EUR). Dans le même temps, les dépenses en vin ont bondi de 37%. Le vin est aujourd'hui présent sur de nombreuses tables japonaises. Les dépenses en achat de légumes et d'algues n'ont progressé que de 6%, mais cette augmentation est en partie due aux hausses de prix consécutives à des conditions climatiques défavorables et non à une réelle augmentation de la consommation. L'augmentation de la consommation de plats préparés est une autre grande tendance alimentaire de ces dernières années. Le budget alloué à l'achat de plats préparés a progressé de 19% en 10 ans, une évolution semblable à celle des dépenses en viande. Les producteurs comptent sur les plats préparés et les repas à l'extérieur pour que le riz demeure l'aliment de base des Japonais. Enfin, comme pour le riz, les dépenses en achat de poisson, autre aliment japonais par excellence, ont chuté de 24%.

Poulet

JAPON

De nouveaux cas de fraude ont été constatés dans trois unités de production appartenant au géant de la viande brésilien BRF. L'affaire intervient un an après le scandale de la viande avariée qui avait conduit le Japon à suspendre les importations de viande provenant de 21 centres de production brésiliens et à renforcer les contrôles sur les volailles provenant d'autres installations.

Contrôles renforcés sur les exportations brésiliennes

De nouveaux cas de fraude ont été constatés dans trois unités de production appartenant au géant de la viande brésilien BRF. L'affaire intervient un an après le scandale de la viande avariée qui avait conduit le Japon à suspendre les importations de viande provenant de 21 centres de production brésiliens et à renforcer les contrôles sur les volailles provenant d'autres installations. Environ 70% des poulets importés au Japon provenaient du Brésil. À la suite de ces mesures, les volumes de poulet brésilien au Japon ont diminué. Selon les prévisions les importations de poulet brésilien ont chuté de 16% en avril sur un an à 31 600 tonnes. Selon l'association professionnelle Agriculture & Livestock Industries Corporation, les stocks fin mars 2017 étaient inférieurs de 13% à ceux du même mois 2016 à 135 700 tonnes. La baisse des quantités disponibles sur le marché est à l'origine d'une augmentation des prix. En avril, le prix du kilo de cuisses de poulet brésilien s'est élevé à 380 JPY (3 EUR), en hausse de 3% sur un an. Cette fois, le gouvernement brésilien a annoncé qu'aucune fraude n'avait été observée sur les produits destinés au Japon. Les importations devraient donc pouvoir se poursuivre mais avec des inspections à l'import renforcées. Plusieurs grossistes soulignent que les fraudes répétées sur la viande brésilienne conduisent à une suspicion généralisée. Par ailleurs, les frais d'inspection lors de



l'entrée sur le territoire japonais sont à la charge des importateurs qui pourraient refuser ce surcoût et se tourner vers la production thaïlandaise.

Orge d'Australie

JAPON

Le ministère en charge de l'agriculture a déclaré avoir détecté des résidus de pesticides dépassant les normes japonaises autorisées dans de l'orge importée d'Australie par Itochu Corp.

Résidus de pesticides dépassant les normes japonaises

Le ministère en charge de l'agriculture a déclaré avoir détecté des résidus de pesticides dépassant les normes japonaises autorisées dans de l'orge importée d'Australie par Itochu Corp et livrée à Nishida Barley Processing basée à Yatsushiro, dans la préfecture de Kumamoto. L'orge contenait des résidus d'azoxystrobine, utilisé comme pesticide, d'une teneur cinq fois plus élevée que la norme autorisée par la loi japonaise en matière d'hygiène alimentaire. Selon le ministère et Itochu, il est peu probable que l'orge contaminée cause des dommages à la santé. Le ministère doit enquêter sur d'autres expéditions d'orge en provenance d'Australie pour vérifier si d'autres lots ont été contaminés. La maison de commerce Itochu sera suspendue de la participation aux appels d'offres pour les importations de blé, d'orge et de riz dans le cadre des systèmes d'importation du pays.

Fukushima

CORÉE - JAPON

Le ministère coréen en charge du commerce a annoncé avoir interjeté appel de la décision de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) de limiter les importations de produits de la mer japonais suite à la catastrophe nucléaire de Fukushima.

