

LE JAPON à la page

SOMMAIRE

1/ TRIBUNE 1/ LES BRÈVES

2/ ÉCONOMIE Le Japon est contraint d'adopter de nouvelles politiques de gestion des déchets plastiques.

4/ L'INTERVIEW Jean-Michel Serre, Orange Japon

5/ FOCUS Investissements japonais en Afrique : le 3^e Forum explore de nouvelles pistes

6/ INVESTIR A 500 jours du début des Jeux olympiques de Tokyo, quel rôle le sport joue-t-il dans l'économie japonaise ?

7/ À VOS AGENDAS

8/ HORIZONS JAPON Mission exploratoire en France / Favoriser l'accueil des talents étrangers

TRIBUNE

Lancée à la mi-juillet dernier, la grande saison de manifestations culturelles japonaises « Japonismes 2018 : les âmes en résonance » s'est achevée début mars. Jamais sur Paris ne s'étaient déroulés autant d'événements exceptionnels, déplaçant une foule de spectateurs français, qu'il s'agisse de théâtre, d'expériences culinaires, d'expositions ou de projections de films, dont certains furent même rarement accessibles au Japon. Même si Paris a concentré bon nombre de manifestations, c'est toute la France qui s'est imprégnée des couleurs du Japon pendant neuf mois. La France et le Japon n'ont jamais été aussi proches.

Pourtant, au moment même où les relations bilatérales étaient à leur apogée, se sont produits fin 2018 deux événements d'une ampleur non-négligeable qui pourraient bien virer au casse-tête. D'une part, l'affaire Carlos Ghosn venue entacher l'alliance Renault-Nissan - et le ressentiment qu'elle a provoqué à cause du manque d'informations - pourrait donner un coup de frein à l'enthousiasme français en faveur de la coopération industrielle avec le Japon. D'autre part, il est à craindre que les manifestations répétées des « gilets jaunes », qui ont découragé les entreprises japonaises, conscientes désormais des risques sociaux et économiques qui pèsent sur l'Hexagone.

Dans ces circonstances alarmantes entrainé cependant en vigueur le 1^{er} février dernier l'accord de partenariat économique UE-Japon, qui semble de nature à dissiper les nuages s'amoncelant aux portes de nos deux pays. Les acteurs économiques se mobilisent de part et d'autre pour en tirer le meilleur parti, comme si de rien n'était. L'exceptionnelle mission d'entreprises japonaises venue en France en février dernier et composée de 70 grands groupes japonais a bien démontré leur intérêt et leur appétit vis-à-vis des startups françaises. Le Forum de promotion des investissements en Afrique du 6 mars dernier a de nouveau mis en lumière les opportunités d'ententes franco-japonaises sur le continent africain. Les relations bilatérales demeurent donc solides. Le volet économique doit dès maintenant prendre le relais de l'élan culturel. [Susumu Kataoka, Directeur général]

LES BREVES

L'accord de partenariat économique signé entre le Japon et l'Union européenne en juillet 2018 est en vigueur depuis le 1^{er} février 2019. Les droits de douane sont supprimés pour environ 90 % des produits de l'UE exportés vers le Japon. Pour les autres produits, l'élimination des droits de douane se fera de manière progressive.///// Le gouvernement japonais veut développer le recours aux moyens de paiements scripturaux, c'est-à-dire hors espèces. Ceux-ci ne représentent que 20 % des transactions au Japon, contre 40 à 80 % dans les autres pays développés et même environ 90 % en Corée du Sud.///// Dans la perspective des JO de 2020, l'aéroport de Tokyo Haneda a lancé une vaste campagne de rénovation. Le terminal réservé jusqu'alors aux vols internationaux est rebaptisé terminal 3. Le nombre annuel de créneaux horaires attribués aux vols internationaux devrait passer de 60 000 à 99 000 d'ici 2020./////

ÉCONOMIE

LE JAPON EST CONTRAINT D'ADOPTER DE NOUVELLES POLITIQUES DE GESTION DES DÉCHETS PLASTIQUES

En octobre 2018, le Japon a annoncé son ambition de réduire le volume de ses déchets plastiques de 25 % d'ici 2030. Pour l'heure, l'archipel reste un des champions mondiaux de la consommation de plastique, se plaçant même à la deuxième place, derrière les Etats-Unis, si on se réfère à la consommation par habitant de produits plastiques à usage unique. Mais depuis que la Chine a considérablement restreint l'importation des déchets plastiques étrangers sur son territoire, le Japon doit chercher des solutions alternatives pour traiter ces déchets et en limiter le volume. Encourager le recyclage et réduire l'utilisation de produits plastiques à usage unique sont deux des principales directions envisagées.

