

# Le JAPON à la page

## SOMMAIRE

**1/ TRIBUNE** **1/ LES BRÈVES**

**2/ INNOVATION** Les entreprises japonaises innovent en collaborant avec des startups en Europe

**3/ « Japan Village » à Vivatechnology 2025 : l'innovation japonaise sous les projecteurs**

**4/ L'INTERVIEW** Maiko Sumida et Kanon Asami, TV Asahi

**5/ A VOS AGENDAS**

**6/ FOCUS** Marché du film : le cinéma japonais sous la lumière des projecteurs internationaux

**7/ HORIZONS JAPON** Japon-Afrique : des opportunités commerciales à la TICAD / Enquête sur les entreprises étrangères au Japon

## TRIBUNE

Dans le précédent numéro, j'ai abordé mes inquiétudes concernant le fossé entre l'Europe et l'outre-Atlantique découlant des propos du vice-président américain JD Vance lors de la Conférence de Munich sur la sécurité. L'Amérique semble adoucir son ton envers l'Europe, comme en témoigne la récente rencontre entre Vance et Zelensky à Rome. C'est un bon signe.

Dans le domaine économique, l'ordre de l'ensemble de la communauté internationale a été chamboulé par les menaces douanières de Trump, mais les mesures américaines s'inscrivent dans le contexte des hurlements des États-Unis vis-à-vis des déficits commerciaux et de l'affaiblissement de la compétitivité industrielle causés par un dollar toujours fort en raison de son statut de principale monnaie de réserve. Outre la dépendance sécuritaire des autres pays, les États-Unis revendiquent que ces pays prennent leur juste part afin d'alléger le coût de la fourniture de biens publics à la communauté internationale. En d'autres termes, nous faisons face à un moment critique où l'ordre international d'après-guerre doit être révisé, et si les pays occidentaux veulent continuer à être au centre de la communauté internationale, ils devront le gérer avec délicatesse.

Je ne veux pas être naïf au sujet de nos relations avec les États-Unis, mais à tout le moins, il ne faudrait pas que la communication avec les États-Unis devienne un obstacle à la résolution des problèmes. J'ai l'impression que l'Union européenne adopte un mode combatif excessif quand il s'agit d'enjeux commerciaux. Par ailleurs, dans certaines situations, on aperçoit que l'UE n'est pas tout à fait monolithique. Le chancelier allemand est même intervenu pour arbitrer les chefs d'Etat français et italien dont la relation relève d'une certaine subtilité. Alors que l'Allemagne et la Commission européenne semblent s'efforcer de braver la réalité politique européenne pour que l'Europe exploite pleinement sa force, la France n'a toujours pas l'air d'atteindre ce niveau. Ai-je raison de m'inquiéter ? [Akihiko Tamura, Directeur général]

## LES BREVES

Depuis son ouverture le 13 avril, plus de cinq millions de personnes ont visité l'Exposition universelle Osaka 2025. Plus de 12,4 millions de billets ont été vendus depuis le début de leur mise en vente le 30 novembre 2023. ///// Les travaux d'extension de l'aéroport international de Narita ont débuté. En augmentant la capacité annuelle de l'aéroport de plus de 60 % pour atteindre 500 000 vols d'ici 2029, contre 300 000 actuellement, l'objectif est d'accueillir un nombre croissant de visiteurs et de renforcer sa compétitivité vis-à-vis des autres aéroports en Asie. L'aéroport disposera de trois pistes. ///// Afin de limiter la saisie d'adresses erronées, la poste japonaise a introduit un code à sept caractères alphanumériques pour remplacer les adresses et codes postaux. Son utilisation est limitée aux individuels et à certains services tels que les achats en ligne. En cas de déménagement, l'utilisateur modifie l'adresse enregistrée et conserve le même code. /////

## INNOVER

## LES ENTREPRISES JAPONAISES INNOVENT EN COLLABORANT AVEC DES STARTUPS EN EUROPE

La troisième édition du rapport « Japanese Corporate Innovation in Europe » (« L'Innovation des entreprises japonaises en Europe »), publiée par le bureau de Jetro à Londres, livre une analyse de l'évolution récente du paysage de l'innovation ouverte déployée par les entreprises japonaises envers l'écosystème des startups en Europe. L'intérêt des grands groupes japonais se porte de plus en plus sur des startups en phase d'amorçage.

