

# Le JAPON à la page

## SOMMAIRE

**1/ TRIBUNE** **1/ LES BRÈVES**

**2/ ÉCONOMIE** Les données spatiales au service de la riziculture japonaise : Tenchijin déploie sa technologie

**3/ INNOVATION** Jetro met en ligne son portfolio de startups japonaises innovantes

**4/ L'INTERVIEW** Guillaume Daoulas, Ynsect

**5/ À VOS AGENDAS**

**6/ FOCUS** Electricité : le Japon passe l'été en état d'alerte

**7/ HORIZONS JAPON** Biodata Bank commercialise son bracelet intelligent en Europe

## TRIBUNE

Les attributions du bureau de Jetro Paris couvrent non seulement l'Hexagone mais aussi l'Algérie, la Tunisie et la Mauritanie. C'est précisément Tunis qui accueillait les 27 et 28 août derniers la 8<sup>e</sup> TICAD (Tokyo International Conference on African Development), conférence internationale sur la coopération entre le Japon et l'Afrique. Depuis sa création en 1993, la TICAD s'est réunie au Japon tous les cinq ans et plus récemment, au rythme de tous les trois ans, alternativement au Japon et en Afrique. Il s'agit de la deuxième réunion en Afrique, après celle de Nairobi en 2016.

Le Business Forum, organisé par Jetro au sein de la TICAD, a donné lieu à la présentation de très nombreux partenariats public/privé signés dans le cadre des quelque 94 protocoles de coopération entre le Japon et les pays africains, certainement un temps fort de cette édition.

Mais si la TICAD fête son 30<sup>e</sup> anniversaire l'année prochaine, il a été acté qu'elle devait se renouveler.

L'une des priorités de la prochaine TICAD est de veiller à ce que les pays africains n'aient pas à dépendre de mécanismes de financement étrangers injustes et opaques qui les privent de leur contrôle sur les infrastructures financées, comme les ports maritimes, dès lors qu'ils sont en incapacité de rembourser leur dette. Cela va à l'encontre du développement des pays africains.

De même devons-nous nous interroger : les objectifs de ces investisseurs peu regardants sur les Droits de l'homme et l'écologie vont-ils dans le sens des intérêts des pays africains ?

Le Japon aussi doit fournir des efforts supplémentaires. Il doit se défaire de sa vision globalisée de l'Afrique, car cet immense continent constitue un patchwork de cultures, de richesses et d'histoires très différentes. Il est temps pour le Japon d'entamer un dialogue personnalisé avec chaque région africaine.

**[Ieaki Takeda, Directeur général]**

## LES BREVES

Les restrictions de voyage au Japon s'assouplissent. Les touristes étrangers qui ne voyagent pas dans le cadre de voyages en groupe peuvent entrer au Japon à condition d'avoir préalablement réservé vols et hébergements par l'intermédiaire d'une agence de voyages accréditée. // // // // // Au Japon, les ventes sur internet ont augmenté en 2021 de 7,35 % en B2C (relations commerciales entre professionnels et consommateurs) et de 11,3 % entre professionnels (B2B) par rapport à l'année précédente, selon un rapport du Meti (« FY2021 E-Commerce Market Survey »). La part du e-commerce dans le montant total des transactions commerciales s'établit à 8,78 % en B2C et (+0,7 %) et 35,6% (+2,1 %) en B2B. // // // // // Les autorités japonaises s'inquiètent de la dépréciation rapide du yen par rapport au dollar. Le dollar s'échangeait à 144,9 yens pour 1 dollar le 14 septembre, à son plus bas niveau depuis 24 ans, contre 115 yens au 1<sup>er</sup> janvier. // // // // //

## ÉCONOMIE

## LES DONNÉES SPATIALES AU SERVICE DE LA RIZICULTURE JAPONAISE : TENCHIJIN DÉPLOIE SA TECHNOLOGIE

Les changements climatiques affectent notablement la productivité agricole. Grâce à l'analyse des images fournies par satellite, l'agriculture de précision permet de monitorer des informations essentielles aux pratiques agricoles, telles que la température du sol et l'intensité des pluies. Au Japon, la culture du riz a fait l'objet des attentions de Tenchijin. La technologie développée par cette jeune startup japonaise du domaine spatial peut s'appliquer à d'autres cultures et d'autres pays.

