

> Les Passeports de l'Economie

VISA POUR LE JAPON



DOSSIER SPÉCIAL Le rayonnement culturel du Japon, à l'occasion du nouveau salon Lovin'Japan

- >Page II/ Interview de Yasuo Saito, Ambassadeur du Japon en France
- >Page III/ Des réseaux juridiques et économiques au service du développement
- >Page IV/ L'expertise de la propriété intellectuelle
- >Page V/ Daikin, incontournable sur le marché des pompes à chaleur
- >Page VI/ La fascination française pour le pays du Soleil Levant
- >Page VII/ Favoriser les liens et les échanges entre la France et le Japon
- >Page VIII/ Un pays très attractif pour des investisseurs potentiels

Created with

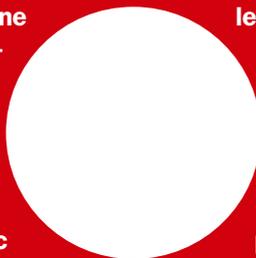

nitro^{PDF} professional



Un pays qui a tout pour séduire

Parce que les idéogrammes qui composent le nom du Japon signifient « lieu d'origine du soleil », ce pays est désigné comme le « pays du Soleil levant ». Moderne et attaché à ses traditions. Soucieux de l'environnement. Somptueusement beau et attractif. Cet étonnant archipel d'Asie a décidément tout pour séduire. Sa culture fascine par delà les continents, comme en témoigne le nouveau salon Lovin Japan, qui s'est tenu à la Villette les 24 et 25 avril dernier. Un dynamisme qui contraste avec le vieillissement de sa population. Selon les estimations de l'ONU, c'est le pays du monde où l'espérance de

vie est la plus importante. Les acteurs économiques l'ont bien compris et en ont fait un atout, en développant les services à destination des personnes âgées. Un n-ième marché, donc, tout aussi prometteur que les autres. Mais tout n'est pas rose pour autant. L'endettement public devrait dépasser cette année les 200% du PIB nippon. Le Premier ministre Yukio Hatoyama annoncera d'ici le mois de juin les détails de son plan pour redresser l'économie. Il y a fort à parier que le Japon saura tirer son épingle du jeu et maintenir son très haut niveau de vie. > François Després



Des échanges renforcés

Depuis près de 150 ans, la France et le Japon exercent l'un sur l'autre des influences réciproques. Ces dernières ne cessent de s'enrichir comme l'explique SE Yasuo SAITO, Ambassadeur du Japon en France.

Comment évoluent les relations bilatérales entre la France et le Japon ?

Les échanges entre la France et le Japon ont débuté en 1858. A cette époque, la France a contribué à la modernisation du Japon. La philosophie, la pensée démocratique, le code civil, l'industrie, ou encore l'organisation des forces armées et de la police sont des exemples des nombreux domaines où la France a influencé le Japon. De son côté, le Japon a séduit les Français dans le domaine des arts, notamment avec les estampes et la poterie japonaises. Il existe donc depuis longtemps des affinités entre nos deux peuples.

Quels sont les principaux domaines de coopération ?

Aujourd'hui, nos relations sont à la fois plus équilibrées et plus larges. Dans les domaines politique et diplomatique, les dialogues sont réguliers. La France et le Japon collaborent étroitement sur des défis planétaires comme le réchauffement climatique, la crise économique mondiale ou l'éradication de la

pauvreté dans les pays en développement. L'intensification des liens économiques est également très nette. Qu'il s'agisse du commerce ou des investissements, les échanges se sont fortement accrus. Ainsi, près de 450 entreprises françaises sont désormais implantées au Japon. Réciproquement, environ 400 sociétés japonaises se sont installées en France. De nombreuses coopérations industrielles ont été mises en place entre nos deux pays, notamment dans l'automobile et le nucléaire civil, des secteurs très prometteurs.

Quelles sont les actions menées pour promouvoir l'image du Japon ?