2

En comparaison avec la précédente édition parue en 2022, la nouvelle édition du rapport « Japanese Corporate Innovation in Europe » montre un renforcement de l'engagement des entreprises japonaises vis-à-vis des startups européennes dans l'objectif d'approfondir des collaborations technologiques et de viser des partenariats sur le long terme. Ce rapport est le résultat de l'interview de soixante-quatre entreprises japonaises disposant en Europe d'une équipe physique dédiée à l'innovation sur le marché européen. Selon les cas, ces équipes se chargent de l'identification de nouvelles technologies et des tendances à l'investissement dans des startups européennes (par le biais de CVC), jusqu'à l'organisation de programmes d'accélération et de faisabilité de projets (POC), en passant par des centres de R&D pour renforcer les liens avec les industriels et les universités en Europe.

L'enquête révèle également les domaines qui intéressent tout particulièrement ces entreprises, à savoir l'énergie et les technologies climatiques (climate tech), ainsi que l'intelligence artificielle (IA) et les données, domaine connaissant une accélération forte par rapport à 2022 en raison d'un intérêt croissant notamment pour l'IA générative. Un répertoire détaille les activités de chacune des entreprises japonaises, ainsi que les secteurs ciblés en termes d'*open innovation*.

Il ressort de cette enquête un intérêt croissant pour les startups en phase d'amorçage, ce qui reflète un changement stratégique



visant à encourager l'innovation à partir de la base. En outre, les entreprises japonaises explorent davantage les opportunités de collaboration avec les instituts de recherche européens, reconnaissant le potentiel des avancées universitaires de pointe.

En plus du soutien que leur offre Jetro, par exemple la plateforme J-Bridge (voir l'article ci-dessous), de nombreuses initiatives exis-

tent pour aider les entreprises européennes intéressées à travailler avec le Japon et les entreprises japonaises.

Ainsi, Eureka Globalstars Japan rassemble des organismes de financement nationaux de plusieurs pays (Japon, Autriche, Canada, Finlande, France, Pays-Bas, Singapour et Royaume-Uni) en vue d'attribuer des fonds aux organisations collaborant sur des projets de R&D internationaux. Dans le domaine spatial, Archangel Lightworks, une entreprise de connectivité sans fil basée à Oxford, a par exemple été sélectionnée dans le cadre du programme Eureka Globalstars Japan 2023 pour une collaboration avec l'entreprise

### La plateforme J-Bridge facilite l'innovation ouverte avec le Japon

J-Bridge est une plateforme commerciale lancée en 2021 pour faciliter les collaborations académiques, technologiques, scientifiques ou encore capitalistiques entre les entreprises japonaises et les startups étrangères. A ce jour, les membres de J-Bridge s'élèvent à plus de 2 800 personnes issues de plus de 1 800 entreprises japonaises dans des secteurs aussi variés que les TIC, le numérique, les technologies vertes, etc. Pour bénéficier de ce levier, les startups étrangères doivent disposer d'une solution ou d'un modèle d'entreprise pouvant contribuer à l'*open innovation* notamment dans les secteurs de la transformation numérique ou de la neutralité carbone. Plus de 1 300 startups étrangères sont actuellement enregistrées. Les startups françaises souhaitant s'inscrire à J-Bridge (sous réserve de validation de leur dossier) sont invitées à se rapprocher de Jetro Paris (info-prs@jetro.go.jp). [Patricia Cohen]

EN SAVOIR + : [https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/en/j-bridge/j-bridge\\_introduction\\_v10.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/j-bridge/j-bridge_introduction_v10.pdf)

**J-BR!DGE**

japonaise Infostellar Inc. afin de développer une nouvelle technologie de communication optique pour des stations terrestres.

