

# Le JAPON à la page

## SOMMAIRE

**1/ TRIBUNE** **1/ LES BRÈVES**

**2/ ÉCONOMIE** Le Japon, pays à l'honneur lors du dernier Marché du film

**3/ A VOS AGENDAS**

**4/ OSER LE JAPON** Pourquoi l'Institut Pasteur bâtit son prochain hub mondial de recherche au Japon

**6/ INNOVATION** Le Japon présentera un pavillon national à VivaTech 2026 / La startup japonaise Tenchijin accélère sa percée en France

**7/ HORIZONS JAPON** Le Japon, pôle de stabilité pour les entreprises étrangères

## TRIBUNE

Depuis la Seconde Guerre mondiale, nous avons à plusieurs reprises connu des changements dans le paysage de la politique internationale fondée sur diverses idéologies. Pendant la guerre froide, la confrontation idéologique entre capitalisme et communisme a donné le ton de la politique internationale. Après la fin de la guerre froide, l'idée que la mondialisation économique apporte la paix et la stabilité mondiale est devenue l'idéologie dominante. Par la suite, sur fond de grands changements dans les sphères politique, économique et sociale internationale, le nationalisme et la politique identitaire ont émergé dans le monde entier, provoquant une instabilité dans la politique internationale. En conséquence, le concept de « paix par la force » émerge depuis peu, et le monde réagit à la pression pour l'augmentation des dépenses de défense, notamment dans le domaine industriel, favorisant et développant des industries directement ou indirectement liées à la défense.

Cependant, il est grand temps que nous commençons à réfléchir à « ce qui va suivre ». Nous devons calmer nos esprits. Nous devons cesser à la fois d'être naïfs et extrêmes. Nous ne voulons pas que d'autres violent notre propre jardin, mais nous voulons aussi coopérer autant que possible avec les autres. Bien sûr, nous préférons la richesse, mais nous voulons aussi que ce soit équitable. Avoir la soif d'excitation ne se traduit pas par une soif d'excitation extrême. Je crois que la culture japonaise possède des caractéristiques qui évitent les extrêmes et valorisent la modération. Je tiens aussi à souligner que la France est un pays qui aime particulièrement la culture japonaise. En d'autres termes, je perçois ici le potentiel du Japon et de la France de mener le mouvement vers une réflexion pour « ce qui va suivre ». Peut-être que l'impression qu'André Malraux a ressentie lors de sa visite aux chutes de Nachi il y a 50 ans était une prémonition de cette possibilité.

Ce mouvement doit être compris non pas comme un échange culturel ou économique, mais comme un effort pour imaginer une nouvelle « civilisation » et l'étendre à l'échelle mondiale. C'est précisément lorsque tout le monde est concentré sur le « présent » que nous devons aussi regarder vers « l'avenir ». Votre intérêt envers la culture japonaise constitue en réalité une base importante pour construire la prochaine société humaine. [Akihiko Tamura, Directeur général]

## LES BREVES

Le gouvernement japonais a inscrit dans son prochain plan stratégique pour le tourisme de porter à cent d'ici 2030 le nombre de zones bénéficiant de mesures de lutte contre le sur-tourisme. C'est la première fois que le Japon fixe une cible dans ce domaine. L'objectif d'atteindre 60 millions de visiteurs étrangers d'ici 2030 est maintenu.///// Pour financer la hausse des dépenses de défense, le Japon a augmenté les taxes sur le tabac et l'impôt sur les sociétés, qui connaîtra une surtaxe de 4 % après déduction de 5 millions de yens du montant de l'impôt sur les sociétés. Les augmentations de taxes devraient se poursuivre en 2027. /////

## ÉCONOMIE

## LE JAPON, PAYS À L'HONNEUR LORS DU DERNIER MARCHÉ DU FILM

Plus grand rassemblement international de professionnels du cinéma, le Marché du film, qui s'est tenu du 12 au 20 mai 2026 dans le cadre du 79<sup>e</sup> Festival de Cannes, a choisi de mettre à l'honneur le Japon. Le programme, porté par le METI et JETRO, a reflété toute l'étendue de l'industrie japonaise, sa richesse, sa diversité et la place croissante du pays sur la scène internationale dans les secteurs du cinéma, des contenus et des propriétés intellectuelles (IP). En particulier, Sony Pictures a mis en avant un modèle économique rodé, dont nous résumons ici les principaux éléments.