La culture japonaise gagne une place dans le quotidien des Français. Paris et sa banlieue compteraient aujourd'hui environ 700 restaurants japonais. De plus, si la popularité des arts traditionnels japonais reste bien établie, on constate un intérêt croissant des jeunes Français pour la culture pop du Japon. Pour accroître la collaboration, je souhaite augmenter

le nombre d'étudiants japonais en France, et inversement, car l'apprentissage de la langue est le meilleur biais pour obtenir une connaissance approfondie d'une culture et d'un mode de vie. Il existe de nombreuses bourses publiques et privées ainsi qu'un programme baptisé « vacances-travail », pour partir au Japon. J'invite ceux qui sont intéressés à contacter notre Ambassade pour de plus amples renseignements.

Quels sont les principaux enjeux d'avenir pour nos deux pays ?

La France et le Japon ont en commun des valeurs fondamentales. En tant que nations développées mûres, elles bénéficient toutes deux d'une histoire ancienne et d'une culture riche. C'est pourquoi je suis convaincu que nous pouvons intensifier le dialogue politique sur de nombreux sujets et coopérer encore davantage sur des actions concrètes, d'autant que nous possédons nos propres domaines d'excellence. Il existe donc



> Yasuo Saito, Ambassadeur du Japon en France

encore plus profitables aux deux pays leurs discussions et leurs actions communes. Déjà, la coopération franco-japonaise se révèle très efficace en Afrique, notamment dans l'aide au développement ou le maintien de la paix. En ce qui concerne la dénatalité et le vieillissement de la population, la France et le Japon peuvent apprendre beaucoup l'un de l'autre. La France est parvenue à redresser le nombre des naissances. Quant au Japon, il peut transmettre son expérience en matière de soins aux personnes âgées. Bien d'autres domaines de coopération sont encore possibles. Je pense à la planification urbaine, à la revitalisation rurale, ou encore aux mesures environnementales.

> Anaïs Lemoine

FIDAL, quand local rime avec global

FIDAL propose un accompagnement adapté aux entreprises japonaises et françaises, comme l'expliquent deux des associés de ce cabinet, Olivier Schmitt et Olivier Josset.

Que peut apporter FIDAL à des investisseurs japonais sur le marché français ?

FIDAL apporte le sérieux et les compétences du premier cabinet d'avocat d'affaires français et particulièrement son expérience de quatre-vingt années au service des sociétés étran-

gères, les prix de transfert, le droit des sociétés, les fusions et acquisitions et le droit social) et trois collaborateurs japonais. L'expérience acquise nous permet d'offrir un conseil et un accompagnement des sociétés répondant aux exigences spécifiques des clients japonais : la

récentes d'acquisitions en France et l'assistance lors des négociations des trois premiers accords préalables sur les prix de transfert entre des groupes japonais et les administrations fiscales française et japonaise, nous démontrent au quotidien le bien fondé de ce modèle.

Au-delà de vos équipes pluridisciplinaires à Paris, quels sont vos autres atouts ?

Nous nous appuyons sur une équipe d'avocats dédiée aux problématiques de droit des affaires dans la relation franco-japonaise et sur un réseau de compétences régionales et internationales. FIDAL s'appuie en France sur 95 implantations locales qui nous permettent une vraie proximité avec nos clients et une parfaite connaissance du tissu économique et

institutionnel. Ainsi, au-delà de la compétence des équipes, notre présence en régions apporte une forte valeur ajoutée et une sécurité dans la réalisation des projets, ainsi qu'un suivi sur le long terme de nos clients. Local, FIDAL est aussi global. Nous avons établi un partenariat avec le réseau mondial de fiscalistes de KPMG et noué des relations soutenues avec les principaux cabinets d'affaires japonais. Nous sommes aussi très impliqués auprès des organismes qui favorisent le développement des relations entre la France et le Japon comme les Chambres de Commerce et d'Industrie, l'AFII, le CEFJ ou encore ERAI.