Avec 1,43 million de tonnes expédiées à l'étranger en 2017, le Japon est le troisième exportateur mondial de déchets plastiques. Depuis que la Chine, jusqu'alors principale destination de ces déchets, a interdit fin 2017 l'importation de la plupart des déchets plastiques, en particulier ceux d'origine ménagère, le Japon a détourné ses expéditions vers d'autres pays en Asie. Cependant, ceux-ci ayant décidé à leur tour de durcir les conditions d'importation des déchets, le Japon est de plus en plus contraint de traiter ses déchets plastiques sur son propre territoire. Alors que le contexte mondial qui entoure le traitement des déchets est en train d'évoluer, se tourner vers de nouveaux pays ne suffit plus. Ne serait-il pas temps d'appréhender la situation de manière différente ?

De la Chine à l'Asie du Sud-Est

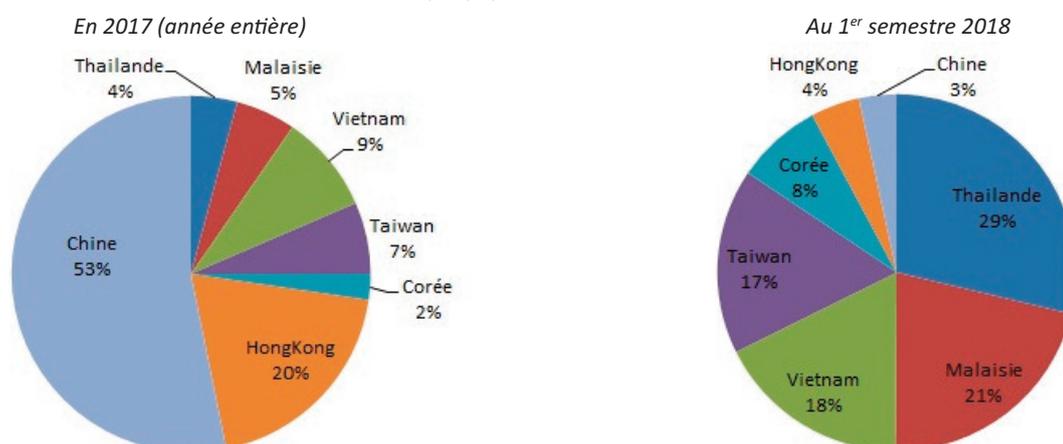
Le Japon est, derrière Hong Kong et les Etats-Unis, le troisième pays exportateur mondial de déchets plastiques, avec 1,43 million de tonnes de déchets plastiques - désignés par le code de nomenclature douanier 3915 - exportés en 2017, soit en volume 11,9 % du total des déchets exportés dans le

monde. La même année, 52,3 % des déchets plastiques en provenance du Japon ont été importés par la Chine, soit environ 750 000 tonnes. En effet, depuis 2011, le Japon exporte plus de la moitié de ses déchets plastiques vers la Chine.

Mais depuis que la Chine a annoncé cesser l'importation de certains types de déchets plastiques d'origine ménagère à partir de la fin 2017, le Japon a réparti ses exportations vers l'Asie du Sud-Est et vers Taïwan. Au premier semestre 2018, les principaux débouchés ont été la Thaïlande (140 000 tonnes), la Malaisie (110 000 t.), le Vietnam (90 000 t.), ainsi que Taïwan (80 000 t.). Dans tous ces pays, les importations en provenance du Japon ont plus que doublé par rapport à la même période l'année précédente, représentant environ 80 % de ces flux (voir graphiques ci-dessous). Cependant, en juillet 2018, ces pays ont à leur tour choisi de durcir leurs conditions d'importation des déchets plastiques. Il apparaît donc difficile pour le Japon de continuer à expédier autant de déchets à l'étranger et la probabilité de trouver d'autres pays pour compenser les exportations vers la Chine étant mince, le Japon réagit pour ne pas laisser ses déchets plastiques partir à la dérive.

VERS QUELS PAYS LES DÉCHETS PLASTIQUES DU JAPON SONT-ILS EXPORTÉS ?

(% par pays de destination)



Privilégier la filière domestique

Face à cette nouvelle donne, le Japon s'est engagé dans le traitement d'une partie de ses déchets plastiques sur son propre territoire. Selon un rapport publié en octobre 2018 par le ministère japonais de l'Environnement sur la base d'une enquête sur l'impact des réglementations relatives de l'importation de déchets adoptées par des pays étrangers, 24,8 % des collectivités locales ont répondu que leur stock de déchets avait diminué par rapport à la période d'avant décembre 2017, ainsi que 15,8 % des collecteurs et transporteurs de déchets et 35,2 % des entreprises de traitement intermédiaire de déchets. Au niveau du traitement, 44,7 % des collecteurs et transporteurs, 56 % des entreprises de traitement intermédiaire et 25 % des entreprises de traitement final (c'est-à-dire l'élimination des déchets) ont indiqué que le volume des déchets traités avait augmenté. Certains déchets plastiques peuvent toujours être exportés sous forme de copeaux. Après les avoir finement broyés, triés, lavés et séchés, les granules obtenues par exemple en traitant les bouteilles en plastique PET constituent la matière première de produits recyclés. La Chine ne refusant pas l'importation sous cette forme, l'exportation vers ce pays est dans un tel cas possible.