Appel de la décision de l'OMC

Le ministère coréen en charge du commerce a annoncé avoir interjeté appel de la décision de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) de limiter les importations de produits de la mer japonais suite à la catastrophe nucléaire de Fukushima. Le Japon a officiellement déposé une plainte auprès de l'OMC en 2015 pour contester les interdictions d'importation imposées par la Corée ainsi que les tests supplémentaires sur le poisson pêché dans huit préfectures près de Fukushima. L'OMC avait statué en octobre que les mesures de la Corée pouvaient être justifiées peu après la catastrophe nucléaire de 2011, mais que leur maintien violait l'accord sanitaire et phytosanitaire (SPS) de l'OMC. Le rapport a été rendu public en février. Le gouvernement coréen avait déjà déclaré juste après la décision de l'OMC qu'il maintiendrait les restrictions actuelles jusqu'à ce qu'une décision finale soit prise. Selon les règles de l'OMC, la Corée disposait d'un certain nombre de jours pour interjeter appel, appel suspensif de la décision. Selon le ministère en charge de la sécurité alimentaire (MFDS), 46 pays ont adopté des restrictions à l'importation des produits agricoles et agroalimentaires japonais après la catastrophe nucléaire de 2011, et ces mesures sont toujours en vigueur dans 24 pays. Parmi eux, neuf pays ont désigné dans leur réglementation des préfectures proches de la centrale nucléaire pour pouvoir interdire les importations de produits de la mer, mais le Japon n'a déposé sa plainte auprès de l'OMC qu'à l'encontre de la Corée du Sud. Le Japon a exporté au total 708 566 tonnes de produits de la mer vers la Corée depuis mars 2011, et la Corée a rapporté que 0,03% de ces exportations nécessitaient des tests de niveau de radiation.

Cervidés

JAPON

Le ministère en charge de l'agriculture a suspendu les importations de cervidés et de produits dérivés en provenance de Finlande le 13 avril.

Suspension des importations de Finlande

Le ministère en charge de l'agriculture a suspendu les importations de cervidés et de produits dérivés en provenance de Finlande le 13 avril. Les autorités sanitaires finlandaises avaient lancé une alerte le même jour après confirmation de cas de « Dépérissement Chronique des Cervidés », une forme d'Encéphalopathie Spongiforme Transmissible – EST (*ndlr : en espérant qu'une réouverture pourra intervenir avant le 24 décembre*).



Activité sectorielle

Club Agro

JAPON

A moins d'un an de l'entrée en vigueur de l'APE qui devrait intervenir au cours du premier trimestre 2019, cette rencontre semestrielle a permis de présenter les conséquences de l'APE et les conditions que devront satisfaire les entreprises pour en bénéficier.

Première réunion de l'année toujours sous le signe de l'APE

Le premier Club Agro de l'année qui s'est déroulé le vendredi 20 avril, à l'Ambassade de France, a été marqué par l'intervention de M. Makoto FUJISHIRO, directeur général du service des douanes de Tokyo qui a expliqué à la trentaine de personnes présentes l'organisation et le fonctionnement des douanes de Tokyo. Mais à moins d'un an de l'entrée en vigueur de l'APE qui devrait intervenir au cours du premier trimestre 2019, cette rencontre semestrielle a permis à Mme Laurence AUDRIN, responsable du pôle Agro Tech de Business France au Japon, de présenter les conséquences de l'APE et les conditions que devront satisfaire les entreprises pour en bénéficier, tandis que M. Charles DURAND, Directeur de Sopexa-Japon a dressé un panorama général des débouchés pour les exportations alimentaires. Les interventions portant sur l'accès au marché japonais, le démantèlement des barrières douanières et l'ouverture des quotas ont suscité de nombreuses réactions soulignant le besoin d'informations pratiques des entreprises sur la mise en œuvre de l'accord. Les discussions sur l'APE seront à l'ordre du jour de la prochaine réunion qui se tiendra à l'automne et auront pour objectif de donner aux entreprises les informations les plus utiles sur le plan opérationnel pour bénéficier de l'accord et augmenter leurs échanges avec le Japon.