> Pierre Village



L'expertise du Japan Desk

gères souhaitant s'implanter en France. S'agissant plus spécifiquement du Japon, dès les premiers investissements japonais en France, au début des années 60, FIDAL a spécialisé des équipes. Aujourd'hui le Japan Desk de FIDAL, dédié aux investisseurs japonais, est composé d'une dizaine de spécialistes dont quatre associés experts sur les grands domaines de compétences de FIDAL (la fis-

compréhension de l'environnement culturel et du fonctionnement des organisations japonaises, un engagement dans la confiance et le respect impératif des délais. Ces qualités, nous les apportons également aux entreprises françaises qui souhaitent s'implanter ou développer des partenariats au Japon, que ce soient des PME ou des grands groupes. La fidélité de nos clients, des opérations

Un pont entre la France et le Japon

Rencontre avec Noriko Carpentier-Tominaga, directrice du Comité d'Echanges Franco-Japonais de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris.



> Noriko Carpentier-Tominaga

Comment résumer le rôle du CEFJ ?

Le Comité d'Echanges Franco-japonais (CEFJ) est une association loi 1901 créée par la Chambre de commerce et d'industrie de Paris en 1997. Son but est d'approfondir et favoriser les relations économiques entre les deux pays. C'est un outil de prospection et de dialogue très efficace pour les deux communautés d'affaires.

Nous organisons régulièrement pour nos membres actifs des rencontres professionnelles et amicales afin de mettre en relation les futurs partenaires économiques.

Nous secondons également les entreprises en leur apportant une information complète. Grâce à notre réseau, nos 150 membres français et japonais échangent, négocient et s'entraident depuis plus de dix ans pour une plus grande efficacité dans leurs affaires.

En période difficile, quelles sont les possibilités de développement économique ?
Le Japon est une société confrontée à son hyper vieillissement. C'est d'ailleurs le premier pays de l'OCDE à connaître

ce phénomène. Face à ce défi, de nouveaux besoins apparaissent et des solutions restent à inventer. On sait que d'ici 2055, ces problèmes toucheront la plupart des pays de l'OCDE. Le Japon se place donc comme un excellent laboratoire pour des entreprises briguant ces nouvelles parts de marché.

Quels sont les particularités du marché japonais ?

Le Japon est un marché précurseur où l'excellence et l'exigence sont de mise. Il peut être très porteur mais demeure particulièrement difficile à conquérir. On parle d'un marché mature et saturé. Il reste cependant de fortes opportunités en matière de haute technologie (robotique, nanotechnologie, médical)

et de services à la personne. Dans un pays où tout est déjà pensé et mis au service d'un consommateur inflexible et « gâté », il faut faire preuve de beaucoup d'innovation, d'efficacité et de qualité pour se faire une place.

Quels sont les opportunités offertes par la France en termes d'affaires ?

Depuis quelques années, la France est littéralement fascinée par la Pop Culture Japonaise. Cet engouement incite les entreprises, avec l'appui des autorités, à investir massivement sur ce registre pour accroître le rayonnement économique et culturel du Japon vers l'étranger.

> Sophie Solano



Experts en propriété intellectuelle

Avocat associé de Baker & McKenzie, Jean-François Bretonnière a exercé treize ans au Japon avant de fonder le département de propriété intellectuelle de ce cabinet à Paris.



> Jean-François Bretonnière

Quels sont les atouts de la France aux yeux des investisseurs japonais ?

Ils ont toujours admiré la créativité française et recherchent des partenariats fiables à long terme. Privé de matières premières, le Japon a toujours eu pour stratégie d'acquiescer et de développer

le meilleur de la technologie pour préserver son indépendance.

Privilégient-ils les accords avec de grands groupes ?

Pas uniquement. Récemment, nous sommes intervenus auprès d'une société japonaise qui a investi dans une PME spécialisée dans les biotechnologies. Ce qui les intéressait, ce n'était pas la taille de l'entreprise mais son haut niveau de technologie et son excellence en R&D. C'était aussi le cas pour d'autres projets dans le domaine médical et le matériel optique.

Vous intervenez également aux côtés d'entreprises françaises présentes au Japon ?