**D**éveloppée par une startup japonaise du secteur spatial, une méthode innovante attire l'attention au Japon et dans le monde entier. Pour faire face aux enjeux climatiques actuels, elle utilise les données des satellites d'observation de la Terre pour les appliquer à la riziculture.

La culture du riz dans l'Archipel remonterait à environ 3 000 ans. Tout au long de cette période, les Japonais ont travaillé à l'amélioration des variétés de riz et des méthodes de culture et il ne semble pas excessif d'affirmer que le riz savoureux apprécié aujourd'hui par les Japonais est le résultat de ces siècles d'efforts. Il y a peu, l'entreprise spatiale Tenchijin, Inc., labellisée par l'Agence d'exploration aérospatiale japonaise (JAXA), a commencé à aider les riziculteurs japonais de manière très innovante. « Au Japon, le secteur agricole a fait face à des challenges importants ces dernières années, notamment la pénurie de main-d'œuvre en raison du vieillissement de la population et les changements climatiques dus au réchauffement de la planète. Nous nous efforçons de surmonter ces défis en exploitant les grandes quantités de données recueillies par des satellites en orbite autour de la Terre », énonce Yasuhito Sakuraba, le PDG de Tenchijin.

### Répondre aux enjeux agricoles

Son intérêt pour les données d'observation par satellite est né d'une rencontre avec Yasutoshi Hyakusoku, actuel directeur des

opérations de Tenchijin et ingénieur de JAXA, alors qu'il travaillait dans le domaine de l'IoT (internet des objets) agricole. Un intérêt commun pour l'exploitation satellitaire par le secteur privé a conduit le duo à fonder Tenchijin en mai 2019, dans le cadre d'un programme de soutien à la création mis en place par JAXA, et à se lancer dans la culture de riz en s'appuyant sur des données spatiales (sous la dénomination « Space Big Data Rice »). Avec ce programme, JAXA certifie et soutient des projets qui utilisent la propriété intellectuelle et l'expertise de JAXA, les employés de l'agence pouvant par ailleurs investir dans les startups de son entité de capital-risque. En juin 2022, neuf sociétés avaient été créées dans ce cadre.

Yasuhito Sakuraba explique : « Au Japon, environ 300 variétés de riz sont consommées uniquement comme aliment de base. La culture de chacune de ces variétés nécessite des conditions climatiques différentes. Notre première étape a été d'analyser le grand nombre de données obtenues à partir d'observations satellitaires, telles que la température atmosphérique, les précipitations, la température des sols en surface, etc., afin de déterminer les terres agricoles les plus appropriées à la culture de chaque variété ». En utilisant les mégadonnées spatiales, telles que ces informations météorologiques et topographiques collectées au moyen de satellites, Tenchijin réussit à faire correspondre zone de culture et variété de riz de manière optimale. Une vanne connectée, qui

permet de contrôler automatiquement la température de l'eau des rizières à partir des données satellitaires, complète ce projet de production de riz respectueuse de l'environnement.

### Piloter l'irrigation

Des exploitations agricoles sous contrat ont commencé à cultiver le riz en utilisant cette méthode en 2021. Au lieu de gérer elles-mêmes le processus laborieux du contrôle de l'eau, elles l'externalisent à une société informatique qui



Des paquets de riz « Space Big Data Rice » (© Tenchijin)

met en place l'automatisation de la gestion de l'eau grâce aux données satellitaires. Par exemple, lors de périodes exceptionnellement chaudes, quand l'analyse des données satellitaires détecte un risque de dommages sur les plants de riz à cause des températures élevées, les rizières sont automatiquement inondées afin de maintenir le sol et l'eau à une température appropriée. Les riziculteurs n'ont plus besoin de contrôler manuellement la température de l'eau des rizières, d'où une réduction non négligeable des besoins en main-d'œuvre. En outre, le système permet aux exploitants de cultiver de manière fiable des variétés de riz adaptées à leurs terres, garantissant ainsi la très bonne qualité du riz récolté. Le riz cultivé à l'aide de ces méthodes a été récolté pour la première fois à l'automne 2021. Commercialisé sous la marque « Space Big Data Rice » en décembre, il a été évalué positivement par les professionnels du secteur : « Le riz a dépassé les attentes en termes de goût, évalué en fonction des niveaux de protéines et d'humidité, ainsi qu'en termes de rendement ». Quant aux consommateurs, qui l'ont également apprécié, ils ont noté que sa « texture est moelleuse et il est très savoureux ».

