

Point actualités Coronavirus Japon (23/03)
FAM d'après informations SER / CAA de la zone

Au Japon, le commerce de détail se porte bien selon nos opérateurs (y compris les ventes de vin, pour une consommation à domicile), les ventes par internet augmentent fortement (pas de chiffres à ce stade car c'est assez nouveau pour le Japon).

En février 2020, les ventes de produits surgelés ont augmenté de 11.6% par rapport à février 2019. Les restaurants sont ouverts (pas de confinement) mais ont moins de clients (surtout le haut de gamme : annulation des célébrations en groupe, repas d'affaires rares).

La presse japonaise fait état du marasme des ventes de produits haut de gamme. En effet, cette saison est celle de beaucoup de fêtes (hanami, la fête des cerisiers en fleurs) et célébrations qui sont annulées. Le prix du marché de gros de la viande bovine, les melons et le thon est en baisse considérable (moins 14% pour la viande bovine persillée). Les mesures de restriction pour les visiteurs en provenance de la Chine et du Corée du Sud mis en vigueur le 9 mars, va encore aggraver la situation puisque ceux-ci sont clients de restaurants haut de gamme.

Le problème majeur pour nos exportateurs est logistique, effet induit de l'ensemble de du ralentissement du commerce mondial : pénurie des équipements frigorifiques (containers), réduction du fret aérien (de nombreuses compagnies aériennes ont confirmé l'arrêt des vols depuis la France). De plus, la grande distribution au Japon impose la règle des 1/3 – 2/3, stipulant qu'il faut pouvoir garantir minimum 2/3 de la durée de vie en magasin, ce qui accentue la pression sur les stocks sur place utilisables.