

Le JAPON à la page

SOMMAIRE

1/ TRIBUNE 1/ LES BRÈVES

2/ OSER LE JAPON Le succès d'une licorne française au Japon : Exotec bouscule le secteur de la logistique

4/ À VOS AGENDAS

5/ L'INTERVIEW Lucile Briolat, Campus Cyber

6/ FOCUS Visite officielle du ministre du METI à Paris sous le signe de la coopération

7/ HORIZONS JAPON Enquête 2023 sur les sociétés étrangères implantées au Japon / Nouveau pavillon Japon sur VirtualExpo

TRIBUNE

Présidé par le Premier ministre Kishida, le sommet du G7 à Hiroshima s'est achevé le 21 mai. Bien que la participation surprise du président Zelensky ait beaucoup attiré l'attention, l'essentiel des résultats de la rencontre fut, comme l'indique le communiqué des chefs d'État, la coordination de l'approche des leaders du G7 concernant la résilience et la sécurité économiques, fondée sur la diversification, l'approfondissement des partenariats et l'atténuation des risques, et non sur le découplage.

J'ai traité de la sécurité économique dans une [édition précédente](#) de cette chronique et je me réjouis que le G7 se soit enfin aligné sur cette question. Il est en effet intéressant qu'une certaine presse française ait utilisé l'expression « OTAN économique » pour qualifier la réponse du G7 à la coercition économique qui bouleverse l'ordre mondial.

C'est aussi sur ce thème que le ministre de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie Yasutoshi Nishimura est venu faire campagne à Paris où il a été invité pour une allocution à la CCI Paris Ile-de-France. Accompagné d'une délégation de quinze startups japonaises triées sur le volet, il portait aussi le message d'un écosystème japonais en phase de maturité. Jetro Paris assurera le suivi des liens de collaboration que ces startups auront noués avec leurs partenaires français.

J'aimerais pour finir vous informer que mon mandat à la tête de Jetro Paris s'achève bientôt après moins de trois ans en France. Je tiens à vous remercier pour votre soutien. Je suis convaincu que mon successeur, M. Akihiko Tamura, PhD, sous les ordres de qui j'ai travaillé au METI par le passé, saura reprendre le flambeau. De retour au Japon, je vais travailler pour l'Expo 2025 Osaka, Kansai, un projet auquel j'avais déjà collaboré avant de venir à Paris. Rendez-vous à Osaka en 2025 !

[leaki Takeda, Directeur général]

LES BREVES

Le premier *convenience store* au Japon a ouvert ses portes il y a près de cinquante ans. La fondation de Seven-Eleven Japan en 1973 a été suivie par des chaînes telles que Lawson Inc et FamilyMart Co. Le Japon dénombrait plus de 57 500 *convenience stores* en 2021, selon les données de Japan Franchise Association. // Afin d'enrayer la dénatalité, le gouvernement japonais prévoit une nouvelle série de mesures, en particulier des aides financières, pour soutenir les familles et les encourager à faire des enfants. Evaluée à environ 126 millions d'habitants en 2020, la population du Japon devrait décliner à 87 millions en 2070. En 2022, le nombre des naissances s'est établi pour la première fois sous la barre des 800 000. // L'agence nationale du tourisme encourage les Japonais à voyager à l'étranger pour soutenir les industries du transport aérien et du tourisme, alors que la demande de voyages internationaux peine à se remettre de la pandémie. //

OSER LE JAPON

LE SUCCÈS D'UNE LICORNE FRANÇAISE AU JAPON : EXOTEC BOUSCULE LE SECTEUR DE LA LOGISTIQUE

Exotec est une startup française qui a pénétré le marché japonais avec sa solution innovante Skypod, un système robotique avancé pour l'automatisation dans le secteur de la logistique. L'entreprise a vu sa taille doubler chaque année depuis sa création, devenant la première licorne française, valorisée à plus d'un milliard de dollars, dans le secteur industriel. Des partenariats au Japon ont amplement contribué à sa croissance.

C'est à la faveur d'un partenariat avec Uniqlo qu'Exotec a pénétré le marché japonais. En s'adaptant non seulement aux exigences des consommateurs et aux demandes des clients, mais aussi aux standards technologiques extrêmement élevés du secteur logistique, elle a su séduire des entreprises qui cherchaient à automatiser leurs opérations.