**P**our cette année exceptionnelle, la présence des professionnels japonais au Marché du film a été marquée par une forte progression, de 50 % par rapport à l'an dernier, témoignant du dynamisme de l'écosystème créatif japonais.

### Une série inédite de programmes

Au cœur de cette édition, de nouvelles initiatives majeures ont eu un grand retentissement. Par exemple, Japan IP Market – un nouveau programme sur trois jours coorganisé avec TIFFCOM (Tokyo International Film Festival Content Market) - a permis de présenter des IP japonaises parmi les plus prometteuses pour des adaptations internationales. De même, des rencontres de co-productions franco-japonaises, organisées en partenariat avec l'organisme français CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée), ont stimulé les échanges dans le but de faire émerger de nouvelles opportunités de co-production entre la France et le Japon.

Le programme phare du Marché du film, Cannes Animation, a été l'occasion de montrer l'influence mondiale du Japon dans le domaine de l'animation, avec des présentations consacrées au succès international de *l'anime*. L'Annecy Animation Showcase – la projection de films d'animations sélectionnés par le Festival d'Annecy - a présenté deux projets japonais : « Wasted Chef » de Takayuki Hirao et « Hidari » de Masashi Kawamura et Iku Ogawa. Lors du prochain Festival international de l'animation d'Annecy, le Japon sera une nouvelle fois très présent, avec un film en sélection officielle, « We are Aliens » de Kohei Kadowaki, et quatre films dont deux co-productions dans la catégorie Contrechamp.

La section Goes to Cannes, en collaboration avec le Tokyo International Film Festival (TIFF), a de son côté présenté cinq longs métrages japonais en cours de production, offrant à leurs réalisateurs la possibilité de rencontrer agents de ventes, distributeurs et programmeurs de festivals.

Une série de conférences consacrées au Japon a permis à des personnalités majeures de l'industrie, dont Sanford Panitch, président du groupe Sony Pictures Motion Picture, et Tetsu Fujimura, producteur exécutif de « One Piece » et fondateur de Filosofia, d'aborder des thèmes comme l'impact mondial des IP japonaises, les opportunités de production au Japon et les stratégies de collaboration internationale.

Au-delà du Marché du film, le Japon était considérablement représenté dans la sélection officielle du Festival de Cannes, avec cinq films : « All of a Sudden » de Ryūsuke Hamaguchi, « Sheep in the

Box » de Hirokazu Kore-eda et « Nagi Notes » de Koji Fukada en compétition pour la Palme d'or, « All the Lovers in the Night » de Yukiko Sode dans la section Un Certain Regard, et « The Samurai and the Prisoner » de Kiyoshi Kurosawa à Cannes Première.

La Palme de la meilleure interprétation féminine consacrant les deux actrices de « All of a Sudden », Virginie Efira et Tao Okamoto, a clôturé cette édition japonaise en beauté.

### La portée mondiale des IP japonaises : le témoignage de Sony Pictures

Les années 2020 ont vu une percée phénoménale des IP japonaises dans le monde. Parmi les franchises non-américaines sur la plateforme disponible en Amérique du Nord de Netflix, leur part est passée de 13 % au deuxième trimestre 2022 à 29 % trois ans plus tard (chiffres Ampere Analytics SVoD). Les *anime* ont non seulement conquis le streaming, mais également les plateformes de jeux, ainsi que les salles de cinéma. « Demon Slayer », sorti en 2025, a engendré 741 millions de dollars de recettes dans le monde, après la première version de 2020 qui avait rapporté 453 millions de dollars.