« Space Big Data Rice a reçu un meilleur accueil que prévu, à tel point que les stocks ont manqué peu de temps après sa mise en vente. Dans un magasin spécialisé, j'ai moi-même cuisiné ce riz avec lequel j'ai préparé des onigiri. C'était incroyable ! », raconte Yasuhito Sakuraba en souriant.

#### Vers une expansion à l'international

En mars 2022, Tenchijin a été primé par le ministre de l'Agriculture, des Forêts et de la Pêche du Japon pour son engagement dans le domaine spatial (« Space Development and Utilization Award » décerné par le Cabinet). Selon son PDG, l'analyse du climat à un point précis du sol simplifie l'identification des variétés de riz adaptées à chaque région et à chaque parcelle, que ce soit au

#### LES ACTIVITÉS DE TENCHIJIEN EN FRANCE

Selon Yuhei Urabe, directeur du développement international de Tenchijin, l'entreprise poursuit plusieurs activités en France.

Il précise : « Dans l'agriculture, Tenchijin est en discussion avec des clients potentiels pour soutenir les activités d'évaluation des terres, notamment des entreprises semencières, des transformateurs de produits alimentaires frais et des entreprises de la santé animale. En outre, des discussions sont également en cours avec des opérateurs de satellites pour collaborer sur les données et aussi proposer la solution de Tenchijin pour l'exploitation satellitaire. »



Japon ou dans d'autres pays. C'est un de ses principaux atouts. Avec la popularité grandissante de la cuisine japonaise, un nombre croissant d'agriculteurs à l'étranger s'intéressent à la culture de variétés de riz japonais. Cette technique rizicole innovante permet non seulement aux agriculteurs d'économiser du temps et des efforts, mais répond également aux enjeux du changement climatique. En accroissant la probabilité de produire du riz de qualité supérieure, elle ne manquera pas de retenir l'intérêt, au Japon et dans d'autres pays du monde aux conditions climatiques et géographiques hétérogènes. [Traduction : Isabelle Comtet]

**SOURCE :** « Efficient Rice Cultivation Utilizing Space Data », article paru dans Highlighting Japan n°169 de juin 2022 [https://www.gov-online.go.jp/eng/publicity/book/hlj/html/202206/202206\\_10\\_en.html](https://www.gov-online.go.jp/eng/publicity/book/hlj/html/202206/202206_10_en.html)

Le titre, le chapeau et les intertitres sont de la rédaction.

3

## Jetro met en ligne son portfolio de startups japonaises innovantes

INNOVATION

Depuis 2013, Jetro a aidé des milliers de startups japonaises à se développer dans le monde entier. Plus de 700 startups japonaises ont été soutenues chaque année grâce à une quinzaine de programmes d'accélération différents, et plus de 3 000 ont bénéficié de services de mentorat pour les aider à définir leur stratégie d'approche des marchés ciblés. Jetro a mis en ligne une partie de son portfolio, qui sera étoffé au fur et à mesure. Les startups peuvent être sélectionnées selon

leur secteur d'activité, leur degré de financement et la technologie déployée. Les solutions développées par chacune des startups sont présentées sous la forme d'une vidéo YouTube. Un lien vers le profil LinkedIn permet aux personnes intéressées de les contacter. Parcourez la liste des alumni et explorez les startups japonaises les plus prometteuses !