Oui, souvent. En matière de droit des affaires, le Japon est particulier du fait de sa langue et sa culture d'entreprise. Toutefois, le droit japonais est moins

éloigné de nous qu'on pourrait le penser. Le Japon souhaite rester à la pointe du progrès et maintenir sa compétitivité. Il a donc adopté une approche ambitieuse afin de rester un pays «fondé sur la propriété industrielle». La réglementation y est très protectrice en ce qui concerne les brevets et les autres domaines de la propriété intellectuelle (marques, droit d'auteur, dessins et modèles). En cas de contentieux, le système juridique est bien meilleur que celui des autres pays d'Asie, sauf Singapour et Hong-Kong. C'est un avantage indéniable face à des pays au développement rapide où la protection des actifs incorporels est insuffisante. Là encore, le Japon donne l'exemple !

> Pierre Village

Cabinet d'avocats opérant dans 39 pays, avec plus de 4600 avocats répartis dans 69 cabinets, Baker & McKenzie bénéficie d'une forte expérience dans le droit des affaires. Un tel maillage permet une parfaite connaissance des réglementations locales. Avec 150 avocats à Paris et 140 à Tokyo (les deux cabinets ayant été fondés en 1963), Baker & McKenzie intervient en matière de contrats commerciaux complexes, de protection des droits de propriété intellectuelle, d'alliances technologiques et de litiges et arbitrages.

Le cabinet organise régulièrement de nombreux séminaires de formation sur des sujets d'actualité du droit des affaires en France et à l'international.

> P.Village

BAKER & MCKENZIE

Préserver l'environnement

Très sensibles au respect de la planète, les Japonais font intervenir les critères de développement durable dans leurs choix de consommation.

Quand on pense au Japon, on a surtout en tête des gratte-ciels. De prime abord, le lien entre ce paysage hyper urbanisé et l'engagement dans la préservation de la planète n'est pas évident. Et pourtant... Ce pays est l'un des leaders mondiaux dans les nouvelles technologies respectueuses de l'environnement. Les industriels font en effet de nombreux efforts, lesquels sont d'ailleurs couronnés de succès. En effet, les voitures électriques et hybrides qui ont été mises en place font fureur. Il faut reconnaître que le gouvernement a favorisé la prise de conscience, grâce à des ini-

tatives pour faire progresser la réglementation environnementale, mais aussi grâce à des subventions. Devant l'ONU, le premier ministre Yukio Hatoyama s'est engagé à ce qu'en 2020 le Japon ait réduit ses émissions de gaz à effet de serre de 25% par rapport au niveau de 1990. La population est donc très sensibilisée et se tourne prioritairement vers les produits écolos. En décembre dernier, le salon «Eco Products» a attiré des dizaines de milliers de visiteurs, venus découvrir les plastiques végétaux, les batteries à combustible domestiques ou encore les téléphones mobiles solaires. Ils ont aussi pu

goûter à un café dont le marc usagé se transforme en déodorant pour la maison.

Le recyclage est devenu un véritable business. Estimé à 190 milliards d'euros en 2009, le marché de l'environnement au Japon est l'un des secteurs majeurs de l'économie japonaise. Le Japon est le pays avec le plus d'organismes certifiés ISO 14001 au monde. Malgré un accès réputé difficile, le marché de l'environnement au Japon est porteur d'affaires et l'offre française y est pertinente. Le 14 avril dernier, une nouvelle étape a été franchie. Tokyo a pris les devants en lançant son mar-



© S&K/NU

ché de droits à polluer, inspiré de l'expérience européenne. Soucieux de l'écologie, le gouverneur de la ville impose désormais aux usines et bâtiments les plus polluants de la mégapole de réduire leurs émissions de gaz à effet de serre de 6 à 8% en cinq ans... Environ 1400 pollueurs de la capitale sont concernés. A eux seuls, ils représentent un cinquième de ses émissions de dioxyde de carbone. L'avantage de ces crédits carbone pourraient alimenter les comptes de l'Etat, lequel est plus que jamais affecté par la dette.

> Juliette Leroy

Daikin, incontournable sur le marché des pompes à chaleur et de la climatisation

Daikin occupe, depuis 10 ans, la position de leader sur ce marché. Son président, Kazuhide Horimoto présente la stratégie d'une entreprise qui conjugue à la fois haute technologie et conscience environnementale.