Bonjour France

JAPON

Pour la quatrième année consécutive, Bonjour France se tient du 8 avril au 11 mai pour mettre en valeur au cours d'une série d'événements, l'art de vivre à la française. « France, Mon Amour » est le fil conducteur des différents événements culturels et gastronomiques qui se dérouleront tout au long du mois.



Evènements culturels et gastronomiques

Pour la quatrième année consécutive, Bonjour France se tient du 8 avril au 11 mai pour mettre en valeur au cours d'une série d'événements, l'art de vivre à la française. « France, Mon Amour » est le fil conducteur des différents événements culturels et gastronomiques qui se dérouleront tout au long du mois. Parmi les événements, la « French week » (11 au 14 avril) du prestigieux magasin Isetan dans le quartier de Shinjuku à Tokyo, et la « France Fair » (25 au 30 avril) au magasin Isetan de Kyoto ont permis à des artisans, créateurs et représentants de marques venus de France de rencontrer et échanger avec un public japonais intéressé par la culture et les produits français. De nouveaux espaces de restauration permettaient de déguster sur place des produits français. Pour les produits gourmets, les magasins Isetan présentaient entre autres, les cafés Richard, torréfacteur gardien du savoir-faire gastronomique français, le Comptoir du Cacao et l'Atelier du Chocolat dans la tradition du savoir-faire artisanal des maîtres chocolatiers, Groix & Nature qui confectionne sur l'île de Groix, des rillettes et des plats cuisinés, la maison de thé Janat qui célèbre cette année son 145^{ème} anniversaire et la marque de thé traditionnel Nina's Marie-Antoinette fondée en 1672, qui a sa boutique-musée place Vendôme à Paris, la Mère Mimosa première marque française de granola artisanal 100% bio, les confitures Comtes de Provence, le sucre La Perruche, le sel le Saunier de Camargue, les eaux minérales Saint-Géron, les galettes Saint-Michel, les vins de la cave de Tain l'Hermitage, du Domaine de Saint Andrieu, de Jaillance, Mas de Daumas Gassac, de Moulla, Rosélégance, les champagnes Perrier-Jouët et ainsi que la bière Jenlain et les jus de fruits Alain Millat.

Bio

JAPON

Après avoir testé sa formule depuis fin 2016 dans un premier magasin à Tokyo, Bio c'Bon a inauguré le 20 avril un

Bio c'Bon ouvre un deuxième magasin à Tokyo

Après avoir testé sa formule depuis fin 2016 dans un premier magasin à Tokyo, Bio c'Bon a inauguré le 20 avril un deuxième magasin à Tokyo dans le quartier de Naka-Meguro. La société annonce au moins sept autres ouvertures d'ici à la fin de l'année. La coentreprise Bio c'Bon Japon est détenue à 50% par Bio c'Bon



deuxième magasin à Tokyo. La coentreprise Bio c'Bon Japon est détenue à 50% par Bio c'Bon France et 50% par Aeon, le principal distributeur au Japon. En 2017 le marché du bio a atteint au Japon un montant limité à 1,5 Md d'EUR.

France et 50% par Aeon, le principal distributeur au Japon. En 2017 le marché du bio a atteint au Japon un montant limité à 1,5 Md d'EUR (contre 8 Md en France), mais Bio c'Bon et Aeon anticipe un développement similaire à celui de la France au fil de la prise de conscience des enjeux de sécurité sanitaire et de l'attention accrue que les consommateurs japonais accordent à leur santé. En attendant l'enjeu majeur est de trouver plus de fournisseurs car faute de demande les agriculteurs et producteurs japonais se sont jusqu'à maintenant peu intéressés à ce segment. Seulement 0,2% de la production agricole japonaise serait bio. Les acheteurs de la coentreprise sont ainsi amenés à faire en permanence le tour du pays pour alimenter le et maintenant les deux magasins. En fruits et légumes, 200 références permettent aujourd'hui d'assurer la fraîcheur exigée par la clientèle japonaise.