### Exemples d'investissements dans des startups françaises

En 2024, les investisseurs japonais ont été très actifs en Europe en investissant dans plus de cinquante startups. Le Royaume-Uni reste en tête et représente près de la moitié de ces investissements. Pour la France, quatre opérations sont présentées : Toyota dans la startup française HysetCo qui propose des solutions de mobilité hydrogène ; Shionogi dans CILcare pour le traitement des troubles de l'audition ; Terumo Corporation qui a investi dans Diabeloop (gestion du diabète) ; et Global Brain dans Vizcab, spécialisée dans les solutions digitales pour le secteur de la construction. En mars 2023, Fujitsu avait conclu un partenariat avec Metron, un

développeur français de logiciels de gestion et d'optimisation de l'énergie, à l'occasion d'un investissement par Fujitsu Ventures. Dans la continuité de cet investissement, les deux entreprises ont signé un accord stratégique pour développer conjointement un nouveau service de gestion de l'énergie qui combine les technologies de données et d'intelligence artificielle inspirées par le quantum de Fujitsu avec les solutions énergétiques de Metron. Le nouvel outil réalisera des simulations à grande vitesse pour soutenir la prise de décision et l'optimisation énergétique des usines de fabrication, des établissements commerciaux et des bureaux, avec un axe initial sur les marchés allemand et japonais.

[Isabelle Comtet]

**SOURCE :** <https://www.jetro.go.jp/en/invest/newsroom/2025/be2e9a014ae6e7a2.html>

## « JAPAN VILLAGE » À VIVATECHNOLOGY 2025 : L'INNOVATION JAPONAISE SOUS LES PROJECTEURS

Événement phare de l'innovation, Vivatechnology se déroulera du 11 au 14 juin à Paris. Après avoir été pays de l'année en 2024, le Japon sera présent cette année avec deux pavillons, réunis sous le concept commun de « Japan Village ». Le pavillon organisé par Jetro (hall 1-F45) rassemblera une sélection d'une vingtaine de startups japonaises prometteuses sur le marché français et européen (lire ci-dessous). Un deuxième stand (hall 1-D50), organisé par quatre collectivités locales, présentera des startups originaires de Tokyo, de Kyoto, de la Préfecture d'Aichi et de Sendai. [I. C.]

**TÉLÉCHARGER LA LISTE DES STARTUPS :** [https://www.jetro.go.jp/newsletter/prs/2025/Japan\\_Village@Vivatech2025CompanyList\\_en.pdf](https://www.jetro.go.jp/newsletter/prs/2025/Japan_Village@Vivatech2025CompanyList_en.pdf)



3

### LES 20 STARTUPS DU PAVILLON « JAPAN VILLAGE - JETRO » (PAR ORDRE ALPHABÉTIQUE)

#### ■ Any-Edge Inc.

Agritech, intelligence artificielle  
<https://viamonte1114.wixsite.com/website>

#### ■ Archilys Corporation

Cleantech/ClimateTech, Deeptech  
[https://www.archilys.com/ArchilysCorp/ArchilysCorporation\\_en.html](https://www.archilys.com/ArchilysCorp/ArchilysCorporation_en.html)