Le Japon a fait le choix non seulement d'augmenter le volume des déchets traités sur son territoire, mais aussi de s'efforcer de réduire le volume même des déchets ou de développer de nouveaux types de plastiques, respectueux de l'environnement. Parmi ceux-ci, les plastiques biodégradables notamment ne font pas forcément partie des produits soumis à la réglementation des pays importateurs de déchets, en raison de leur impact moindre sur l'environnement, comparé aux produits plastiques traditionnels. Le développement des plastiques biodégradables ainsi que la promotion de leur utilisation ont vu le jour bien avant que plusieurs pays destinataires des déchets ne décident d'imposer des restrictions sur les importations de déchets plastiques. Avec le renforcement actuel des réglementations mises en place vis-à-vis des plastiques d'origine fossile, la demande de plastiques biodégradables pourrait désormais s'accroître.

Le gouvernement japonais cherche à réduire les produits plastiques

En juin 2018, le ministère de l'Environnement japonais a créé un sous-comité stratégique pour le recyclage des plastiques en tant que ressources. Sa mission consiste à encourager la réduction de l'usage des plastiques, la réutilisation efficace des déchets plastiques et la conception de plastiques respectant l'environnement, en remplacement de ceux d'origine fossile.



Au Japon, les emballages plastiques sont très présents sur les étals (© Etsuko Fukui-Meersseman)

Le Japon se place au deuxième rang mondial en termes de volume de déchets d'emballages plastiques jetables générés par habitant. Pour lutter contre ce fléau et dans le contexte actuel marqué par la multiplication des mouvements écologistes antiplastiques à travers le monde, le gouvernement japonais étudie la possibilité d'imposer des sacs de caisse payants dans les *konbini* (convenience stores), commerces de proximité ouverts 24h/24 et 7 j/7.

A l'occasion du sommet du G7 organisé au Canada en juin dernier, l'ensemble des pays membres ont confirmé leur volonté de réduire le volume des déchets plastiques dans les océans et les déchets marins. A l'exclusion du Japon et des Etats-Unis, cinq pays ont souscrit à la Charte sur les plastiques dans les océans. En tant qu'hôte du sommet du G20 en 2019, le gouvernement japonais a affirmé que la question des déchets plastiques dans les océans serait à l'ordre du jour et que des mesures seraient à définir avant cette réunion ministérielle. Pour cela, il est indispensable que le Japon mette en œuvre des actions concrètes afin de réduire les plastiques qui sont un fléau pour l'environnement.

Cette ambition confirme qu'avec toutes les grandes évolutions qui touchent le plastique, chercher de nouvelles destinations pour se débarrasser des déchets n'est pas une solution suffisante pour lutter contre les problèmes qui surgissent. Il s'avère nécessaire de changer les mentalités vis-à-vis des plastiques de façon radicale, en réduisant les déchets et en développant des produits de remplacement.

[Asuka Kashiwase]

Traduction : Etsuko Fukui-Meersseman

SOURCE : La version originale de l'article, intitulé en japonais « *Ikiba o ushinau Nihon no hai purasuchikku* », a été publiée sur le site de Jetro le 10 janvier 2019 (<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2019/0101/fcebo360455b6cdf.html>)

Le titre, le chapeau et la photo sont de la rédaction.

L'INTERVIEW



Photo : DR

Jean-Michel Serre

Président & CEO

Orange Japon

Président et CEO d'Orange Japon depuis 2013 et directeur Open Innovation d'Orange pour l'Asie, Jean-Michel Serre porte un regard averti sur la situation économique et l'innovation au Japon.

Quel est votre avis sur l'économie japonaise et, d'après vous, en quoi réside son attractivité ?

Même si cela n'est pas toujours perçu comme tel à l'étranger, où l'accent est le plus souvent mis sur le déclin démographique du Japon, l'économie japonaise se porte bien. Il suffit de regarder le volume et la persistance de ses excédents financiers et commerciaux pour s'en convaincre. Les capacités du Japon vont précisément être aiguillonnées par l'enjeu démographique et les multiples conséquences de la baisse inéluctable de la population japonaise et son vieillissement. De cette contrainte et de ce risque, le Japon est en passe d'en faire un avantage concurrentiel en inventant des solutions qui seront très utiles pour les nombreux pays qui vont suivre le Japon dans ce même cycle démographique. La robustesse de l'économie japonaise s'est aussi largement bâtie sur ses choix et ses capacités en matière d'innovation. Les investissements dans ce domaine, son stock et son flux de brevets le démontrent amplement.

