



FOODEX TOKYO – DU 9 AU 12 MARS 2021

LES CHIFFRES 2019

- 80 500 visiteurs.
- 3 300 exposants (dont 41 exposants en V&S sur le Pavillon France) de 90 pays.
- une surface d'exposition de 33 000 m².
- 82,6 % des visiteurs sont satisfaits ou très satisfaits de leur visite à l'édition 2019
- 98,9 % des visiteurs comptent renouveler leur visite en 2020
- 100 % des exposants satisfaits ou très satisfaits de leur participation

The 46th International Food and Beverage Exhibition



LE MARCHÉ DU JAPON

> Salon professionnel n° 1 en Asie pour l'alimentation et les boissons et le Japon reste la porte d'entrée des marchés asiatiques, particulièrement Taïwan, Corée et Chine.

> Le marché japonais offre de nombreuses possibilités et débouchés en termes de produits de niche, les plats prêts à l'emploi et les aliments « haut de gamme » et les consommateurs japonais apprécient les nouvelles expériences.

> 3^{ème} économie mondiale, avec une population de 127 millions d'habitants, le Japon importe 60 % de ses produits alimentaires.

> La nation japonaise détient l'un des niveaux de vie parmi les plus élevés du monde. La plupart des consommateurs a donc un fort pouvoir d'achat ce qui représente alors une formidable opportunité.

> En 2019, les importations de produits alimentaires au Japon (toutes origines, y compris boissons alcoolisées) s'élevaient à 65,6 milliards d'€, tandis que ses exportations s'élevaient à 6,5 milliards d'€.

> Le marché de la Boulangerie Viennoiserie Pâtisserie, en croissance régulière depuis plusieurs années, s'élevait à 18 milliards d'€ en 2018 (source Euromonitor). Les habitudes de consommation des japonais et des occidentaux ont de plus en plus tendance à se rapprocher.

> En 2019, les produits laitiers présentent de vraies opportunités pour les produits français. Les produits français se placent loin derrière les pays océaniques et les Etats-Unis, mais font leur entrée parmi les 3 principaux pays européens fournisseurs du Japon (avec les Pays-Bas et l'Allemagne).

> Le Japon est le 1^{er} importateur de viande de porc au monde. En 2019, les importations de viandes au Japon s'élevaient à 9,7 milliards d'€.

> Le Japon est le 1^{er} marché d'Asie pour le chocolat avec de nombreux grands événements comme la Saint-Valentin/White Day. Avec 2 118 tonnes de chocolat et confiserie importées en 2019, la France est le 5^{ème} fournisseur du Japon en volume.

> Le marché du surgelé est en croissance continue en volume d'après l'association des surgelés japonais avec 2,951 millions de tonnes en 2019 (< 2 millions de tonnes en 1996) dont 45,9 % sont issus de l'importation (part en augmentation constante depuis 2016).

Impacts du Covid-19 au Japon :

D'après le Japan Consuming, le tourisme était en baisse de 40,4 % en février avec un taux d'occupation des hôtels d'à peine 53 %. Les chaînes de grands magasins, dont une part importante de l'activité est générée par le tourisme, ont déclaré des ventes en baisse s'étalant entre -28 % et -55 %.

A l'inverse, certains formats de vente au détail ont bénéficié de la crise dans une certaine mesure : d'après la Japan Chain Store Associations (JCA) si une baisse de 4,5 % des ventes a été enregistrée en avril sur les 10770 magasins de ses 56 membres, les ventes d'alimentation ont en revanche augmenté de 9,5 %.