Lors d'un panel, l'impact mondial des IP japonaises a été au cœur d'une discussion entre Sanford Panitch, président de Sony Pictures Motion Picture Group, et Atsuo Nakayama, sociologue et consultant dans l'industrie du divertissement, également fondateur de Re entertainment. Il ressort de cet échange que, si Sony Pictures compte parmi les plus grands conglomérats mondiaux, avec un siège social aux États-Unis et une direction assurée par un président américain, sa culture reste profondément hybride, entre ses racines japonaises et son ancrage américain. L'une de ses stratégies globales consiste à investir dans des productions locales, notamment japonaises, dont le succès peut ensuite s'exporter à l'international. Alors qu'il y a encore dix ou vingt ans, les films hollywoodiens représentaient environ 70 % des œuvres diffusées sur les écrans japonais, la production locale domine aujourd'hui largement. Cette évolution s'observe également dans plusieurs pays asiatiques, comme la Corée du Sud, l'Inde et la Chine. Ainsi, Sony Pictures tire profit à la fois du succès local des productions et de leur rayonnement international. De plus, cette implication locale aide à repérer de nouveaux cinéastes japonais susceptibles de se lancer dans des productions hollywoodiennes. C'est en tout cas l'ambition de Sanford Panitch pour les années à venir, à l'image de Takashi Yamazaki, réalisateur des « Godzilla » et dont le premier film à Hollywood est actuellement en préparation.

Aujourd'hui, il devient ardu pour un film de faire des recettes à l'international sans IP. Avec l'arrivée du streaming, les IP ont pris une importance capitale et planétaire, grâce au phénomène des fans d'*anime*. Crunchyroll, la plateforme dédiée aux *anime*, rachetée par Sony en 2019, est un bon exemple de la puissance du phénomène : au moment du rachat, elle comptait 3 millions d'abonnés, aujourd'hui plus de 20 millions. C'est une chance en or pour le Japon.

Néanmoins, il est toujours difficile de négocier des affaires avec le Japon, le système des comités de production rendant la coopération difficile, de même que la puissance des éditeurs nationaux. Les Japonais se tournent vers l'international lorsque l'IP a rencontré du succès dans l'Archipel, alors qu'il faudrait s'y intéresser bien plus en amont.

Le modèle économique japonais commence avec le manga, moyen peu coûteux de faire connaître une histoire et ses personnages, puis vient l'*anime* qui permet d'élargir l'audience. Sortent alors le film, les produits dérivés, éventuellement le jeu vidéo, et les activités développées autour des fans, tel le cosplay. Mais cela reste cantonné au Japon, alors que l'industrie japonaise devrait maximiser la valeur de ses IP au sein d'un écosystème global et intégré. Une telle démarche implique également de s'adresser à un public plus large et international. Pour une société comme Sony Pictures, la meilleure voie vers le succès est de constituer un véritable partenariat qui commence entre l'auteur de l'IP et le scénariste, pour mieux comprendre ce que les fans attendent.



Autre thématique abordée lors du panel de discussion : la difficulté plus globale de faire revenir les spectateurs en salle, quand l'entrée coûte le prix d'un mois d'abonnement à une plateforme. La force des fans et des *anime* n'est-elle pas justement de valoriser l'expérience en salle ? Sanford Panitch assure que le cinéma est le meilleur vecteur pour créer des IP mondiales.

Sur les réseaux sociaux, les fans jouent un rôle dorénavant essentiel : ils sont devenus un levier majeur de promotion des propriétés intellectuelles. Il est donc important de réfléchir à la manière d'activer cette *fanbase*, d'interagir avec elle et de rester authentique dans cette relation.

[Caroline Artus]

## A VOS AGENDAS

DU 17 AU 20 JUIN 2026

JETRO est de nouveau présent à **VivaTech**, le grand rendez-vous annuel consacré à l'**innovation technologique**, au sein du pavillon Japan Village (2-D09) qui réunira **37 startups japonaises**. JETRO organise un programme de sessions de pitch et de panels de discussion. Lire l'article en page 6.

+ D'INFOS : <https://vivatech.com/exhibitors/jetro-japan-external-trade-organization>

CONTACT : [info-prs@jetro.go.jp](mailto:info-prs@jetro.go.jp)

18 JUIN 2026

Le 18 juin, de 10h25 à 11h25, au Pitch Studio (Hall 7.1) à **VivaTech**, une session exclusive de **reverse pitch** réunira six **géants japonais** : DNP Europa GmbH, Fujitsu, Mitsubishi Heavy Industries, Fujita Corporation, OKI Europe Ltd et SoftBank Corp. Ils dévoileront leurs **besoins d'innovation et leurs pistes de collaboration** dans des secteurs clés : IA, durabilité, Deep Tech, robotique, cybersécurité, photonique, matériaux avancés, *manufacturing*, drones, Clean Tech, énergie et *smart cities*. Accès libre avec badge Vivatech.