Selon vous, quels sont les atouts des entreprises japonaises sur le marché global ?

Les entreprises japonaises combinent deux atouts majeurs : les capacités de financement et, comme évoqué plus haut, leurs capacités d'innovation. Au plan financier, elles ont le triple avantage de disposer de fonds propres, de pouvoir faire appel à un système bancaire solide et de bénéficier de l'appui

des grandes sociétés de commerce lorsque que cela est nécessaire.

Quant à l'innovation, elle est devenue de plus en plus internationale et va devoir s'appuyer sur les meilleures compétences qui elles-mêmes vont devenir de plus en plus demandées. Les entreprises japonaises l'ont bien compris et amplifient leurs efforts de création de centres d'innovation en dehors du Japon. L'innovation du futur va de plus en plus nécessiter l'alliance entre de grandes entreprises capables d'efforts d'innovation sur le long terme nécessitant des investissements lourds (voir le très récent investissement de Honda dans GM Cruise sur la conduite autonome) et des entreprises plus petites - startup ou PME - plus flexibles et plus rapides, capables de s'appuyer sur ces innovations lourdes, de les compléter si nécessaire et surtout de répondre aux besoins émergents des clients particuliers en entreprises. Le Japon peut s'appuyer sur son capital de grandes entreprises innovantes, mais ne semblait pas assez avancé dans le domaine des startups capables de transformer cette innovation technologique en produits et services pouvant répondre à l'explosion des opportunités apportées par la révolution numérique. D'autant plus que ces startups doivent dès le départ avoir une vision internationale. Or l'importance du marché domestique japonais et ses spécificités culturelles (langue notamment) ne poussaient pas les startups japonaises à se tourner vers le monde, les rendant de fait plus fragiles sur le long terme. Ceci est en train de changer et les initiatives des entreprises et du gouvernement japonais, avec J-Startup notamment, montrent le bon chemin.

Quelle est votre opinion sur les relations économiques franco-japonaises ?

Pour réussir, le Japon doit poursuivre et amplifier son ouverture au monde. Pour des raisons historiques et culturelles, la France est un des pays qui est le mieux à même d'avoir avec le Japon une coopération économique gagnant-gagnant. Les cultures managériales sont très complémentaires et permettent un enrichissement mutuel très positif pour appréhender la complexité du monde de demain. La position dans le monde des deux pays, des fleurons de leur économie, de la qualité de leurs innovations permet un respect mutuel entre les équipes. Au-delà de l'Europe, du Sud-Est asiatique et du Japon lui-même, l'Afrique est sans aucun doute une des zones du monde où cette coopération pourrait être la plus utile. Le Japon, grâce à ses capacités d'innovation, offre des possibilités de partenariat technologiques dans les domaines le plus pointus que sont par exemple la robotique, la conduite autonome, l'intelligence artificielle, les énergies nouvelles, le développement durable, tous domaines dans lesquels nombre d'entreprises françaises excellent également. Les entreprises françaises, et pas seulement les plus grandes, doivent donc continuer à renforcer leur intérêt pour un développement au Japon où leur savoir-faire peut très souvent rencontrer des besoins au Japon, compléter les solutions japonaises et permettre ainsi une ouverture plus large vers l'Asie dans son ensemble, grâce à la magnifique image dont bénéficie le marché japonais dans le monde du fait de son exigence de produits premium de très haute qualité.

[Propos recueillis par
Nathalie Harmel]

INVESTISSEMENTS JAPONAIS EN AFRIQUE : LE 3^E FORUM EXPLORE DE NOUVELLES PISTES

Avec le concours de plusieurs agences africaines de promotion des investissements, et dans le sillage de la 6^e édition de la conférence internationale de Tokyo sur le développement de l'Afrique (TICAD), Jetro a mis en place en 2014 le Forum de promotion des investissements en Afrique (AIPF), avec pour objectif le développement des investissements directs japonais vers le continent.

C'est dans ce cadre, et avec la collaboration de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris Ile-de-France, de la Chambre de commerce et d'industrie japonaise en France et de Business France, que la troisième édition de l'AIPF s'est tenue le 6 mars 2018 à la Maison de la Culture du Japon à Paris, avec pour intervenants ses membres, les organisations gouvernementales de promotion des investissements de huit pays africains (Afrique du Sud, Côte d'Ivoire, Egypte, Ethiopie, Kenya, Maroc, Mozambique, Nigéria), ainsi que Jetro, représenté par son vice-président, le Dr Katsumi Hirano, éminent spécialiste de l'Afrique. Ce séminaire a aussi vu les représentants de trois sociétés françaises (Optimetriks et Dassault Systèmes) et japonaises (SucreCube Technologies) témoigner du succès de leur activité sur le continent et de leur volonté de poursuivre leur développement avec de nouveaux partenaires.