A l'occasion d'une entrevue [avec les équipes de Jetro] sur la façon dont la société s'est développée au Japon jusqu'à devenir la plus grande base à l'étranger du groupe, Ryu Tatewaki, le directeur général d'Exotec Nihon, s'est aussi exprimé sur l'importance de l'entrée des entreprises étrangères sur le marché japonais de la logistique.



Ryu Tatewaki, directeur général d'Exotec Nihon (Photo : Exotec)

2 La robotique, une solution aux besoins de main-d'œuvre du Japon ?

La baisse de la population active au cours des dernières décennies est un des principaux problèmes auxquels le Japon est confronté. La situation a été exacerbée par la pandémie de Covid-19, qui a entraîné la réduction ou la restructuration de nombreux emplois manuels dans le but de limiter la promiscuité sur les lieux de travail. Nombre d'entreprises ont alors cherché une solution dans l'automatisation, qui permet à un nombre réduit d'opérateurs de gérer un plus grand nombre de tâches, en laissant aux machines les travaux répétitifs ou dangereux. Afin de répondre à cette demande croissante, des entreprises ont dans le monde entier travaillé à la mise au point de systèmes robotiques capables d'effectuer les mêmes tâches que les humains, de manière efficace et économique. Le gouvernement japonais, quant à lui, a encouragé cette démarche en favorisant les investissements directs étrangers, ainsi que les partenariats entre des entreprises japonaises et des précurseurs étrangers.

L'activité des entreprises stimulée par la rationalisation des systèmes en coulisses

La logistique, ou la gestion des flux de marchandises au sein d'une organisation, est l'un des domaines qui ont le plus profité des progrès de l'automatisation, de la communication et de la numérisation. Les entreprises manufacturières et celles de la vente au détail déploient des systèmes logistiques qui permettent de gérer les marchandises aussi rapidement que possible, sans erreur, en

particulier le traitement des commandes et la gestion des entrepôts, et qui sont également capables de tenir un décompte précis des marchandises qui entrent, des stocks présents sur les étagères des entrepôts, des commandes effectuées par les clients et des produits finis sortants.

La logistique est devenue un domaine tellement spécialisé que de nombreuses entreprises font appel à des experts externes pour développer des systèmes personnalisés. Le Japon comptait déjà de nombreuses entreprises de premier plan dans ce domaine quand la jeune pousse française Exotec a décidé de mettre le cap sur le marché japonais avec ses solutions logistiques innovantes utilisant Skypod, un système nouvelle génération sophistiqué de robotique logistique. L'offre d'Exotec se démarque des pionniers de la robotique dans ce domaine par la polyvalence exceptionnelle qu'elle offre à ses clients. « Exotec a été fondée en France en 2015 et s'est lancée dans la fabrication de robots et l'automatisation des entrepôts il y a sept ans », explique Ryu Tatewaki. « Notre technologie est vraiment unique puisqu'il s'agit d'un système complet d'automatisation des entrepôts qui fournit des solutions pratiques et raisonnables à nos clients. » Contrairement aux systèmes existants, Skypod est une solution de bout en bout qui peut traiter efficacement les commandes BtoB et BtoC dans un seul système. En outre, l'entreprise peut répondre aux besoins de ses clients en prenant en charge l'ensemble du processus, depuis les premières consultations jusqu'à l'installation et la maintenance.

Skypod, une solution robotique tridimensionnelle

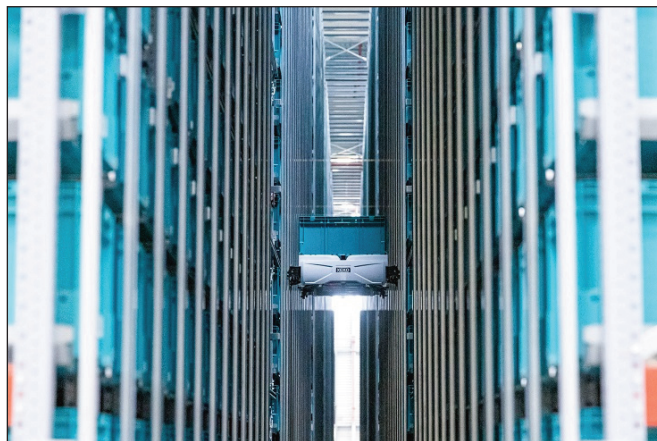
Principal produit d'Exotec, le système Skypod est une solution robotique tridimensionnelle entièrement automatisée pour l'inventaire et la préparation des commandes. Ryu Tatewaki vante ses atouts : « Au Japon, le développement de systèmes fonctionnels évolue de jour en jour, tels que le shopping en ligne qui permet à des consommateurs de passer des commandes facilement en quelques clics, et qui se connecte à des systèmes de gestion logistique sophistiqués. Skypod peut aisément faire l'interface avec un large éventail de systèmes de gestion. Nos ingénieurs en France et au Japon peuvent personnaliser et connecter notre système en un rien de temps. »