+ D'INFOS : [https://www5.jetro.go.jp/newsletter/prs/2026/innov/VIVATECH\\_Pitcho618\\_Flyer.pdf](https://www5.jetro.go.jp/newsletter/prs/2026/innov/VIVATECH_Pitcho618_Flyer.pdf)

16 ET 17 JUIN 2026

« **SMRJ CEO Networking Session & Business Meeting in France** », un événement organisé par le **Comité d'échanges franco-japonais (CEFJ)** pour encourager les collaborations France-Japon.

Rencontrez **15 PME japonaises sélectionnées par le SMRJ (SME Support Japan – METI)** parmi plus de 300 candidatures, dans trois secteurs considérés comme stratégiques par le gouvernement japonais : **aérospatial, agroalimentaire et artisanat**.

- 16 juin : événement d'ouverture, networking et *speed meetings*
- 17 juin : *business matching* sur candidature

Une occasion unique d'initier de nouvelles coopérations avec des entreprises japonaises en phase de développement international.

LIEU : CCIR Paris Ile-de-France - 11 rue Léon Jouhaux Paris 10<sup>e</sup>

PROGRAMME ET INSCRIPTIONS :  
[www.cefj.org](http://www.cefj.org)



## POURQUOI L'INSTITUT PASTEUR BÂTIT SON PROCHAIN HUB MONDIAL DE RECHERCHE AU JAPON

L'Institut Pasteur contribue à la prévention et au traitement des maladies, en priorité infectieuses, par la recherche, l'innovation, l'enseignement, et des actions de santé publique. Afin de renforcer sa collaboration avec des universités, institutions de recherche, entreprises et organisations publiques japonaises, l'Institut a fondé l'IPJ au Japon. Découvrez pourquoi le Japon émerge comme une plaque tournante stratégique pour la collaboration internationale dans les sciences de la vie !

Depuis plus d'un siècle, l'Institut Pasteur porte la science au-delà des frontières, bâtissant un réseau mondial au service de la santé humaine. Cette tradition trouve aujourd'hui une nouvelle expression au Japon, où un nouveau projet vise à renforcer les liens entre la science et l'industrie japonaises, d'excellence mondiale, et le reste du monde - en transformant les découvertes en impacts.

La nouvelle initiative, Institut Pasteur du Japon (IPJ), n'est pas conçue comme un institut de recherche traditionnel, mais comme une plateforme flexible reliant le monde académique, l'industrie, les startups et le gouvernement. Sa mission reflète à la fois l'héritage global de l'Institut Pasteur et les besoins évolutifs du Japon : briser les silos, soutenir les jeunes scientifiques et transformer les découvertes scientifiques en solutions concrètes - en commençant par la longévité et la santé planétaire.

« Le Japon possède une science extraordinaire et une industrie extraordinaire », déclare le Dr Anavaj Sakuntabhai, directeur exécutif de l'IPJ. « Le niveau de précision, de fiabilité et de vision à long terme que l'on trouve ici est exceptionnel. » Ce qui manque parfois au pays, cependant, c'est un tissu conjonctif - des mécanismes pour relier la recherche fondamentale à

l'application, et les forces nationales aux réseaux mondiaux. L'objectif de l'IPJ est de construire ces ponts.

### Un effort national pour la collaboration

Des réformes réglementaires ont ouvert la voie à l'expansion de la présence de l'Institut Pasteur au Japon. En 2016, après des changements législatifs facilitant la création de fondations au Japon, une fondation locale, la Fondation Pasteur Japon, a été créée, suivie d'unités de recherche conjointes à l'université de Kyoto et à l'université de Tokyo. Sakuntabhai, qui partageait son temps entre la France et le Japon, y a joué un rôle clé. Lorsque les restrictions liées au Covid-19 ont prolongé son séjour au Japon, la direction à Paris y a vu une opportunité. Ils lui ont demandé de construire quelque chose de nouveau : un bureau dédié à l'expansion dans tout le pays des collaborations à la manière de l'Institut Pasteur.