+ D'INFOS : <https://www.jetro.go.jp/en/startup.html>

Discover  
The Next WOW  
Japanese Startups

L'INTERVIEW



© Ynsect

# Guillaume Daoulas

## Directeur Développement commercial

### Ynsect

**Ynsect est une entreprise spécialisée dans la production d'insectes.**

**Pouvez-vous nous en dire plus sur vos activités ?**

Ynsect est le leader mondial de la production de protéines et d'engrais naturels d'insectes. Fondée en 2011 à Paris par des scientifiques et des militants écologistes, l'entreprise, membre du Next40 et labellisée B Corp, transforme les insectes en ingrédients haut de gamme et de grande valeur pour nourrir les animaux, les plantes et les êtres humains. Depuis ses fermes ultramodernes construites à cet effet, Ynsect offre une solution écologique, saine et durable pour répondre à la demande mondiale croissante de consommation de protéines et de plantes. Ynsect exploite des technologies de rupture protégées par 350 brevets issus de 41 familles, pour cultiver des scarabées Molitor et Buffalo dans des fermes verticales positives pour le climat et la biodiversité, créant des

chaînes de valeurs alignées avec le scénario +1,5°C de la COP21 de Paris, puis l'objectif de l'Union européenne « Fit for 55 ». Ynsect exploite déjà trois sites de production : un en France à Dole (depuis 2016), un aux Pays-Bas à Ermelo (depuis 2017), et un aux Etats-Unis dans le Nebraska, et construit actuellement son quatrième site qui sera la plus grande ferme verticale du monde, à Amiens. La société, qui emploie plus de 300 salariés, a levé plus de 450 millions de dollars auprès de fonds d'investissements internationaux, de banques et d'institutions publiques, et exporte ses produits dans le monde entier.

**Dans le cadre de votre stratégie internationale, pour quelles raisons ciblez-vous le Japon ?**

Le Japon est un pays intéressant pour le développement d'Ynsect car il est demandeur et ouvert à des solutions performantes et durables comme les

nôtres, notamment dans tous les domaines qui nous intéressent : sols et plantes, alimentation des animaux et des humains. De plus, nous avons eu l'occasion d'échanger avec différents partenaires locaux qui se sont révélés idéaux pour un déploiement éventuel de nos fermes verticales entièrement automatisées. La zone stratégique du Japon sur la carte du monde nous permettrait également de rayonner dans les pays voisins et donc, d'adresser un marché plus étendu. Enfin, pour revenir sur l'automatisation de nos fermes et notre usage de technologies de rupture, le Japon a fait ses preuves dans le secteur technologique et est l'un des leaders mondiaux. Cela nous permettrait donc de bénéficier des compétences locales pour nous aider à implémenter nos systèmes. D'ailleurs, nous échangeons déjà avec des industriels de l'agroalimentaire sur place pour bénéficier de leurs connaissances et conseils dans ce secteur.

4



La ferme verticale de Dole (© Ynsect)

### Envisagez-vous de faire du Japon votre hub asiatique ?

Le Japon est certes un excellent candidat, preuve étant Jetro qui nous accompagne dans l'identification d'un site de production au Japon, mais aussi notre prix remporté lors du concours «Scale Globally - Japan x France Startups Pitch» en juin 2022 pendant VivaTechnology, le plus grand événement startup et tech d'Europe, qui atteste du potentiel entre nos deux pays. Toutefois, à ce jour, nous poursuivons nos efforts de déploiements commerciaux et industriels dans différents pays de l'Asie de l'Est.

### Quelles sont les différences ou similitudes que vous avez pu constater lors de vos relations commerciales avec des acteurs japonais ? Quels conseils donneriez-vous pour réussir au Japon ?

Les Japonais sont une population très soucieuse de la performance en termes de santé et de nutrition. Ils accordent une importance exceptionnelle à la qualité des produits alimentaires et au soin de leurs sols et de leurs mers. Il est donc primordial de respecter cela et d'aller dans ce sens. De plus, au fil des échanges qu'Ynsect a eu avec des locaux, nous avons pu identifier



Ynsect est un des lauréats du concours de startups « Scale Globally - Japan x France Startups Pitch » organisé par Jetro à l'occasion de VivaTechnology (© Jetro Paris)

quelques conseils essentiels : il est nécessaire de ne pas avancer seul mais plutôt de trouver le bon partenaire en échangeant avec de nombreux interlocuteurs. Celui-ci vous permettra de mieux saisir le marché local. Il faut également mener la R&D directement sur place pour travailler main

dans la main et au plus près des conditions territoriales. Enfin, il faut évidemment jouer le jeu des coutumes locales en partageant les traditions : boire du saké et manger du poisson cru !