Un dialogue constructif

La plateforme d'échanges que constitue l'AIPF permet, outre un dialogue constructif entre acteurs économiques pour surmonter toutes les difficultés éventuellement rencontrées lors des projets d'investissements, de faciliter en amont les implantations d'entreprises japonaises : en supplément des huit bureaux de Jetro installés en Afrique, la mise en place de « guichets Japon » au sein de chaque organisation africaine, ainsi que celle de « guichets Afrique » dans les grands bureaux régionaux de Jetro, tels que Londres, Paris, Dubaï, Istanbul ou New Delhi, en est l'illustration la plus concrète.

C'est précisément le rôle de ces guichets Afrique de diffuser les derniers développements en termes d'actualité d'affaires, et à ce titre, la participation de plus de 150 représentants d'entreprises japonaises et françaises à ce forum souligne la demande et l'intérêt des décideurs privés des deux pays : les collaborations entre entreprises japonaises et françaises peuvent en effet permettre d'accélérer les opportunités d'investissements. C'est tout le sens de ce forum AIPF organisé cette fois-ci à Paris.

Bien que la présence japonaise en Afrique ait plus que doublé entre 2012 et 2018, passant de 192 à 392 entreprises, celle-ci reste relativement discrète et les projets de nouveaux investissements ne progressent pas assez vite. Inversement, les entreprises françaises y sont traditionnellement bien implantées.

Toutefois, face à l'agressivité des nouveaux concurrents chinois ou turcs, pour ne citer qu'eux, elles ont perdu de leur influence au cours des dernières années. La coopération franco-japonaise fournit à cet égard des moyens supplémentaires pour mieux adhérer aux réalités africaines.

Les résultats des études menées par Jetro auprès des entreprises japonaises implantées en Afrique indiquent clairement qu'en dépit des difficultés rencontrées par certaines d'entre elles, la plupart des filiales japonaises demeurent bénéficiaires, tandis que 60 % d'entre elles envisagent d'étendre leurs activités. De même, l'étude révèle que les attentes envers les perspectives et le potentiel de croissance des marchés africains sont grandes. Autre indicateur, et non des moindres : les entreprises chinoises sont arrivées pour la première fois en tête du classement des principaux concurrents sur les marchés africains : 22,9 % des entreprises japonaises les désignent à présent comme leur concurrent principal, contre seulement 3,7 % en 2007.

L'impulsion du secteur privé

Alors qu'on constate une évolution du modèle commercial japonais, qui se traduit par la transition des activités liées à l'exploitation des ressources naturelles et aux aides publiques au développement vers celles ciblant la demande privée, et que l'intérêt pour les nouvelles industries étant partagé par tous, il est opportun de réunir nos atouts respectifs pour affronter les nouveaux défis sur ce continent. C'est particulièrement le cas pour les PME ou les start-up japonaises, françaises et africaines, qui doivent être parties prenantes dans ces initiatives. La start-up française Optimetriks, représentée par son directeur des opérations Loïc Ballester, a ainsi présenté lors du forum sa solution de collecte de données sur le terrain utiles à la distribution des entreprises. Sucre Cube Technologies, représentée par son président-fondateur Koïchi Sato, a pour sa part dévoilé ses projets au Sénégal et en Côte d'Ivoire, autour des énergies renouvelables off-grid et d'internet, pour développer les zones rurales isolées. Ces deux entreprises innovantes ont délivré un vibrant appel à partenariat aux décideurs présents.

Avec en ligne de mire la 7^e édition de la TICAD, organisée fin août à Yokohama, c'est sans nul doute le secteur privé qui donne dorénavant l'impulsion aux nouveaux projets africains. Gageons qu'avec les 750 entreprises japonaises implantées en France, et avec pour soutien supplémentaire l'accord de libre-échange entre le Japon et l'Union européenne récemment entré en vigueur, des opportunités de partenariat sauront se dégager. **[Pierrick Grenier]**

EN SAVOIR + : www.jetro.go.jp/en/news/releases/2019/d7b3eabba8356ad.html

INVESTIR

À 500 JOURS DU DÉBUT DES JEUX OLYMPIQUES DE TOKYO, QUEL RÔLE LE SPORT JOUE-T-IL DANS L'ÉCONOMIE JAPONAISE ?