#### ■ bajji, Inc.

Intelligence artificielle, Lifestyle  
<https://corp.bajji.life/en>

#### ■ CHITOSE BIO Evolution Pte. Ltd.

Biotech, fashion  
<https://chitose-bio.com/>

#### ■ Citadel AI Inc.

Intelligence artificielle, solutions Entreprises  
<https://citadel-ai.com/>

#### ■ CREATANT, Inc.

Intelligence artificielle, AR/VR  
<https://www.creatant.com>

#### ■ datagusto

Intelligence artificielle, No-code  
<https://datagusto.ai/>

#### ■ Fermelanta, Inc.

Biotech, Cleantech/ClimateTech  
<https://fermelanta.com>

#### ■ Findy Inc.

Intelligence artificielle, analyse des données  
<https://findy.co.jp>

#### ■ HERALBONY

Marketing du contenu, solutions Entreprises  
<https://www.heralbony.jp/en>

#### ■ hibot europe GmbH

Intelligence artificielle, analyse des données  
<https://www.hibot.co.jp/>

#### ■ Kiva Corporation

Saas  
<https://kiva.co.jp/>

#### ■ Lazuli Inc.

Intelligence artificielle, Saas  
<https://lazuli.ninja/en/top/>

#### ■ NeuralX

Agritech, intelligence artificielle  
<https://www.neuralx.ai/>

#### ■ QunaSys Inc.

Aérospatial, intelligence artificielle  
<https://qunasys.com/en/>

#### ■ Quwak Inc.

Deeptech  
<https://quwak.com/?lang=en>

#### ■ Uzabase USA, Inc.

Intelligence artificielle, Big Data  
<https://www.uzabase.com/en/>

#### ■ VoicePing Inc.

Intelligence artificielle, solutions Entreprises  
<https://voice-ping.com/en>

#### ■ VUILD, Inc.

Intelligence artificielle, Cloud  
<https://vuild.co.jp/en/>

■ Yukai Engineering Inc. Divertissement, robotique  
<https://www.ux-xu.com/en>

## L'INTERVIEW



Photo : TV Asahi

# Maiko Sumida et Kanon Asami

## Département Développement des Affaires internationales

### TV Asahi

Doraemon raconte les aventures d'un robot-chat bleu venu du futur. Ce célèbre manga japonais créé à la fin des années 1960 a été décliné en séries d'animation puis en franchise médiatique. Les épisodes de la série d'animation sont diffusés en France depuis septembre 2024 sur la plateforme YouTube. La chaîne de télévision TV Asahi, en charge du développement de la franchise à l'étranger, évoque le parcours de Doraemon en France. ■

#### Où en est le développement de Doraemon en Europe et en France ?

Doraemon est diffusé en Espagne depuis trente ans, et en Italie depuis plus de vingt ans. Nous avons le sentiment que la principale raison de la popularité de Doraemon dans ces deux pays depuis toutes ces années n'est pas seulement due à la grande qualité de sa réalisation. Elle tient aussi au fait que nous avons pu travailler avec des partenaires qui ont pris soin de diffuser Doraemon avec amour et attention.

En France, nous avons déjà fait deux tentatives de lancement. La première fois, c'était en 2003 sur Fox Kids, un programme pour enfants sur la chaîne commerciale M6, et la deuxième en 2014 sur Boing, une chaîne de télévision appartenant à Warner Bros. La France est certes le plus grand marché pour l'animation japonaise en Europe, mais l'animation pour enfants est un marché difficile d'accès pour les nouveaux entrants, d'une part parce que les contenus protégés par la propriété intellectuelle de

pays européens sont nombreux et d'autre part en raison du système de quotas mis en place afin de protéger l'industrie nationale. Doraemon a été diffusé pour la dernière fois en 2014, sans réapparaître depuis.

#### Pour quelles raisons avez-vous décidé de tenter de nouveau l'expérience en France ?

En 2021, en pleine pandémie du Covid, Maiko Sumida, responsable de l'animation au sein du département Développement des Affaires internationales de TV Asahi, a été contactée par Charles Courcier, le fondateur de Soupir Distribution, une société française de distribution. Charles Courcier, alors chargé de la stratégie numérique pour la propriété intellectuelle dans une grande société de production d'animation française, avait perçu un grand potentiel dans Doraemon, découvert par hasard sur YouTube et qu'il souhaitait distribuer par le même biais.

Cependant, la collaboration n'a pas abouti immédiatement parce que la télévision avait une position dominante en Europe et que la distribution en mode AVOD, vidéo en streaming financée par la publicité, était rare. Malgré tout, deux ans plus tard, la décision a été prise de se lancer sur YouTube. En effet, une dizaine d'années s'est écoulée depuis notre dernière tentative et récemment, les développements sur YouTube sont devenus de plus en plus courants. C'est aussi à cette époque que Charles Courcier a créé sa propre entreprise. Nous avons donc décidé d'unir nos forces pour développer ensemble Doraemon

en France. Et enfin, le fait que l'animation japonaise attire de plus en plus les regards des Français et que le développement de la propriété intellectuelle des œuvres japonaises soit en plein essor nous ont poussés à nous lancer, en septembre 2024. Que Soupir ait montré son attachement et son respect pour les œuvres Doraemon, ainsi que la profonde compréhension de son cofondateur Kenzo Naito, qui les a regardées dès son plus jeune âge, ont également été des facteurs décisifs dans le choix du partenaire du projet.

#### Quels développements futurs prévoyez-vous ?

La distribution sur YouTube a commencé en septembre 2024 et le nombre d'abonnés et de vues augmente progressivement. Actuellement, la version doublée en français est celle distribuée avant 2005, mais nous prévoyons de produire et développer une nouvelle version doublée en français à l'avenir.

En dehors de YouTube, la série est également disponible sur ADN (Anime Digital Network), Amazon Prime Video et Pluto TV. Être présent sur toutes les plateformes est la clé de l'engagement auprès du public et multiplier les points de contact est l'un des objectifs du déploiement de la vidéo à la demande (VOD).