Exotec a également mis au point un logiciel innovant pour s'assurer que tout fonctionne de manière fluide et efficace : « Le matériel hardware est doté d'une technologie étonnante, mais le logiciel qui le contrôle est également très important. Les commandes arrivent en continu et bientôt 200 ou 300 robots s'activent. Le logiciel calcule l'itinéraire optimal pour chacun d'entre eux de manière à ce qu'ils atteignent leur destination sans se heurter ni être bloqués, même si plusieurs robots doivent monter sur le même rack. Peu d'entreprises en sont capables. »

Les principaux avantages de ce système résident dans une mise en place rapide, une entrée en action dès l'arrivée d'une commande, directement emportée au poste de préparation, ainsi que la possibilité de l'agrandir indéfiniment en ajoutant simplement des rayonnages et des robots supplémentaires. Il peut aussi fonctionner 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. « Skypod est conçu pour être flexible et s'adapter à des opérations omnicanales et d'e-commerce complexes, permettant de multiples options quant à la provenance des commandes, que ce soit en ligne ou en magasins, et quant aux lieux de livraison », ajoute-t-il. « Avec les systèmes conventionnels qui utilisent des rayonnages et des navettes motorisés, il est impossible d'avoir des performances véritablement automatisées et à haut rendement, mais avec Skypod, les commandes arrivent immédiatement dans le système et l'article est prélevé en moins de deux minutes. »

Une licorne française arrive au Japon

Malgré sa jeunesse, le chiffre d'affaires d'Exotec a doublé chaque année. L'entreprise a déjà atteint le statut de licorne, avec une valorisation à plus de deux milliards de dollars. Dans tous les pays, les entreprises en phase de démarrage sont confrontées à de nombreux défis, et l'on estime que 90 % d'entre elles échouent au cours de la première année. Parmi celles qui ont survécu, seule une sur mille environ deviendra une licorne. Exotec est en fait la première licorne industrielle française. Des partenariats fructueux au Japon ont joué un rôle important dans sa croissance. Son arrivée au Japon en 2020 a été occasionnée par un partenariat avec le géant japonais de la vente de vêtements Uniqlo. Un an plus tard, le système Skypod a été déployé dans leurs entrepôts. « Nous savions depuis longtemps que le marché japonais présentait un grand potentiel », raconte Ryu Tatewaki. « Cependant, sans un bon point de départ, il est difficile pour les entreprises étrangères d'y entrer. Par chance, l'attrait du système Skypod nous a permis de commencer à travailler avec Fast Retailing, qui exploite Uniqlo, et qui s'est montré très satisfait du système. »



Le système Skypod (Photo : Exotec)

A propos du secteur de la logistique, le directeur général d'Exotec Nihon note que le marché japonais présente des différences significatives par rapport à la France ou à d'autres marchés. « Le marché japonais n'est pas encore aussi avancé que d'autres pays développés en termes d'automatisation de la préparation de commandes dans les entrepôts. Le coût de la main-d'œuvre étant plus faible au Japon que dans d'autres pays développés, beaucoup d'entreprises ne se sont pas converties à l'automatisation des entrepôts, préférant s'en remettre à la main-d'œuvre humaine. Même dans les supermarchés en ligne, dans l'habillement et dans le commerce électronique, les préparateurs de commandes parcouraient les entrepôts à pied. En 2015-2016, cependant, la baisse de la main-d'œuvre a commencé à révéler une véritable pénurie, et de plus en plus d'entreprises ont commencé à se rendre compte qu'elles ne pouvaient pas attirer le personnel dont elles avaient besoin. Face à la croissance du commerce en ligne, elles ont dû automatiser leurs entrepôts afin de développer leurs activités. Pour nous, c'était l'occasion rêvée de nous développer ; nous avons pénétré le marché de manière agressive car il correspondait bien à nos solutions, et c'est ainsi que le Japon est aujourd'hui la plus grande succursale d'Exotec à l'étranger. »