Suscitant l'arrivée massive de touristes, d'énormes recettes de billetterie, un boom dans l'hôtellerie et la restauration, sans compter les activités liées à la construction des infrastructures et aux services proposés en amont ou pendant les compétitions, les grands événements sportifs engendrent des retombées importantes sur l'économie. A l'automne, le Japon accueillera la Coupe du monde de rugby et Tokyo sera l'hôte des Jeux olympiques et paralympiques en 2020. Au-delà de ces manifestations, le sport a un poids économique incontestable.

Qu'il s'agisse de sports traditionnels tels que le sumo, le karaté ou l'aïkido, ou d'autres disciplines importées dans l'archipel, le sport jouit d'une grande popularité au Japon. Une récente enquête indique que les hommes ont une préférence pour le baseball, le football et le tennis, tandis que les femmes plébiscitent le patinage artistique, devant le baseball et le tennis.

Promouvoir la pratique sportive

Selon l'agence publique Japan Sports Agency (JSA), 42,5 % des adultes au Japon pratiquent une activité sportive plus d'une fois par semaine et environ 30 % des adultes âgés de 20 à 40 ans pratiquent un sport. Formulé en 2017 par le gouvernement, le second Sport Basic Plan a pour objectif de porter à 65 % d'ici 2022 la part de ceux qui font du sport très régulièrement (plus d'une fois par semaine). En effet, des études révèlent qu'environ 80 % des personnes entre 30 et 40 ans déclarent manquer d'activité physique. Il s'agit donc de favoriser la pratique sportive dès le plus jeune âge et d'accroître la participation de tous en tant que spectateur, supporter ou pratiquant.

Emanation du ministère de l'Éducation, de la Culture, des Sports, de la Science et Technologie (MEXT), la JSA a été créée en octobre 2015 afin de promouvoir le sport dans toutes les sphères de la société japonaise. Sa création a répondu à un besoin croissant de mettre le sport au service du développement de la société et de promouvoir un mode de vie sain. Dans son acceptation la plus large, qui englobe non seulement les pratiques sportives, mais aussi les activités touristiques liées au sport, la diététique, le marché de la beauté ou encore l'amélioration de l'état de santé des personnes âgées, le marché, estimé à 5 500 milliards de yens en 2015 (environ 43 milliards d'euros au cours actuel), devrait presque tripler d'ici 2025 (15 000 milliards de yens).

L'organisation de grands événements sportifs, de portée internationale, a des retombées importantes qui bénéficient largement à l'économie touristique du pays d'accueil et à la société assurer leur promotion et les aider à se faire une place sur la scène internationale. Avec 38 000 coureurs lors de l'édition 2019, le marathon de Tokyo s'est ainsi imposé comme le plus important d'Asie et fait partie depuis 2013 des grands marathons mondiaux. Pour les amateurs de la petite reine, Shimane Cycling réunit chaque année dans la préfecture d'Ehime

plus de 7 000 participants et attire de plus en plus des cyclotouristes du monde entier en proposant plusieurs distances - entre 30 à 140 kilomètres - selon son niveau. Pour promouvoir l'événement, Jetro a invité à l'automne 2018 plusieurs médias et blogueurs étrangers à pédaler à la découverte de cette piste cyclable, qui relie pas moins de six îles sur 70 km. Ce type de manifestations permet d'allier la pratique sportive à la découverte des attraits touristiques d'une région.

2019-2021 : trois années fastes

Au cours des trois prochaines années, le Japon accueillera tous les ans un événement mondial majeur : la Coupe du monde de rugby en 2019, qui se tiendra pour la première fois en Asie, sera suivie en 2020 par les Jeux olympiques et paralympiques à Tokyo, puis en 2021 par les Kansai World Masters Games, une compétition internationale multisports qui réunit tous les quatre ans des athlètes amateurs du monde entier âgés de plus de trente ans. Également organisée pour la première fois en Asie, cette compétition rassemblera quelque 40 000 participants.

Premier événement important de cette période faste pour le sport au Japon, la Coupe du monde de rugby s'étendra sur quarante-quatre jours, entre le 20 septembre et le 2 novembre 2019, et devrait attirer deux millions de spectateurs, dont 400 000 visiteurs étrangers, selon les estimations de la JSA. Au 1^{er} janvier 2019, plus de la moitié des billets avait déjà été vendu, soit un million de billets sur les 1,8 million mis en vente. Le comité japonais d'organisation espère que les quarante-huit matchs disputés pendant la compétition se joueront à guichets fermés. Pour la seule billetterie, le montant total des revenus est estimé à 26 milliards de yens (236,4 millions de dollars).