Boulangerie

JAPON

Maison Landemaine a ouvert sa seconde boutique au Japon,

Maison Landemaine ouvre une seconde boutique à Tokyo

Après le succès de sa boulangerie située dans le quartier de Roppongi, Maison Landemaine, qui compte 14 points de vente parisiens, a ouvert le 16 avril 2018 sa seconde boutique au Japon, dans le quartier d'affaires d'Akasaka. Au-delà des produits classiques, pains, viennoiseries, la boulangerie propose de la petite restauration avec des tartes flambées salées et sucrées. On y trouve également un espace libre-service avec une offre de sandwiches et d'encas déjà préparés. Ces offres rencontrent de plus en plus de succès d'où leur présence dans les boulangeries japonaises.

Poulet

CORÉE

Les ventes des principaux restaurants franchisés de poulet ont augmenté en 2017 par rapport à 2016. Les restaurants franchisés sont toutefois confrontés à une concurrence intense qui rend difficile l'augmentation des prix alors qu'ils sont confrontés à une hausse des coûts salariaux, des frais de location et des prix des matières premières.

Les ventes des restaurants franchisés progressent

Les ventes des principaux restaurants franchisés de poulet ont augmenté en 2017 par rapport à 2016. Kyochon, la principale franchise, a enregistré une augmentation de 9,5% à 318,8 Md de KRW (223 M d'EUR) de ventes l'année dernière par rapport à l'année précédente. BHC a connu une hausse de 2,8% à 239,1 Md, suivie de BBQ à 235,3 Md, en hausse de 7,1%. Le nombre de magasins franchisés de Kyochon est passé de 1 017 à 1 038, de 1 395 à 1 439 pour BHC et de 1 400 à 1 490 pour BBQ. Les restaurants franchisés subissent toutefois une concurrence intense qui rend difficile l'augmentation des prix alors qu'ils sont confrontés à une hausse des coûts salariaux, des frais de location et des prix des matières premières. Dans ces conditions un nombre important de restaurants pourrait fermer. En 2016, le nombre de fermetures avait progressé de 10% par rapport à 2015 et ce chiffre pourrait augmenter en 2017 et en 2018. Jusqu'à présent le nombre de fermetures a été compensé par le nombre d'ouvertures car malgré un marché saturé, l'ouverture d'un restaurant franchisé de poulet reste toujours l'option favorite des investisseurs et travailleurs indépendants.

Emplois jeunes

CORÉE

BHC Co., entreprise de restaurants franchisés de poulet frit, a annoncé investir 17 Md de KRW (12 M d'EUR) pour créer des emplois pour les jeunes.

BHC investit 16 M d'USD dans des emplois jeunes

BHC Co., entreprise de restaurants franchisés de poulet frit, a annoncé investir 17 Md de KRW (12 M d'EUR) pour créer des emplois pour les jeunes : 15 Md seront prêtés sans intérêt à des jeunes pour ouvrir des succursales et 2 Md pour soutenir leur activité. BHC a indiqué qu'elle prêterait de 50 à 200 M de KRW par restaurant pour une période de remboursement de 10 ans. L'exploitant de la franchise prévoit d'ouvrir 120 à 150 nouveaux restaurants et créer 500 à 600 nouveaux emplois. Cette annonce intervient alors que le gouvernement coréen veut s'attaquer au taux de chômage élevé des jeunes.

Produits alimentaires

CORÉE

Les entreprises agroalimentaires

Développement des aliments faibles en calories

Les entreprises agroalimentaires coréennes veulent séduire les consommateurs coréens soucieux de leur santé avec des aliments faibles en calories. Ainsi, Binggrae Co. a récemment commencé à commercialiser sa crème glacée *Beauty*



coréennes veulent séduire les consommateurs coréens soucieux de leur santé avec des aliments faibles en calories.

Magasins de proximité

JAPON

Les exploitants des magasins de proximité se concentrent davantage sur la vente de plats cuisinés à base d'aliments plus sains, avec plus de légumes et moins d'additifs alimentaires. Cette stratégie vise à attirer une clientèle féminine et une clientèle plus âgée soucieuse de sa santé alors que globalement à cause de la forte concurrence dans la distribution la clientèle des magasins de proximité semble stagner. Les magasins de proximité espèrent également éliminer la mauvaise image actuelle de leurs plats cuisinés.