En écoutant les scientifiques japonais, Sakuntabhai a entendu les mêmes préoccupations revenir sans cesse. Les cadres administratifs, bien qu'ils garantissent rigueur et responsabilité, peuvent rendre difficile l'expérimentation ou la mise en place rapide de nouveaux modèles organisationnels. Les jeunes scientifiques prometteurs partent souvent à l'étranger. Et si

le Japon excelle dans la découverte fondamentale, l'Archipel peine parfois à transformer ces découvertes en startups ou en produits mondiaux. Le rôle de l'IPJ, explique Sakuntabhai, est de compléter les institutions existantes de la manière la plus utile, en offrant flexibilité et expérience internationale.

« Nous voulons une plateforme ouverte à la collaboration », déclare-t-il. « Nous invitons tout le monde, à chaque étape de l'innovation et du développement, à nous rejoindre. »

Cette vision façonne l'approche de l'IPJ. Ce n'est ni une université, ni un laboratoire gouvernemental, ni une entreprise - mais il fonctionne avec les trois. Plutôt que de rivaliser pour les talents ou les ressources, il vise à



agir comme coordinateur et facilitateur, aidant les différentes parties de l'écosystème à se connecter plus facilement. « Si les gens ne veulent pas se parler, ce n'est pas grave », dit Sakuntabhai. « Ils peuvent nous parler. Nous coordonnons. »

### Tirer parti des forces du Japon

Les domaines phares reflètent ce que Sakuntabhai considère comme les atouts particuliers du Japon. L'un d'eux est la longévité. Le Japon possède la plus forte concentration de centenaires au monde, ainsi que des décennies d'expérience en santé publique et en prévention. Pourtant, la recherche sur le vieillissement en bonne santé reste fragmentée entre disciplines et institutions. L'IPJ prévoit de rassembler ces éléments dans un programme complet fondé sur les données, axé non seulement sur la maladie, mais sur la santé - nutrition, exercice, sommeil, bien-être mental, vieillissement immunitaire et lien social. L'objectif est ambitieux : une cohorte pouvant atteindre 100 000 participants, fournissant échantillons biologiques et données de santé dans un système où les individus conservent la propriété de leurs données.

Un autre domaine clé est la santé de la planète, qui fait le lien entre bien-être humain et durabilité environnementale. Sur ce point, Sakuntabhai estime que le Japon offre une perspective unique, ancrée à la fois dans la tradition et la technologie. Les pratiques culturelles valorisant la modération, le respect de la nature et l'efficacité se croisent avec des capacités avancées en science des matériaux, agriculture et procédés de fabrication. L'IPJ travaille déjà avec des partenaires sur la nutrition durable, notamment avec des entreprises alimentaires et halieutiques.

Transformer la recherche en impact est une autre priorité. Cela nécessite des mécanismes solides d'innovation - brevets,

startups et partenariats - impliquant souvent des investisseurs étrangers. Sakuntabhai note que l'environnement de financement japonais favorise une croissance stable et progressive, ce qui a ses avantages mais peut rendre l'expansion rapide plus difficile. Le capital international, en particulier des États-Unis et d'Europe, peut aider les projets prometteurs à dépasser les premières étapes. La « marque Japon », ajoutait-il, reste très fiable dans le monde entier ; le défi est d'associer cette réputation de qualité à une visibilité et une portée mondiales accrues.

### Soutenu par les stratégies nationales

Des agences gouvernementales telles que JETRO, la Japan Science and Technology Agency (JST) et le METI (ministère de l'Économie, du Commerce et de l'Industrie) jouent un rôle essentiel. Leur soutien, explique Sakuntabhai, apporte crédibilité et aide l'IPJ à se connecter aux entreprises, chercheurs et investisseurs. Avec le temps, Sakuntabhai espère que l'IPJ sera perçu non comme un avant-poste étranger, mais comme une organisation basée au Japon avec une vision résolument internationale.

Pour l'avenir, l'IPJ prévoit d'établir ses propres capacités de recherche interne, en commençant par la science des données et la recherche sur le vieillissement pilotée par l'IA. L'environnement réglementaire japonais - soigneusement équilibré entre prudence et expérimentation - en fait un cadre prometteur, notamment pour les travaux impliquant des données de santé sensibles. « Nous voulons amener le Japon au monde », dit Sakuntabhai, « et amener le monde au Japon. » ■

SOURCE : [https://www.jetro.go.jp/en/invest/insights/expert-perspectives/institut\\_pasteur\\_du\\_japon.html](https://www.jetro.go.jp/en/invest/insights/expert-perspectives/institut_pasteur_du_japon.html)

NDLR : Le chapeau est de la rédaction.