Du côté des perspectives, Exotec attire beaucoup l'attention d'autres entreprises désireuses de mieux automatiser leur logistique. Pour tenir le rythme, la licorne est prête à connaître une croissance rapide au Japon. « Nous aurons besoin d'une centaine de personnes l'année prochaine pour faire fonctionner l'entreprise », déclare Ryu Tatewaki. « Nous avons pu remporter de nombreux projets cette année, et l'avenir de nos activités au Japon est donc prometteur. En fait, certains projets sont en cours de réalisation pour l'année prochaine et les années suivantes. »

La réussite au Japon est devenue une source de fierté pour l'entreprise. Romain Moulin, son PDG en France, a souvent été interrogé par les médias locaux sur la manière dont Exotec a pu faire des affaires dans un pays qui est synonyme de robotique. « Le marché japonais est en effet difficile », explique Ryu Tatewaki. « Les consommateurs et les clients japonais ont des demandes spécifiques et des exigences de qualité très élevées. En outre, l'état de la technologie de l'automatisation et de la robotique y est remarquable. Toutefois, en nous adaptant au marché japonais et en apprenant de lui, nous serons en mesure d'intégrer ces différences dans nos produits et d'en tirer le meilleur parti. On dit souvent que si un produit

se vend bien au Japon, il se vendra bien sur d'autres marchés, et le fait que nous soyons reconnus dans cet environnement est donc très important. »

Le 6 décembre 2022, lors d'une réunion à Tokyo, Exotec a annoncé un nouveau partenariat avec Yodobashi Camera, un important détaillant d'électronique grand public au Japon. « Yodobashi Camera est un magasin en ligne de premier plan qui bénéficie d'un fort soutien de la part des consommateurs, non seulement dans ses magasins physiques, mais aussi dans sa boutique en ligne, pour sa facilité d'achat et sa rapidité de livraison. Je suis convaincu qu'il sera en mesure de tirer pleinement parti du système Skypod, qui est également puissant dans le cadre d'une distribution omnicanale complexe », déclare M. Tatewaki.



Photo : Exotec

Le soutien de Jetro : mettre les connaissances locales au service des entreprises

Pour Exotec, l'arrivée au Japon a posé un certain nombre de problèmes différents de ceux rencontrés lors de leur expansion dans des zones de l'Union européenne. « Comme le temps était compté et que nous devions commencer nos activités immédiatement, nous avons tout d'abord contacté le bureau de Jetro en France, qui nous a fourni des informations sur la réglementation, la fiscalité, sur la localisation de notre centre de services, etc. Ils nous ont beaucoup aidés, même si nous n'avions pas de personnel japonais à l'époque. C'était rassurant d'avoir une telle organisation et un point de contact où poser toutes les questions car nous voulions nous implanter le plus rapidement possible. »

Jetro a apporté son aide en donnant des informations aux dirigeants d'Exotec sur des questions réglementaires à aborder et des facteurs susceptibles d'être considérés comme les plus importants par les partenaires japonais. Jetro a également présenté à l'entreprise des salons, qui ont été décisifs pour trouver des partenaires. Grâce à sa flexibilité, le soutien apporté a été capital, même dans des circonstances exceptionnelles, telles que des consultations en ligne sur le sujet des visas, particulièrement difficiles à organiser pendant la pandémie lorsque l'immigration et les déplacements internationaux étaient beaucoup plus strictement contrôlés.

[Traduction: Isabelle Comtet]

EN SAVOIR + : https://www.jetro.go.jp/en/invest/investment_environment/success_stories/exotec.html

Le titre est de la rédaction.