Ensuite, du 24 juillet au 9 août 2020, tous les regards se porteront sur Tokyo, qui accueillera les Jeux olympiques pour la deuxième fois de son histoire. L'impact économique des JO est évalué à plus de 14 000 milliards de yens (env. 108 milliards d'euros) pour la métropole tokyoïte : environ 2 000 milliards de yens (quelque 15 milliards d'euros) sont liés aux investissements et aux dépenses engendrés directement par l'organisation des JO, le solde étant généré par les initiatives post-JO jusqu'en 2030. Sur l'ensemble du Japon, les retombées économiques sont estimées à 32 000 milliards de yens, soit plus de 250 milliards d'euros.

Le sport, enjeu de la revitalisation des régions japonaises

Le sport contribue de manière positive à la revitalisation des régions japonaises, dont certaines sont lourdement affectées par le déclin des naissances et le vieillissement de la population. Citons par exemple Kumano, située dans la préfecture de Mie, qui a misé sur la promotion des sports marins (kayak, paddle, etc.) pour reconquérir les Japonais, de moins en moins enclins à profiter de ses magnifiques plages. Dans l'île septentrionale d'Hokkaido, la ville de Shibetsu, au cœur d'une région agricole, a été choisie par l'équipe taïwanaise d'haltérophilie pour devenir leur camp d'entraînement dans la perspective de leur participation aux Jeux olympiques.

La Coupe du monde de rugby se déroulera quant à elle dans douze villes réparties sur tout l'archipel. Berceau d'une prestigieuse équipe, Kamaishi, dans la préfecture d'Iwate, fait partie des villes sélectionnées, alors qu'elle avait été sinistrée par le séisme de mars 2011. Les infrastructures ont été reconstruites et le stade achevé à l'été 2018, avec le soutien non seulement de la population de Kamaishi, mais aussi du gouvernement, des autorités locales et du secteur privé. L'enjeu était de taille pour cette localité et sa région.

En plus des infrastructures, du développement touristique et de la vente de billets, l'organisation d'événements sportifs présente de multiples opportunités de développement commercial dans de nombreux autres secteurs, par exemple l'enseignement des langues étrangères ou encore la cybersécurité, aussi bien pour les entreprises japonaises que pour les étrangères.

[Isabelle Comtet]

L'IMPACT ÉCONOMIQUE DES JO DE TOKYO

AUGMENTATION MASSIVE DE LA DEMANDE

EFFETS DIRECTS : 1 979 MILLIARDS ¥ (ENV. 15MM€^(*))

Maintenance des installations	350 milliards ¥
Coût opérationnel de l'événement	1 060 milliards ¥
Autres coûts	569 milliards ¥

« L'HÉRITAGE » (EFFETS POST-JO) : 12 239,7 MILLIARDS ¥ (ENV. 96MM€)

Utilisation des installations permanentes et villages des athlètes, développement urbain de Tokyo, environnement	2 257,2 milliards ¥
Sports, participation du public, volontariat, culture, éducation et diversité	815,9 milliards ¥
Revitalisation de l'économie et utilisation des technologies avancées	9 166,6 milliards ¥

(*) 1€ = 126,8 ¥

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES (EN MILLIARDS DE ¥)

Les retombées sur l'ensemble de l'archipel sont évaluées à plus de 32 000 milliards ¥ (env. 250 milliards €^(*))

	à Tokyo	au Japon
Effets directs	3 391,9	5 216,2
Effets post-JO (« héritage »)	17 048,8	27 101,7
Total	20 440,7	32 317,9

(*) 1€ = 126,8 ¥

Source : Bureau of Olympic and Paralympic Games Tokyo 2020 Preparation « Economic Ripple Effect of Tokyo Olympics 2020 » (06/3/2017), JNTO, Japan Tourism Agency

A VOS AGENDAS

OPPORTUNITÉS DE MISSIONS AU JAPON

DU 14 AU 23 MAI 2019

Le Centre UE-Japon pour la Coopération Industrielle, fondé par la Commission européenne et le Meti avec le soutien de Jetro, organise des missions au Japon, destinées aux cadres de l'industrie. Prochaines formations au Japon à l'attention de managers européens travaillant dans des entreprises européennes :

< Biotech Mission to Japan for EU Cluster/SME >

- Dates de la mission au Japon : 8 – 11 octobre 2019 (date limite de candidature : 6 juin)

La mission ciblant le secteur des biotechnologies liées à la santé sera organisée en marge du salon BioJapan à Yokohama (<http://www.ics-expo.jp/biojapan/en/>).