Magasins de proximité

CORÉE

L'ensemble des grandes chaînes de magasins de proximité ont depuis plusieurs mois élargi leurs offres d'aliments frais. Elles commencent maintenant à se positionner sur des produits haut de gamme.

Inside, de 110 millilitres avec des édulcorants naturels qui n'affiche que 70 kilocalories et qui contient 50% moins de sucre et 80% moins de matière grasse que d'autres crèmes glacées. Lotte Confectionery Co. a également introduit une crème glacée hypocalorique en utilisant des édulcorants naturels de chrysanthème et stevia. La crème glacée contient 12,5 grammes de fibres alimentaires et n'affiche que 280 kcal, soit environ le tiers des calories d'une portion moyenne de crème glacée. Nongshim commercialise une soupe de nouilles (ramyeon) fermentées avec des crevettes affichant 360 kcal, inférieure à la moyenne de 500 kcal des ramyeons. Pulmuone Foods Co. a également récemment lancé un ramyeon tonkotsu (au porc) de 375 kcal.

Progression des ventes d'aliments plus sains

Les exploitants des magasins de proximité se concentrent davantage sur la vente de plats cuisinés à base d'aliments plus sains, avec plus de légumes et moins d'additifs alimentaires. Cette stratégie vise à attirer une clientèle féminine et une clientèle plus âgée soucieuse de sa santé alors que globalement à cause de la forte concurrence dans la distribution la clientèle des magasins de proximité semble stagner. Les magasins de proximité espèrent également éliminer la mauvaise image actuelle de leurs plats cuisinés. En mars, 7-Eleven Japan Co. a commencé à placer des autocollants sur des produits répondant aux normes de santé de l'entreprise, dont l'un consiste à utiliser au moins la moitié de la quantité quotidienne recommandée de légumes. Actuellement, une dizaine de produits porte l'étiquette, dont une soupe précuite avec 240 grammes de légumes. Les ventes de toutes les soupes ont augmenté de 20% en 2017 par rapport à 2016. Des bento avec plus de légumes sont également proposés et 7-Eleven espèrent ajouter rapidement plus de plats dans sa gamme d'aliments sains. 7-Eleven Japan n'utilise également plus de levure artificielle dans ses produits de panification comme Lawson, qui offre également des plats cuisinés contenant des portions de légumes plus importantes et vend une série de bento avec beaucoup de légumes appelé « Motto! Yasai » (Plus! Légumes) comprenant environ la moitié de l'apport quotidien recommandé par les autorités (350 grammes de légumes). L'entreprise, soucieuse déjà de la provenance et de la fraîcheur de ses ingrédients prévoit aussi de proposer des assaisonnements plus légers. Grâce à l'augmentation de ces produits, les ventes chez Lawson d'aliments censés être plus sains devraient atteindre les 300 Md de JPY (2,4 Md d'EUR) au cours de l'exercice financier clos en février 2018, contre 60 Md pour l'exercice clos en février 2014. FamilyMart a commencé à la fin du mois dernier à commercialiser des sandwiches avec du pain à base de farine de blé entier, riche en fibres et en vitamines. La société vise à doubler d'ici la fin de l'année le nombre de produits alimentaires sains qu'elle commercialise. FamilyMart a aussi cessé d'utiliser du jambon avec du phosphate dans ses sandwiches.

Montée en gamme sur les produits frais

L'ensemble des grandes chaînes de magasins de proximité ont depuis plusieurs mois élargi leurs offres d'aliments frais. Elles commencent maintenant à se positionner sur des produits haut de gamme. Ainsi, GS25 proposent depuis le début du mois des steaks dans toutes ses succursales à l'échelle nationale avec une barquette de 170 grammes de longe supérieure ou de 150 grammes de longe de viande bovine australienne Black Angus au prix de 9 900 KRW (6,93 EUR). La viande fraîche était vendue auparavant souvent coupée en très fines tranches pouvant être grillées ou marinées dans les plats traditionnels. Le steak est maintenant un plat apprécié des consommateurs coréens qui veulent pouvoir le cuisiner chez eux mais qui avaient des difficultés à en acheter en dehors des épiceries spécialisées.