[Propos recueillis par Patricia Cohen]

## A VOS AGENDAS

DU 1<sup>ER</sup> AU 4 NOVEMBRE 2022

FORMATIONS EN LIGNE

Jetro organise un pavillon Japon regroupant huit startups japonaises au **Web Summit**, le grand événement tech, qui se tient à **Lisbonne** (<https://websummit.com/>).  
CONTACT : [info-prs@jetro.go.jp](mailto:info-prs@jetro.go.jp)

Fondé par la Commission européenne et le METI avec le soutien de Jetro, le **Centre UE-Japon pour la Coopération Industrielle** propose des programmes de formation destinés aux cadres de l'industrie. Prochaines formations en anglais et en ligne à l'attention de managers travaillant dans des entreprises européennes :

DU 11 AU 13 NOVEMBRE 2022

Pour promouvoir les **aliments japonais**, Jetro organise un stand au **salon International du Tourisme et des Voyages**, à **Colmar** ([www.sitvcolmar.com/](http://www.sitvcolmar.com/))  
CONTACT : [food-prs@jetro.go.jp](mailto:food-prs@jetro.go.jp)

- **Série de webinaires « Vendre au Japon »** - Tous les mardis, du 6 septembre au 18 octobre, à 10h00

<https://www.eubusinessinJapan.eu/library/news/new-webinar-series-selling-to-japan>

- **Marché des softs, du café et du thé au Japon** - 25-11-22 | 10h30 - 11h30

<https://www.eubusinessinJapan.eu/library/event/about-japan-webinar-series-198-coffee-tea-soft-drinks-market-japan>

- **Marché des animaux de compagnie au Japon** - 08-11-22 | 10h30 - 11h30

<https://www.eubusinessinJapan.eu/library/event/about-japan-webinar-series-199-pet-products-market-japan>

DU 25 NOVEMBRE AU 2 DÉCEMBRE 2022

Dans le cadre de la **Semaine du Japon en Occitanie**, Jetro organise à l'attention des professionnels et des particuliers des **séminaires autour du saké**.  
CONTACT : [food-prs@jetro.go.jp](mailto:food-prs@jetro.go.jp)

- **Marché de la décoration d'intérieur au Japon** - 15-11-22 | 10h30 - 11h30

<https://www.eubusinessinJapan.eu/library/event/about-japan-webinar-series-200-japans-home-fashion-furniture-market>

- **Marché de la Fintech au Japon** - 22-11-22 | 10h30 - 11h30

<https://www.eubusinessinJapan.eu/library/event/about-japan-webinar-series-201-fintech-market-japan>

« JAPAN INSIGHTS »

**Nouvelle série d'articles** traitant de l'environnement de l'investissement et de l'innovation au Japon et des opportunités commerciales post-Covid.

LIRE : [www.jetro.go.jp/en/invest/insights/japan-insight/](http://www.jetro.go.jp/en/invest/insights/japan-insight/)

- **Comment rédiger des contrats avec des partenaires japonais** - 29-11-22 | 10h30 - 11h30  
<https://www.eubusinessinJapan.eu/library/event/about-japan-webinar-series-202-how-to-draft-agreements>

- **Taxe sur la consommation au Japon - aperçu 2022** - 01-12-22 | 10h00 - 11h00

<https://www.eubusinessinJapan.eu/library/event/about-japan-webinar-series-203-consumption-tax-japan-2022-overview>