## LE JAPON PRÉSENTERA UN PAVILLON NATIONAL À VIVATECH 2026

Le Japon participera de nouveau cette année à VivaTech, le plus grand salon européen consacré aux startups et aux technologies, qui se tiendra du 17 au 20 juin 2026 à Paris-Porte de Versailles. Le pays y disposera d'un pavillon national baptisé « Japan Village », installé dans le hall 7.2 Dog.

Ce pavillon réunira trente-sept entreprises japonaises, venues de tout le pays pour présenter un large éventail de technologies et de solutions innovantes. Leur présence est rendue possible grâce au soutien de deux entités japonaises (WE AT et Nikkei the Pitch) et de sept collectivités territoriales : la Métropole de Tokyo, les préfectures de Shizuoka, Aichi et Hiroshima, Union of Kansai Gouvernements, l'écosystème Kyoto Startup (préfecture et ville de Kyoto) et la ville d'Osaka.

Les startups exposeront des solutions d'avenir dans des domaines tels que l'intelligence artificielle, les matériaux, les technologies de santé et la biotechnologie, les drones, les technologies spatiales, l'agritech, le développement durable, entre autres secteurs émergents.

Au sein du « Japan Village », JETRO proposera un programme de tables rondes et de sessions de pitch, offrant aux jeunes pousses japonaises exposantes l'occasion de présenter leurs produits et innovations. Dix startups japonaises qui participent en ce moment au programme d'accélération mis en œuvre

# JAPAN VILLAGE

par JETRO à Station F, en collaboration avec Incubateur HEC Paris, auront également l'opportunité de présenter leurs solutions et technologies. De grandes entreprises japonaises, reconnues pour leur engagement en faveur de l'innovation ouverte, dévoileront par ailleurs les solutions qu'elles recherchent auprès des startups européennes.

L'écosystème japonais des startups connaît actuellement une phase d'expansion rapide. Le pays ambitionne de devenir le principal hub asiatique pour les jeunes entreprises innovantes, un lieu où des startups du monde entier pourront relever des défis sociétaux en s'appuyant sur les technologies de pointe, en collaboration avec les grandes entreprises. Les grands groupes japonais manifestent un intérêt croissant pour les partenariats et investissements dans des startups, alors que les investisseurs américains et européens s'intéressent aux opportunités offertes dans cet écosystème. **[Isabelle Comtet]**

EN SAVOIR + : <https://vivatech.com/exhibitors/japan-village>

6

## La startup japonaise TENCHIJIN accélère sa percée en France

Tenchijin Inc., jeune pousse japonaise spécialisée dans la gestion durable des infrastructures hydriques, poursuit son expansion en France. Grâce à l'exploitation de données satellitaires combinées à l'intelligence artificielle, sa solution KnoWaterleak permet de détecter et d'anticiper les fuites d'eau, offrant ainsi aux opérateurs un outil d'optimisation pour une gestion plus durable et plus efficace de la ressource.

En avril, Tenchijin a franchi une étape décisive en scellant un partenariat stratégique avec Aqualter. Challenger majeur des grands groupes français de l'eau, Aqualter s'appuie sur cinquante ans d'expertise dans la production et la distribution d'eau potable, la collecte et le traitement des eaux usées, ainsi que la construction d'usines et de stations d'épuration sur l'ensemble du territoire. L'entreprise devient ainsi le premier opérateur français à déployer la technologie de Tenchijin, d'abord sur le territoire de Chartres Métropole, où une expérimentation conjointe a confirmé la fiabilité de la solution japonaise. La France a été identifiée par Tenchijin comme un marché clé pour son expansion européenne. Pour renforcer sa présence

et multiplier les collaborations, la startup a rejoint au mois d'avril District, l'accélérateur d'innovation du pôle de compétitivité Aerospace Valley, basé à Toulouse. District accompagne les startups françaises et internationales du secteur aéronautique et spatial en les connectant à un réseau d'experts, d'industriels et d'investisseurs.