**Bière suite****CORÉE**

Oriental Brewery a fait l'acquisition d'une entreprise de bières artisanales, The Hand & Malt Brewing Company. Le montant de l'acquisition se serait élevé à environ 9,4 M d'USD.

Oriental Brewery acquiert Hand & Malt Brewing Company

Une filiale d'Oriental Brewery, connue pour sa marque Cass, a fait l'acquisition d'une entreprise de bières artisanales, The Hand & Malt Brewing Company. C'est la première fois que l'unité coréenne d'Anheuser-Busch InBev (AB InBev), le principal brasseur mondial, achète une brasserie artisanale coréenne. Aux termes de l'accord, ZX Ventures, filiale d'Oriental Brewery créée il y a 20 mois, a acquis une participation de 100% dans The Hand & Malt Brewing Company Hands and Malt, dont l'actuel président et fondateur, M. Bryan DO, conservera son poste. M. DO avait lancé sa brasserie avec plusieurs investisseurs privés en 2014 après avoir dirigé deux restaurants et travaillé chez Microsoft Korea comme responsable des relations publiques, du marketing et des ventes. L'entrepreneur américano-coréen de 45 ans a déclaré qu'il disposait de ressources financières limitées pour investir dans de nouveaux produits par rapport aux grands acteurs. Le montant de l'acquisition se serait élevé à environ 10 Md de KRW (9,4 M d'USD). ZX Ventures a plusieurs marques dans son portefeuille mais elles sont toutes étrangères. L'une des plus connues est Goose Island, une brasserie basée à Chicago et achetée par AB InBev en 2011. ZX Ventures s'est réjoui d'avoir une marque de bière artisanale représentant la Corée, considérant que les bières de The Hand & Malt Brewing Company peuvent se développer à l'échelle internationale, en grande partie parce que sa gamme est unique et expérimentale. Ainsi, pour une bière blonde, le fabricant coréen utilise des feuilles de perilla, connues en Corée sous le nom de "kkaetnip", à la place du houblon, et sa bière K Weisse est faite avec du lactobacille de kimchi et est exportée au Japon. Après son acquisition, The Hand & Malt Brewing Company augmentera sa capacité de production et continuera de développer de nouvelles bières artisanales en utilisant des ingrédients locaux (ail, poivre vert, poire, etc.).

Barre de céréales**CORÉE**

Le marché coréen des barres de céréales a progressé de 19,6% en 2017 par rapport à 2016.

Les ventes progressent de près de 20%

Le marché coréen des barres de céréales a progressé de 19,6% en 2017 par rapport à 2016. La taille du marché des barres de céréales est estimée à environ 49 Md de KRW (46 M d'USD). Dongsuh Foods, une importante entreprise agroalimentaire coréenne, a déclaré que ses ventes de barres de céréales ont augmenté principalement en raison de l'augmentation des ménages d'une personne qui représentaient 27,2% des ménages en 2015 et devraient en représenter 29,6% en 2018.

Produits laitiers**CORÉE**

Le chiffre d'affaires de Korea Yakult a atteint les 1 300 Md de KRW en 2017, soit une augmentation de 5,2% par rapport aux 980 Md de l'année précédente. Au cours de la même période, son bénéfice d'exploitation a atteint 108 Md de KRW, soit une augmentation de 4,3%. Le seul chiffre d'affaires des produits laitiers fermentés et des yaourts a représenté 1 000 Md de KRW (940 M d'USD).