> Kazuhide Horimoto

Quels ont été les objectifs de Daikin lors de son implantation en France en 1992 ?

Depuis sa création en 1924, au Japon, Daikin s'est fixé comme objectif majeur de mettre au service de ses clients les technologies les plus avancées dans le domaine du rafraîchissement et de la réfrigération et, dès 1951, de la climatisation. Déjà présents sur le marché français, nous avons décidé en 1992 de créer une filiale 100 % Daikin pour anticiper la croissance du marché de la climatisation.

Quel bilan pouvez-vous dresser aujourd'hui de votre activité ?

Ces cinq dernières années, notre chiffre d'affaires a doublé pour avoisiner les 380 millions d'euros lors de notre dernier exercice. Nous employons près de trois cents personnes, deux fois plus qu'il y a dix ans ! La France constitue un marché

véritablement unique pour notre entreprise. Les conditions climatiques, avec des caractéristiques très différentes dans le Nord et le Sud, correspondent parfaitement à toute la gamme d'équipements que nous produisons, du chauffage par pompe à chaleur à la climatisation. De plus, les Français sont des clients particulièrement exigeants en termes de qualité, que ce soient les particuliers ou les entreprises.

Comment Daikin répond-il à ces exigences ?

Nous garantissons la fiabilité de nos produits en assurant directement la production de tous nos composants dans nos usines européennes, situées en Belgique, en Italie et en République Tchèque. Et pour être plus proche de ses clients, Daikin France a mis en place un réseau couvrant tout l'hexagone avec douze agences et huit antennes, de Lille à Nice et de Bordeaux à Strasbourg.

Preuve que la qualité et l'environnement sont au cœur des préoccupations de notre entreprise, Daikin a obtenu la norme ISO 14001 en 2004 et la norme ISO 9001 en 2008.

Avez-vous adapté vos équipements aux nouveaux impératifs d'économies d'énergie et de réduction des émissions de gaz à effet de serre ?

Les pompes à chaleur, dont Daikin est « le » spécialiste mondial, apportent une réponse sur

mesure. Pour produire de la chaleur, 70 % de l'énergie nécessaire est apportée par les calories prélevées dans l'air extérieur, elles n'utilisent ensuite que 30% d'électricité. Les pompes à chaleur Daikin fonctionnent ainsi principalement grâce à une source d'énergie renouvelable, inépuisable et gratuite ! Tout récemment, nous avons lancé Daikin Altherma Haute Température 80°C, la seule pompe à chaleur à atteindre 80°C sans appoint électrique. C'est une solution idéale pour remplacer les vieilles chaudières à gaz ou au fioul. Elle peut, en effet, se raccorder sur tous les radia-

teurs d'une installation existante.

Plus globalement, quelles sont les ambitions actuelles du groupe Daikin au niveau mondial ?

En 2000, nous figurions en troisième place. Aujourd'hui, nous entendons bien poursuivre notre fort développement, en privilégiant la haute qualité de nos solutions, associée à une politique de services unique. En nous appuyant sur quatre axes de développement stratégiques - la climatisation, le chauffage, les systèmes centralisés et la réfrigération - notre ambition est clairement affichée : devenir le n° 1 mondial de la climatisation et du conditionnement d'air.

> Pierre Village



Une présence internationale et un réseau local

Fondée en 1924 par Akira Yamada, la société Daikin s'est spécialisée, à partir des années 30, dans les systèmes de refroidissement en développant ses propres fluides. Aujourd'hui, Daikin est le seul fabricant au monde à produire conjointement pompes à chaleur, réfrigérants et compresseurs. Il développe des équipements pour les marchés résidentiel, industriel et tertiaire. Si Daikin exerce encore plus d'un quart de son activité dans son pays d'origine, le groupe, qui emploie plus de 36 000 personnes, s'est doté d'un réseau international. Il effectue un tiers de ses ventes dans la zone Europe-Moyen Orient, avec une présence dans plus de 50 pays. Filiale à 100 % de Daikin, Daikin France, qui a son siège à Nanterre, s'appuie sur un réseau de 11 agences (Lille, Paris (2), Nantes, Bordeaux, Toulouse, Montpellier, Marseille, Nice, Lyon, Strasbourg) et de huit antennes (Caen, Rennes, Clermont-Ferrand, Annecy, Dijon, Belfort, Nancy, Tours) et dispose d'une plateforme logistique d'une surface de 28 000 m² de stocks. > PV