Fin 2025, Tenchijin a participé au programme d'accélération J-StarX SpaceTech, organisé par JETRO et destiné aux startups japonaises souhaitant se développer en France ou au Royaume-Uni dans le domaine spatial. Lors d'une semaine d'immersion, les participants avaient pu découvrir l'écosystème d'innovation d'Occitanie.

En intégrant l'accélérateur toulousain, Tenchijin ambitionne désormais de tisser de nouveaux partenariats et de développer des projets collaboratifs, qu'il s'agisse de recherche commune, de co-développement de produits et services ou de déploiements conjoints sur les marchés asiatiques et européens. ■

EN SAVOIR + : <https://tenchijin.co.jp/?hl=en>

## Le Japon, pôle de stabilité pour les entreprises étrangères

Dans un environnement international marqué par les crises géopolitiques, les tensions commerciales et la volatilité économique, le Japon apparaît comme un refuge stratégique pour les entreprises étrangères. C'est ce que confirme la dernière enquête de JETRO, menée à l'automne 2025 auprès de 7 698 entreprises à capitaux étrangers implantées dans l'Archipel. Avec 1 520 réponses exploitables, cette étude offre un panorama précis des attentes, des inquiétudes et des perspectives de ces acteurs économiques essentiels.

### Des perspectives économiques globalement optimistes

Malgré un contexte mondial incertain, les entreprises étrangères opérant au Japon affichent un optimisme notable. Pour l'exercice en cours, 45,9 % d'entre elles anticipent une hausse de leur chiffre d'affaires, soit plus du double de celles prévoyant une baisse. Cette dynamique positive devrait se renforcer cette année, pour laquelle plus de la moitié des entreprises interrogées s'attendent à une croissance de leurs revenus. La rentabilité suit la même tendance : 61,6 % des entreprises prévoient d'être bénéficiaires, un ratio 3,6 fois supérieur à celui des sociétés anticipant des pertes. Par ailleurs, près de 60 % des entreprises envisagent d'étendre ou de renforcer leurs activités au Japon. Le secteur du commerce de détail, longtemps en retrait, se distingue désormais comme le plus ambitieux en matière d'expansion.

### La stabilité japonaise, un atout majeur dans un monde instable

L'un des enseignements les plus marquants de l'enquête concerne la perception du Japon comme havre de stabilité. L'indicateur « stabilité sociale, économique et géopolitique » enregistre une hausse spectaculaire de 24,3 points, devenant le critère le mieux noté depuis le lancement de l'étude. Cette appréciation reflète la capacité du Japon à maintenir un environnement prévisible et sécurisé, un avantage rare dans le contexte actuel. Le pays bénéficie également d'un écosystème industriel dense, où la proximité entre clients, fournisseurs et industries connexes constitue un facteur d'attractivité en progression (+13,2 points).

### Des défis persistants : yen instable et pénurie de talents

Malgré ces atouts, plusieurs obstacles freinent encore les entreprises étrangères. La volatilité du yen, exacerbée par les fluctuations des marchés mondiaux, complique la planification financière et les investissements à long terme. Autre défi majeur : la difficulté croissante à recruter du personnel qualifié. Les entreprises signalent également des tensions sur la disponibilité des sites d'activité, notamment dans les grandes zones urbaines.



### Un intérêt croissant des entreprises occidentales, un recul côté chinois

L'étude révèle une évolution notable dans la perception géopolitique du Japon. Les entreprises européennes et nord-américaines sont de plus en plus nombreuses à considérer le Japon comme un marché stratégique, voire comme un point d'ancrage face aux risques géopolitiques mondiaux. À l'inverse, les entreprises chinoises se montrent plus réservées : la part de celles jugeant le Japon plus important diminue, tandis que celles estimant son importance en baisse progresse nettement.

Enfin, près de 40 % des entreprises anticipent des effets négatifs des politiques tarifaires américaines, notamment via la hausse des coûts d'importation et la fragilisation de leurs clients. ■

**EN SAVOIR + :** [https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/\\_News/releases/2026/f40d8720121d8e2a/survey\\_en\\_v3.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/_News/releases/2026/f40d8720121d8e2a/survey_en_v3.pdf)