A VOS AGENDAS

DU 13 AU 16 JUILLET 2023

WEBINAIRES « ABOUT JAPAN »

Pour la deuxième année consécutive, Jetro sera présent à **Japan Expo** à Paris-Nord Villepinte (Hall 5A, L188) pour promouvoir des **produits alimentaires japonais** à travers des démonstrations culinaires et des dégustations.
CONTACT : food-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 'About Japan', une série de webinaires en anglais :

- 'About Japan' : Cross-cultural awareness and the importance of corporate culture – La conscience interculturelle et l'importance de la culture d'entreprise – 13 juin 2023

EN SAVOIR + : <https://www.eu-japan.eu/eubusinessinjapan/library/event/about-japan-webinar-series-212-cross-cultural-awareness-and-importance-corporate-culture>

- 'About Japan': How to Succeed with B2B Marketing in Japan – Comment réussir son marketing B2B au Japon – 20 juin 2023

EN SAVOIR + : <https://www.eu-japan.eu/eubusinessinjapan/library/event/about-japan-webinar-series-213-how-to-succeed-b2b-marketing-japan>

- 'About Japan' : The Differences Between Japanese and Western Strategic Management – Les différences entre le management stratégique japonais et occidental – 27 juin 2023

EN SAVOIR + : <https://www.eu-japan.eu/eubusinessinjapan/library/event/about-japan-webinar-series-214-differences-between-japanese-and-western-strategic-management>

SEPTEMBRE 2023

Jetro organisera un événement de **promotion des produits alimentaires japonais à l'occasion de la Coupe du monde de Rugby 2023**. La date et le lieu seront annoncés ultérieurement.
CONTACT : food-prs@jetro.go.jp

DU 10 AU 13 OCTOBRE 2023

Jetro organise un pavillon Japon regroupant des entreprises japonaises à **Pollutec**, l'événement international de référence des **solutions pour l'environnement**, qui se tiendra à Lyon Eurexpo. CONTACT : info-prs@jetro.go.jp

L'INTERVIEW



Photo : Campus Cyber

Lucile Briolat

Responsable des Relations internationales Campus Cyber

Pouvez-vous nous présenter le Campus Cyber et ses activités ?

Impulsé par le président de la République, le Campus Cyber est la porte d'entrée sur l'écosystème de la cybersécurité en France. Ayant ouvert ses portes en février 2022, il regroupe aujourd'hui plus de 4 000 experts de la cybersécurité issus d'environ 250 entités différentes (industriels, PME, startups, associations, écoles, recherche, organismes publics).

Son objectif est triple : adresser la problématique de la pénurie des talents en travaillant l'attractivité de la filière et en formant aux besoins métiers en constante évolution, favoriser l'innovation et la recherche de la filière afin de faire de la France un leader européen, favoriser le partage dans la conduite des opérations en cas de cyberattaques notamment en animant la communauté autour de travaux communs.

Le Campus Cyber joue également un rôle de vitrine de l'expertise française en France et à l'international. Il a pour objectif de favoriser la coopération avec d'autres pays en Europe et dans le monde.

Il se constitue en réseau avec la création de Campus Cyber Territoriaux qui seront implantés dans toutes les régions françaises dans les prochains mois et prochaines années. Cela permettra de bénéficier des spécificités et atouts des différents écosystèmes locaux afin d'être plus fort ensemble au niveau français. Deux premiers Campus Cyber Territoriaux ont été labellisés : Hauts-de-France et Nouvelle-Aquitaine.

En 2023, le Campus Cyber se focalise sur deux défis majeurs : d'une part, le travail pour pallier la pénurie des

talents et, d'autre part, la conduite d'un plan de recommandations pour le gouvernement ayant pour objectif une plus grande sécurisation des TPE-PME-ETI.

Au mois de mars dernier, vous avez conduit au Japon une mission exploratoire sur le risque cyber. Quels enseignements en tirez-vous ?

Le Japon fait partie des pays les plus avancés en technologies. En matière de cybersécurité, le pays fait face aux mêmes problématiques que les autres pays. Il fait face à des menaces grandissantes dans un contexte de manque de main-d'œuvre. Il nous a été indiqué que plus de 85 % des postes en cybersécurité étaient à pourvoir au Japon, reflet d'une difficulté à attirer des talents vers ces métiers. La France souffre de la même problématique puisque plus de 15 000 postes sont à pourvoir.