# ÉLECTRICITÉ : LE JAPON PASSE L'ÉTÉ EN ÉTAT D'ALERTE

Le 1<sup>er</sup> juillet dernier, le Japon a lancé pour une durée de trois mois une vaste campagne d'économies d'énergie ciblant les foyers et les entreprises afin de faire face à un risque élevé de pénurie d'électricité pendant la chaude saison estivale. La précédente campagne avait été déployée entre 2011 et 2015, après l'accident de la centrale nucléaire de Fukushima. C'est particulièrement entre 17h et 20h, quand la production d'énergie solaire est moins performante et l'adéquation entre offre et demande en tension que le gouvernement appelle les Japonais à réduire leur consommation. En raison des températures estivales élevées au Japon, il n'est pas question de leur demander de couper la climatisation, mais de faire des gestes simples, par exemple éteindre la lumière quand elle n'est pas indispensable, renouveler les appareils anciens gourmands en énergie, remplacer les ampoules par des LED, etc. Tepco (Tokyo Electric Power Company), la principale compagnie électrique de la région de Tokyo, dont plusieurs centrales thermiques sont à l'arrêt, incite ses clients à réduire leur consommation surtout entre 15h et 18h, période de la journée où sa réserve de courant est la plus faible et celle où les climatiseurs fonctionnent à plein régime. Au début de l'été, des entreprises ont annoncé diverses initiatives : SoftBank Corp. règle l'air conditionné sur 26° au lieu de 25°; Seven & i Holdings, qui détient la chaîne de distribution 7-Eleven, et Sony encouragent leurs employés à éteindre la lumière et les appareils électriques dès que possible ; un fabricant de pièces automobiles a choisi de réduire temporairement le nombre de postes de travail afin d'économiser l'énergie; et des hôtels ont demandé à leurs clients d'éteindre la climatisation quand ils ne sont pas dans leur chambre. Un système de points permettant de récompenser les clients plus économes a été mis en place en juillet par des fournisseurs et en août par le gouvernement.

## Un système énergétique fragile

Bien que la période de pic ait débuté officiellement le 1<sup>er</sup> juillet, la situation avait été anticipée dès le printemps afin d'éviter un black-out total. Il a fallu jongler avec le calendrier de maintenance des centrales nucléaires tandis que des centrales à gaz vieillissantes ont été remises en service. Les vagues de chaleur du mois de juin, où des températures record ont été enregistrées pendant plusieurs jours consécutifs sur une bonne partie du pays, ont fait craindre une situation critique en raison de la forte demande.

La libéralisation du marché de détail de l'électricité, dès 2016, avait entraîné une baisse du prix de gros de l'énergie au Japon. Mais la pandémie du Covid-19 et la guerre en Ukraine, qui ont entraîné une hausse du prix du gaz naturel liquéfié (LNG), ont mis au jour la fragilité du système énergétique

**ご家庭でも省エネに取り組みましょう**

\\ 小さな積み重ねが大きな省エネ効果に! /

暑い夏は、エネルギーの使用が増える季節です。少しの工夫でできる省エネへの具体的な取り組みをご紹介します。ぜひご家族みんなで取り組みましょう。

**照明**

- 不要な照明を消しましょう。 **省エネ2%**
- リビングや寝室の照明の明るさを下げましょう。 **省エネ3%**

**エアコン**

- 室内の冷やしすぎに注意し、無理のない範囲で室内温度を上げましょう。 **省エネ5%**
- 日中は「すだれ」や「よしず」などで窓からの日差しを和らげましょう。
- 目詰まりしたフィルターを清掃しましょう。 **省エネ2%**

**テレビ・PC等**

- リモコンの電源ではなく、本体の主電源を切り、長時間使わない機器はコンセントからプラグを抜きましょう(テレビ、PC、プリンターなど)。 **省エネ1%**
- テレビは、省エネモードに設定し、画面の輝度を下げましょう。見ていない時は消しましょう。 **省エネ2%**

**冷蔵庫**

- 冷蔵庫の冷やしすぎを避け(強→中)、扉を開ける時間を減らし、食品を詰め込みすぎないようにしましょう。 **省エネ1%**

**温水洗浄便座**

- 温水のオフ機能、タイマー節約機能を利用しましょう。機能がない場合、使わない時はコンセントからプラグを抜きましょう。 **省エネ0.3%**

**ガス給湯器(風呂)**

- 入浴時間を短くし、シャワー時間を短くしましょう。

**自動車**

- 自動車を利用する場合には、エコドライブ10のすすめを参考に、減速時は早めにアクセルを離す、無駄なアイドリングをしない等。

「うちエコ診断」などを活用し、年間のエネルギー使用量や光熱費などの情報をもとに、お住まいの気候やご家庭のライフスタイルに合わせた省エネ対策を検討してみましょう。車検時に合わせて実施

家庭エコ診断制度 検索

※発電量は、10月(1日)の家庭の電力使用量に対する総発電量の割合で、地域・時期による違いを考慮し、全国平均の値です。地域・時期により発電量は変動します。

経済産業省 資源エネルギー庁 関連情報

節電のない省エネ節約(家庭エネルギー庁) エコドライブ10のすすめ(家庭エネルギー庁)