Le chiffre d'affaires de Korea Yakult progresse de 5,2%

Le chiffre d'affaires de Korea Yakult a atteint les 1 300 Md de KRW (910 M d'EUR) en 2017, soit une augmentation de 5,2% par rapport aux 980 Md de l'année précédente. Au cours de la même période, son bénéfice d'exploitation a atteint 108 Md de KRW, soit une augmentation de 4,3%. Le seul chiffre d'affaires des produits laitiers fermentés et des yaourts a représenté 1 000 Md de KRW (940 M d'USD). En 2008, l'entreprise avait déjà réalisé un chiffre d'affaires de l'ordre de 1 000 Md de KRW, mais avait depuis connu des difficultés en raison de la stagnation du marché des boissons fermentées et de la croissance lente de ses autres activités. En 2012, Korea Yakult avait même dû se séparer de sa division de nouilles instantanées Paldo. En 2016, Korea Yakult a étendu son service de vente de porte à porte en embauchant davantage de vendeurs. L'entreprise exploite un total de 8 000 chariots mobiles qui permettent aux vendeurs de Yakult de livrer des produits frais aux particuliers et aux employés de bureaux. L'entreprise a également diversifié ses gammes de produits, comme du café infusé à froid et des craquelins au fromage, qui ont remporté un fort succès chez les jeunes consommateurs. À la fin de l'année dernière, porté par le renforcement de ses ventes, Korea Yakult a également lancé la marque



d'aliments prêts-à-manger EatsOn ainsi qu'un service de livraison porte-à-porte. Ses produits appelés Meal Kit sont devenus populaires auprès des ménages célibataires. La société a également lancé un centre commercial en ligne appelé hyFresh, qui permet aux clients de faire des réservations en ligne pour recevoir des produits.

Boissons halal

CORÉE

Paldo Co., une entreprise alimentaire coréenne, a obtenu un certificat halal du Conseil indonésien d'Ulama pour ses boissons pour enfants de la marque Pororo.

Paldo obtient un certificat halal pour ses boissons

Paldo Co., une entreprise alimentaire coréenne, a obtenu un certificat halal du Conseil indonésien d'Ulama pour ses boissons pour enfants de la marque Pororo. La taille du marché des boissons en Indonésie était estimée à 5 Md d'USD en 2016, en hausse de 60% par rapport à 2012. Les ventes de boissons Pororo dans les pays d'Asie du Sud-Est ont atteint les 5 Md de KRW (3,5 M d'EUR) en 2017. Lancée en 2007, la marque de boissons pour enfants est actuellement exportée dans une quarantaine de pays avec un chiffre d'affaires annuel de 50 Md de KRW en 2017. Pororo Drinks, une marque de Paldo, est le produit n°1 sur le marché des boissons pour enfants en Corée, mais 50% du chiffre d'affaires de la société est réalisé à l'étranger et un objectif de 60% est fixé pour un proche avenir.

Raviolis

CORÉE

L'usine de la nouvelle filiale, CJ Raviollo Rus, a commencé à produire des raviolis congelés. CJ Cheiljedang a déclaré vouloir continuer à investir pour améliorer les installations et passer de 50 Md de KRW de chiffres en 2018 à 130 Md dans les trois prochaines années.

CJ Cheiljedang Corp lance sa production en Russie

CJ Cheiljedang Corp., premier fabricant d'aliments transformés en Corée, a déclaré avoir récemment achevé la modernisation que son unité de production de raviolis à Saint-Pétersbourg en Russie. La société coréenne avait fait l'acquisition l'année dernière d'une entreprise de produits surgelés pour un montant de 30 Md de KRW (28 M d'USD). L'usine de la nouvelle filiale, CJ Raviollo Rus, a commencé à produire des raviolis congelés. CJ Cheiljedang a déclaré vouloir continuer à investir pour améliorer les installations et passer de 50 Md de KRW de chiffres en 2018 à 130 Md dans les trois prochaines années. CJ Cheiljedang a déclaré que son entreprise en Russie devait lui permettre d'exporter sur le marché européen. Le fabricant coréen de produits alimentaires prévoit que les ventes de ses raviolis Bibigo atteignent les 1 000 Md de KRW d'ici 2020, et que 70% de son chiffre d'affaires soient réalisés à l'étranger.

Agenda à venir

JAPON – 18 au 20 mai

Apéritif à la Française

FRANCE – 20 au 25 mai

Assemblée générale de l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE) à Paris

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 30/04/2018

Version originale