A l'avenir, notre objectif est de distribuer davantage d'épisodes et de populariser Doraemon en France, comme c'est le cas en Espagne et en Italie. Le plus grand atout de YouTube et de la VOD réside dans la possibilité d'obtenir des données sur les épisodes les plus regardés.

Nous avons l'intention d'utiliser ces données marketing pour développer le programme d'une manière plus adaptée au marché local.

### Comment la propriété intellectuelle autour de Doraemon est-elle valorisée à l'étranger ?

Parmi les exemples de développement et de promotion de la propriété intellectuelle de Doraemon à l'étranger, on peut citer une exposition de dessins originaux au Centre Georges Pompidou à Paris en 2024, ainsi que des produits dérivés commercialisés par la marque de prêt-à-porter Celio. Nous envisageons différentes approches pour exploiter au maximum la puissance de la propriété intellectuelle de Doraemon et considérons que le lancement sur YouTube et d'autres plateformes de distribution est pour nous une période idéale pour accroître l'engagement des audiences.

[Propos recueillis par  
Kazuki Yoshizawa]

(interview réalisée le 19 décembre 2024)

**Soupir Distribution**, le partenaire français de TV Asahi, se félicite de leur collaboration pour développer Doraemon : « Nous sommes très heureux d'avoir pu ramener Doraemon au public français et la réaction des audiences a été fantastique jusqu'à présent. Bientôt, Doraemon sera disponible sur quatre plateformes de vidéo à la demande, ce qui le rendra accessible à un public encore plus large. Nous ferons tout ce qui est en notre pouvoir pour que Doraemon soit encore plus apprécié en France ».



L'équipe de Soupier Distribution (Photo : Soupier Distribution)

En créant en septembre 2024 le conseil public-privé de l'industrie du contenu, le gouvernement japonais a positionné cette industrie comme une industrie clé et annoncé des mesures en faveur de la promotion du contenu japonais à l'étranger, mission à laquelle Jetro contribue, y compris en France. En présence d'obstacles à l'entrée sur le marché, l'approche multiforme consistant à combiner diverses méthodes telles que la commercialisation de la propriété intellectuelle en plus du développement de contenus numériques, fournit des indications précieuses pour le déploiement à l'étranger des contenus japonais. En outre, Internet, qui n'est pas soumis à des restrictions temporelles ou géographiques, présente des avantages indéniables pour le développement de contenus grâce à la diffusion en continu. [K. Y.]

## A VOS AGENDAS

DU 11 AU 14 JUIN 2025

Jetro organise à **Vivatechnology**, le grand rendez-vous annuel consacré à l'**innovation technologique**, un pavillon Japan Village regroupant une vingtaine de startups japonaises (Hall 1 - F 45). Voir la liste en page 3. Un deuxième pavillon (Hall 1 - D50) présentera des startups japonaises accompagnées par les collectivités locales : Métropole de Tokyo, Préfecture d'Aichi, Kyoto et Sendai.  
CONTACT : info-prs@jetro.go.jp

11 JUIN 2025

Dans le cadre de Vivatechnology, une session « **Japanese Corporates Looking for Startups: Reverse Pitch Session** » se tiendra à 17h15 sur le Pitch Studio. Quatre groupes japonais (Fujitsu France, JX Advanced Metals Corporation, Shimizu Corporation et Yamato Holdings Corporation) présenteront leurs axes d'*open innovation*, de collaborations technologiques, scientifiques ou encore capitalistiques.  
CONTACT : info-prs@jetro.go.jp

WEBINAIRE DU CENTRE UE-JAPON POUR LA COOPÉRATION INDUSTRIELLE

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. **Prochain webinaire en anglais** à l'attention de **managers** travaillant dans des entreprises européennes, dans la série « **'About Japan' webinar series** » :

■ 17 juin 2025 - 10h30 (CET) : **Heat pumps and geothermal energy market in Japan - Le marché des pompes à chaleur et de l'énergie géothermique au Japon**  
+ D'INFOS : <https://www.eu-japan.eu/eubusinessinjapan/library/event/about-japan-webinar-series-252-heat-pumps-and-geothermal-energy-market-japan>

DU 20 AU 22 AOÛT 2025

La 9<sup>e</sup> édition de la **TICAD (Tokyo International Conference on African Development)** réunira à Yokohama au Japon des partenaires africains et des organisations internationales pour discuter du développement de l'Afrique. Jetro organise le volet « **Business Expo & Conference** ». Lire l'article en page 7.  
CONTACT : prsafrica@jetro.go.jp



La « Japan Fair » à la TICAD7 (Photo : DR)

# Marché du film : le cinéma japonais sous la lumière des projecteurs internationaux

Jetro a organisé deux conférences au dernier Marché du film de Cannes, afin de mettre en lumière le cinéma japonais et de promouvoir les coopérations avec la France.