L'environnement en termes de cybersécurité au Japon est complexe et connaît une multiplication des attaques. Près de 10 % des attaques seraient d'origine extérieure d'après les informations du NISC, agence nationale japonaise pour la cybersécurité. L'interdiction de surveillance des communications privées inscrite dans l'article 21 de la Constitution japonaise complique la défense active des infrastructures et les procédures judiciaires en cas d'attaque. Néanmoins, l'informatisation des services administratifs restant limitée par rapport à d'autres pays occidentaux (environ 10 % par rapport à plus de 60 %), cela limite l'impact des attaques. A la suite d'une multiplication des attaques contre ses

infrastructures critiques, le Japon a adopté en 2015 une première stratégie en cybersécurité lui permettant d'accomplir des avancées significatives, notamment en vue de l'organisation des Jeux olympiques. Cette stratégie a été complétée par deux textes consacrés à la défense nationale en 2022, après la période du Covid qui a entraîné une forte dématérialisation des activités.

Le concept de Campus Cyber a fortement étonné. Le marché japonais en cybersécurité est, comme ailleurs, fortement séparé entre public et privé. Cette nouveauté française pour faire levier sur l'écosystème a donc attisé la curiosité de nombreux interlocuteurs.

Quels conseils ou recommandations donneriez-vous aux entreprises françaises désireuses de se déployer au Japon ?

Veiller à ne pas s'aventurer trop rapidement et seul dans un export au Japon ! Si les modalités d'accès au marché s'assouplissent pour les entreprises et solutions étrangères, les difficultés linguistiques et culturelles en font un marché difficile d'accès. L'accompagnement par un organisme comme Jetro est essentiel dans la phase exploratoire du marché ainsi que dans la réalisation des démarches administratives (tout en format papier et en langue japonaise). Par ailleurs, une bonne analyse et compréhension de la culture japonaise sont essentielles pour réussir son implantation tant la différence est importante par rapport aux marchés occidentaux.

**[Propos recueillis par
Patricia Cohen]**

Visite officielle du ministre japonais du METI à Paris sous le signe de la coopération

Au cours d'une tournée de huit pays européens, le ministre de l'Économie, du Commerce et de l'Industrie du Japon M. Yasutoshi Nishimura, a appelé de ses vœux le renforcement de la collaboration entre le Japon et l'Europe à la recherche de résilience économique. C'est sur le thème de l'énergie et de l'innovation que s'est inscrit son séjour à Paris les 2 et 3 mai, accompagné d'une importante délégation de quinze startups venues rencontrer des partenaires potentiels français dans les domaines du *new space*, de l'environnement, de la transition énergétique, des technologies embarquées, de l'IA, de l'agriculture du futur et de l'art ([voir la liste](#)).

Invité par M. Dominique Restino, président de la CCI Paris Ile-de-

France, et le Comité d'échanges franco-japonais, le ministre s'est adressé à un panel d'environ deux cents acteurs industriels et experts appelés à réfléchir sur la construction d'un avenir résilient et durable au milieu de la tourmente mondiale en proposant des voies pour relier l'Europe et l'Indo-Pacifique. Il a notamment insisté sur l'importance de la collaboration entre le Japon et la France alors que de profonds bouleversements menacent l'ordre mondial. À l'heure où le monde, au sortir d'une pandémie, se retrouve confronté aux défis posés par l'autoritarisme, il voit dans la coopération entre les pays partageant les mêmes valeurs fondamentales le moyen de sécuriser les chaînes d'approvisionnement de l'énergie menacées en particulier par le conflit russo-ukrainien et de trouver un bon équilibre entre coercition économique et libre-échange pour garantir notre indépendance.

Pour le ministre du METI, nos économies doivent se protéger de la distorsion des échanges et des transferts de technologies forcés. Les opportunités de coopérer et de stimuler l'innovation sont nombreuses dans les technologies émergentes clés telles que les semi-conducteurs, la biotechnologie, le quantique, la robotique et les *greentechs*. A ce sujet, il a pointé l'importance pour le Japon de développer un écosystème favorable à l'entrepreneuriat. La délégation d'une quinzaine de startups qui l'accompagnaient a participé aux échanges qui ont suivi la conférence et a pu profiter d'une visite de Station F.