Une brochure encourage les foyers japonais à économiser l'énergie  
Source : Website of Agency for Natural Resources and Energy of Japan  
([https://www.enecho.meti.go.jp/category/saving\\_and\\_new/saving/shoene\\_setsuden/](https://www.enecho.meti.go.jp/category/saving_and_new/saving/shoene_setsuden/))

japonais. Plusieurs fournisseurs qui s'étaient lancés sur le marché au moment de la libéralisation ont cessé leur activité. Les prix de l'électricité ont connu une augmentation importante au printemps 2022 et, alors que l'Archipel faisait face à un épisode de grand froid en mars, la région de Tokyo a frôlé la panne de courant générale à la suite de l'arrêt de centrales thermiques endommagées par un tremblement de terre de forte intensité près de Fukushima.

Deuxième pays importateur de LNG après la Chine, le Japon dépend des combustibles fossiles importés pour sa production d'électricité. Le gaz naturel tient une part importante (environ 24 %) dans le mix énergétique du Japon. La guerre en Ukraine a provoqué une hausse importante du prix du gaz (+ 23 % en mars par rapport au mois précédent), d'autant plus que le yen est au plus bas comparé au dollar. Alors que le pays ambitionne la neutralité carbone d'ici 2050, la situation internationale fait redouter une aggravation des difficultés d'approvisionnement. [I. C.]

## HORIZONS JAPON

# Biodata Bank commercialise son bracelet intelligent en Europe

La startup japonaise Biodata Bank, qui développe un dispositif portable de prévention des coups de chaleur, commercialise son produit sur le marché européen depuis le mois de juin, après avoir installé sa filiale européenne en France en avril. Interrogé sur l'avancée de l'expansion de son entreprise en Europe, Takeshi Anzai, son PDG, explique que la technologie développée par Biodata Bank permet d'évaluer de manière non intrusive la température corporelle interne (température du cerveau et des organes internes).

A l'été 2021, en collaboration avec l'OPP-BTP, l'organisme professionnel de prévention du BTP, et Pro-BTP, groupe de protection sociale des entreprises du BTP, la startup a conduit en France une expérimentation de son bracelet intelligent Heat Warning Watch Canaria™ auprès de 880 participants. Les conclusions officielles de l'étude, publiées en avril 2022 par l'OPP-BTP, confirment l'efficacité du dispositif pour prévenir les coups de chaleur.

### Premiers distributeurs en Europe

Fort de cette évaluation réalisée à une échelle nationale, Biodata Bank a conclu en mai un partenariat avec Descours & Cabaud, un acteur majeur de la distribution de fournitures industrielles, et avec Groupe RG, spécialiste des équipements de protection individuelle, qui sont ses premiers distributeurs en Europe. Les ventes ont débuté en juin, principalement auprès



Le bracelet intelligent Heat Warning Watch Canaria™ (© Biodata Bank)



Takeshi Anzai, PDG de Biodata Bank (© DR)

des entreprises qui ont participé à l'expérimentation, telles que les majors du BTP Eurovia-Vinci, Eiffage ou Bouygues. En dehors du secteur de la construction, le bracelet est également utilisé par Moët & Chandon, maison de champagne du groupe LVMH, et par Saint-Gobain, un des leaders mondiaux de la fabrication de verre. Les ventes se développent en France ainsi qu'en Espagne et en Belgique.

« Depuis l'annonce officielle des résultats de l'expérimentation en France, les demandes ont augmenté non seulement en Europe, mais aussi dans le monde entier, notamment en Amérique du Nord, en Amérique du Sud et au Moyen-Orient », précise Takeshi Anzai. Il ajoute : « En considérant le réchauffement planétaire qui s'intensifie, ainsi que les objectifs du développement durable (ODD), nous souhaitons participer à l'effort collectif en proposant nos produits à ceux qui, dans le monde, sont en lutte contre la chaleur ».

Dans le cadre de ses activités de soutien aux entreprises japonaises sur le marché européen, Jetro accompagne Biodata Bank depuis 2019, notamment dans sa recherche de partenaires en France.

[Tomomi Endo]

EN SAVOIR + : <https://biodatabank.co.jp/>