## « France-Japon, libérer le pouvoir de la coopération entre les deux pays »

Lors de la première conférence, Jérémie Kessler, directeur des Affaires européennes et internationales au Centre national du Cinéma et de l'Image animée (CNC), a souligné les relations historiques fortes entre la France et le Japon, notamment dans le domaine du cinéma. Le CNC souhaite développer ces relations et tente de dépasser la question de la non-signature par le Japon de la déclaration universelle de la diversité culturelle de l'Unesco, préalable indispensable pour un engagement vers un accord bilatéral de coproduction.

Néanmoins même sans accord, les coproductions sont possibles et peuvent bénéficier auprès du CNC de l'aide aux cinémas du monde. Seize films japonais en ont bénéficié, notamment ceux réalisés par Chie Hayakawa, « Plan 75 » et « Renoir », ce dernier ayant été en sélection officielle du Festival de Cannes cette année. Selon Eiko Mizuno-Gray, productrice (Loaded films) de ces deux titres, l'investissement initial de producteurs français a été déterminant pour trouver des partenaires japonais. Une coproduction informelle est donc possible, mais l'accès à l'aide aux cinémas du monde est ardu, le CNC ne retenant que 10 à 15 % des projets déposés. Côté japonais, elle a bénéficié d'une aide du ministère de la Culture et de VIPO (Visual Industry Promotion Organization), pour 20 % du budget total. Jérémie Kessler défend ardemment le dispositif législatif et réglementaire de l'exception culturelle, outil qui protège le secteur et sa diversité, surtout à l'aune de l'actualité aux Etats-Unis et de la facilité avec laquelle le cinéma peut être attaqué si aucun cadre légal n'est en place.

Selon Christophe Bruncher, producteur (Ici et Là Productions) français de « Renoir », si une entreprise veut s'engager dans une coproduction internationale, elle doit participer aux marchés professionnels pour construire un réseau, aux rencontres de coproduction comme Focus Asia de Far East Film Festival, ainsi qu'aux ateliers Coproduction Workshops organisés à l'attention des producteurs, notamment par VIPO à Tokyo.

## « Distributeurs, festivals, plateformes : pourquoi parier sur le cinéma japonais ? »

La seconde conférence a permis trois témoignages sur le succès du cinéma japonais en France et en Grande-Bretagne. Présidente d'Eurozoom, Amel Lacombe a dit son amour pour le cinéma japonais, son entreprise ayant été la première en



(Photo: Jetro Paris)

Europe à distribuer des *anime* au-delà de ceux des studios Ghibli. Elle distribue et coproduit également des films, notamment « Renoir », deuxième long métrage de Chie Hayakawa et pourtant déjà sélectionné en compétition officielle de Cannes, preuve de l'attrait du cinéma japonais. Elle a choisi de construire une relation de long terme avec les réalisateurs japonais et de les suivre sur leurs films successifs. Selon elle, le succès du cinéma japonais en France est le fruit des festivals de Cannes et d'Annecy où la visibilité d'un film peut être porteuse, et de la puissance de la presse française spécialisée. L'édition 2025 du Festival de Cannes a vu huit titres japonais sélectionnés dans différentes catégories.

Nousha Saint-Martin a pour sa part analysé le succès grandissant, année après année, du festival du cinéma japonais contemporain Kinotayo qu'elle dirige par l'attrait de plus en plus affirmé du cinéma japonais auprès du public français. Des réalisateurs comme Koji Fukada ou Ryusuke Hamaguchi ont été invités au festival avant de devenir connus en France.

Eve Gabereau, directrice de la distribution chez Vue Lumière (Grande-Bretagne) témoigne également du succès du cinéma japonais outre-Manche, où environ trois cents films sont sortis en salles depuis vingt-cinq ans. Elle-même a sorti deux documentaires et trois films japonais. Le film en compétition « A Pale View of Hills » de Kei Ishikawa est d'ailleurs une coproduction anglo-japonaise.