Le ministre du METI entouré des startups japonaises qui ont bénéficié de l'accompagnement de Jetro pour l'organisation de rendez-vous avec des partenaires potentiels français. (photo : Comité d'échanges franco-japonais)

Le ministre, qui s'exprimait à la veille du sommet du G7 qui allait se dérouler à Hiroshima, a rappelé l'engagement des ministres de l'Énergie et l'Environnement du G7 à travailler ensemble pour les énergies propres et la sécurité économique. Le Japon propose donc à l'Europe et aux États-Unis de profiter de son avance technologique en matière de recyclage pour mettre en place un vaste réseau de recyclage permettant de traiter les ressources minérales dont regorgent les « mines urbaines » et d'accroître notre indépendance en matière de métaux rares. Enfin, M. Nishimura a appelé à inclure les pays du sud, premières victimes du désordre mondial, dans notre recherche de résilience économique et a exprimé sa vision d'un espace indopacifique libre et ouvert. Il a cité le projet franco-japonais en cours de construction d'éoliennes terrestres en Égypte.

Pendant ces vingt-quatre heures en France, le ministre japonais a également rencontré son homologue français, M. Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, pour évoquer la coopération et les partenariats dans les domaines industriel et énergétique, ainsi que Mme Agnès Pannier-Runacher, ministre de la Transition énergétique, avec qui il a signé une déclaration conjointe afin d'approfondir la coopération démarrée en 1972 entre la France et le Japon en matière d'énergie nucléaire.

[Nathalie Harmel]

Enquête 2023 sur la situation des sociétés étrangères implantées au Japon

Jetro a récemment publié les résultats 2023 de son enquête annuelle sur la situation des entreprises étrangères installées au Japon.

Intitulée « **Survey on Business Operations of Foreign-affiliated Companies in Japan** », l'enquête a été conduite en octobre et novembre 2022 auprès de 6 607 entreprises affiliées à capitaux étrangers, avec un nombre de réponses valides de 1 348 (20,4 %). Les entreprises concernées sont les sociétés dans lesquelles des investisseurs étrangers détiennent une participation, quel que soit le pourcentage de capital étranger.

L'objectif est d'appréhender la situation actuelle et les évolutions conjoncturelles des sociétés étrangères basées dans l'Archipel, l'attrait de l'environnement des affaires au Japon et les défis auxquels les entreprises font face afin d'envisager des mesures de soutien. Les informations recueillies seront notamment utiles dans le cadre de la mise en œuvre de projets

visant à promouvoir l'investissement direct étranger et pour servir de référence en vue d'améliorer l'environnement japonais des affaires.

Auparavant limitée aux entreprises étrangères soutenues par Jetro, l'enquête a été étendue depuis l'année dernière à l'ensemble des entreprises à capitaux étrangers installées au Japon. Ainsi il s'agit cette année de la deuxième édition de cette enquête élargie.

Les principaux sujets traités sont : l'expansion future des entreprises au Japon ; l'attrait de l'environnement des affaires au Japon et les défis à surmonter ; la sécurisation des ressources humaines et les moyens pour faciliter l'emploi et l'accueil du personnel international au Japon, et enfin les collaborations ainsi que leur renforcement. **[I.C.]**

EN SAVOIR + : https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/invest/newsroom/pdf/2023/survey.pdf

Nouveau pavillon Japon sur VirtualExpo

En partenariat avec le groupe français VirtualExpo, Jetro vous invite à découvrir l'excellence et l'expertise japonaises à travers une sélection de produits haut de gamme. Ce partenariat, entamé en 2020, vient d'être renouvelé jusqu'à fin mars 2024.

Avec ses six marketplaces spécialisées mettant en relation acheteurs et vendeurs dans le monde entier, VirtualExpo Group offre aux fabricants japonais une vitrine commerciale digitale extrêmement pertinente qui constitue une véritable passerelle vers les marchés internationaux.

Avec le soutien de Jetro, soixante-quatorze stands sont actuellement en ligne permettant à soixante-six entreprises japonaises de proposer leurs produits dans six domaines : l'industrie, l'aéronautique, le secteur médical, l'agriculture, le nautisme et l'architecture.



(Photo: VirtualExpo)

Pour célébrer la poursuite de cette collaboration, un nouveau pavillon Japon totalement refondé a été mis en ligne. **[I.C.]**

VISITER LE NOUVEAU PAVILLON JAPON : <https://pavilion.virtualexpo.com/japan-pavilion/>