EN SAVOIR + : www.eu-japan.eu/events/biotech-cluster-sme-mission

< World Class Manufacturing (WCM) >

Travaillant dans une entreprise manufacturière à un niveau décisionnaire, vous désirez améliorer la productivité de votre entreprise en acquérant une meilleure connaissance des méthodes japonaises de production telles que Kaizen, Total Quality Control, Total Quality Management, Total Productive Maintenance, Just in Time et Total Industrial Engineering, afin de les adapter à votre entreprise. Deux missions sont organisées en 2019 :

- WCM 1 • Dates de la formation : 24 au 28 juin 2019 (date limite de candidature : 21 mars)

EN SAVOIR + : www.eu-japan.eu/events/world-class-manufacturing

- WCM 2 • Dates de la formation : 18 au 22 nov. 2019 (date limite de candidature : 4 juillet)

EN SAVOIR + : www.eu-japan.eu/events/wcm-world-class-manufacturing-september-mission

En coopération avec Unijapan, organisme de promotion du cinéma japonais à l'étranger, Jetro Paris participera au prochain **Marché du film de Cannes**, qui se tiendra du 14 au 23 mai 2019. Ce sera notre 16^e participation !

Notre mission est d'aider les entreprises japonaises à venir présenter leurs films, documentaires et animations à un large public de professionnels français et internationaux.

Le stand Japon (21-01) est situé au Palais des festivals, niveau - 1.

CONTACT : caroline_artus@jetro.go.jp

Mission exploratoire en France

Du 4 au 6 février, Jetro a organisé le déplacement à Paris d'une importante délégation composée de quatre-vingt-huit personnes représentant soixante-dix entreprises et associations japonaises. Parmi les membres de la délégation, venus s'informer sur les technologies de pointe en France et sur des exemples de collaboration notamment dans l'intelligence artificielle, figuraient de nombreux grands groupes japonais. En quête de nouveaux leviers de croissance, les entreprises japonaises s'intéressent aux opportunités offertes en Europe en matière d'innovation. Avec plus de 10 000 startups, plus de 1 500 créations d'entreprises par an, un environnement d'incubation riche et une politique gouvernementale en faveur de la French Tech, la France s'impose comme une destination prometteuse.

Après une première matinée consacrée à la découverte de l'écosystème français, incluant une visite du plus grand incubateur du monde Station F, les entreprises japonaises ont pu présenter leurs besoins en termes d'innovation à un auditoire de startups françaises. Puis des rendez-vous d'affaires ciblés

ont été organisés pour une vingtaine d'entre elles, soit près de cent soixante-quinze rencontres arrangées avec de jeunes entreprises françaises innovantes.

Le 5 février a permis à la délégation japonaises d'explorer plusieurs secteurs, tels que l'IoT, la mobilité, la fintech et le tourisme, où la France a des atouts, grâce à des visites d'incubateurs parisiens spécialisés dans chacun de ces domaines et en rencontrant des startups françaises.

Pour clôturer cette mission japonaise en France, la dernière demi-journée était consacrée à l'intelligence artificielle, domaine dans lequel les chercheurs et instituts de recherche français ont acquis une renommée internationale, renforcée par la stratégie nationale formulée en mars 2018. L'implantation en France de centres de recherches par de groupes internationaux tels que Google, Microsoft et Facebook a encore accentué son attractivité.

Après Paris, la délégation a poursuivi sa mission exploratoire à Düsseldorf (Allemagne) en ciblant le secteur de l'IoT.

[Tomomi Endo]

8

Faciliter l'accueil des talents étrangers

Jetro et le Meti (ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie) ont lancé un nouveau portail web intitulé « Open to Professionals » (ouvert aux professionnels), dont l'objectif est de faciliter la venue au Japon de professionnels hautement qualifiés. Ce site offre des informations concrètes aux professionnels étrangers - y compris les étudiants étrangers résidant au Japon, ainsi qu'aux entreprises japonaises prêtes à les embaucher. Elles couvrent les conditions de vie au Japon, l'environnement des affaires et de l'emploi, les règles d'immigration, des offres de stages, des informations sur des forums d'emplois et des renseignements sur les entreprises intéressées par l'emploi de talents étrangers. Le site, aujourd'hui en japonais, sera disponible en anglais dès le mois d'avril.

Par ailleurs, l'aide qu'il promet d'apporter aux sociétés japonaises désireuses d'embaucher de tels salariés couvre un large

éventail, allant des procédures d'embauches jusqu'au développement de l'environnement d'emploi. Le travailleur hautement qualifié pourra bénéficier d'une procédure d'examen accélérée de son dossier, sous dix jours ouvrés. Son conjoint aura l'autorisation de travailler et, sous certaines conditions, ses parents pourront également le rejoindre.

Pour attirer les talents étrangers, les entreprises assouplissent leurs conditions de travail par rapport aux standards japonais : elles limitent la durée des journées de travail, prennent en considération les différentes cultures et religions et acceptent de longues périodes de congés. De son côté, le gouvernement encourage l'immigration de personnels qualifiés en garantissant la gratuité de la scolarité des enfants étrangers et un nombre croissant d'institutions de santé soignant des patients étrangers. [Caroline Artus]

EN SAVOIR + : www.jetro.go.jp/hrportal/ (en japonais)