Amel Lacombe a conclu qu'un accord de coproduction avec la France permettrait de mieux diffuser les œuvres japonaises car celles-ci seraient considérées comme françaises et bénéficieraient donc des quotas, mais aussi d'accorder des aides aux distributeurs, en plus de celles pour les producteurs.

Si les films japonais offrent véritablement une ouverture vers la culture, l'esprit et l'intimité du pays, les *anime* font découvrir des lieux authentiques, participant par ailleurs indubitablement au succès grandissant du tourisme étranger au Japon. **[Caroline Artus]**

## Japon-Afrique : des opportunités commerciales à la TICAD Business Expo & Conference

Jetro, en collaboration avec le Conseil des entreprises japonaises pour l'Afrique (JBCA), organise du 20 au 22 août 2025 à Yokohama la TICAD Business Expo & Conference, en tant qu'événement thématique de la TICAD9, neuvième conférence internationale de Tokyo sur le développement de l'Afrique.

### Participation record de près de 200 entreprises japonaises

D'un format innovant, l'événement inclura notamment une zone d'exposition « Japan Fair », avec la participation record de 196 entreprises et organisations japonaises, dont 107 PME, ce qui en fait l'événement lié à l'Afrique le plus vaste jamais organisé par Jetro. Dans cette zone, des produits, technologies et services d'excellence développés par des entreprises japonaises seront présentés à l'intention des acteurs gouvernementaux et économiques venus d'Afrique, dans le but de générer de nouvelles opportunités commerciales sur le continent africain.

L'exposition s'articulera autour de huit zones thématiques établies en référence à l'Agenda 2063 promu par l'Union africaine,



**TICAD**  
BUSINESS EXPO  
& CONFERENCE



telles que les infrastructures, l'amélioration de la santé publique et les chaînes de valeur agroalimentaires. Une des nouvelles initiatives consistera en la mise en place d'une zone consacrée à la pop culture.

Alors que les attentes envers l'élargissement des opportunités commerciales sur le marché africain s'intensifient, la TICAD Business Expo & Conference vise à accompagner les initiatives des entreprises japonaises en opérant une transition depuis les salons professionnels traditionnels vers une plateforme d'échange commercial plus concrète et efficace, avec le soutien continu de Jetro. [Pierrick Grenier]

CONSULTER LA LISTE DES ENTREPRISES JAPONAISES (à date) :

[https://www.jetro.go.jp/newsletter/odd/2025/ticad9/pr/v01-2-2\\_exhibitorlist\\_en.pdf](https://www.jetro.go.jp/newsletter/odd/2025/ticad9/pr/v01-2-2_exhibitorlist_en.pdf)

7

## Enquête sur les entreprises étrangères au Japon

Jetro a publié son rapport annuel 2024 sur la situation des entreprises étrangères au Japon. Intitulée « Survey on Business Operations of Foreign-affiliated Companies in Japan », cette enquête, réalisée en octobre et novembre 2024, analyse les réponses valides de 1 427 entreprises, afin de comprendre les tendances commerciales, les atouts et défis de l'environnement commercial au Japon ainsi que le type de soutiens dont ont besoin les entreprises étrangères au Japon, dans l'objectif de promouvoir les investissements étrangers.

Il ressort de cette édition que les conditions commerciales des entreprises étrangères installées au Japon sont globalement favorables, environ 50 % d'entre elles maintenant une croissance de leurs revenus et environ 60 % déclarant que leurs plans progressent comme prévu, grâce notamment aux

bonnes relations développées avec leurs clients et partenaires. Les produits pharmaceutiques et les cosmétiques représentent près de la moitié des entreprises engagées dans des collaborations (alliances entre des entreprises, des universités ou des instituts de recherche étrangers et japonais).

Le principal attrait du Japon réside dans la taille de son marché et son potentiel de croissance, alors que sa stabilité socio-économique devient un élément de plus en plus important. Cependant les entreprises sont confrontées à des difficultés considérables pour recruter du personnel, en particulier dans la vente et le marketing où les postes restent très difficiles à pourvoir, suivis par les postes techniques et dans l'informatique. ■

EN SAVOIR + : [https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/\\_News/releases/2025/a2074f44be097739/survey\\_en\\_v2.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/_News/releases/2025/a2074f44be097739/survey_en_v2.pdf)