Destination Japon

Agence de voyages

Billets d'avion, hôtels et ryokans,
circuits organisés, circuits sur
mesure, excursions, organisation de
groupe, liste de mariage...

www.destinationjapon.fr

11 rue Villedo 75001 PARIS

TEL 01 42 96 09 32

Licence LI 075 04 0022 IATA 202 5479 1



Merveilleux pays du soleil levant

Extrêmement populaire, la culture japonaise séduit des Français, qui sont ensuite tentés de partir explorer l'Asie.

Changement d'époque, changement de style ! Il y a une centaine d'années, c'étaient les poteries et les estampes qui fascinaient les Français. On parlait alors de « japonisme ». Aujourd'hui, ce sont les mangas et autres dessins animés qui émerveillent les jeunes. Modèle du genre, « Les Gouttes de Dieu » a été un best-seller en France. Pas seulement parce que le vin (si cher à nos

J-Music, défilés de Cosplay, Arts Martiaux... cet événement se tient tous les mois de juillet. Parmi les nombreux exposants se trouvent des éditeurs du marché du manga, des dessins animés et du jeu vidéo, de très nombreuses boutiques ainsi que plus de cent cinquante fanzines et stands amateurs ! Cette véritable fête est devenue un lieu de rencontres entre réalisateurs, musiciens, scénaristes

parallèle, la maison de la culture du Japon, à Paris, organise régulièrement des expositions, des spectacles, des animations, des conférences, des ateliers... dans l'objectif de favoriser les échanges culturels et de promouvoir aussi bien les arts et la culture que la langue et les études japonaises.

Si les étrangers viennent en France ravir leurs palais dans les restaurants des toques étoilées, les Français, eux, sont de plus en plus fans de la cuisine japonaise. Sushi, maki, saké... sont la vitrine d'un art culinaire, où l'esthétique rivalise avec la finesse. Il est d'ailleurs étonnant de découvrir au Japon des mets qui n'ont souvent rien à voir avec ce que nous connaissons. Les plats sont rosés,



moins bons. Les Français sont de plus en plus nombreux à s'y rendre (+17% en 2007). Parmi les principales attractions : l'architecture futuriste ainsi que l'immensité urbaine et chaotique de Tokyo, le mont Fuji, le palais impérial, la région de Nagano ou le site d'Hiroshima. Une certitude : ce pays aux multiples facettes est d'une incroyable richesse culturelle.

> Anaïs Lemoine

traditions) y occupe une place majeure, mais aussi parce que cette culture exotique intrigue. En témoigne l'attrait pour Japan Expo, le plus grand festival de la culture et des loisirs japonais!

et producteurs passionnés qui aiment à se retrouver autour de défilés de mode, de concerts live, de projections en avant-première, de concours de Karaoke, de tournois de jeux vidéo ... En

Une culture qui fascine

France-Japon : des liens très forts

Les relations économiques et commerciales sont très fortes entre la France et le Japon. De nombreux partenariats se sont créés dans toute une série de secteurs. En matière d'énergie nucléaire, par exemple, Areva s'est rapproché de Mitsubishi Heavy Industries. Si la présence japonaise en France est conséquente, les investissements français au Japon pourraient être plus importants encore. Pour favoriser les échanges, dès 1950, des rapprochements ont été initiés entre collectivités locales des deux pays. Au total, une vingtaine de villes de niveau économique semblable et confrontées à des problèmes comparables sont jumelées. Depuis 2008, André Rossinot, maire de Nancy, a proposé qu'elles se réunissent chaque année dans sa ville, laquelle est jumelée à Kanazawa, à l'ouest du Japon !

> **Anais Lemoine**

Akebono: du sur mesure !



akebono

BRAKE EXPERTS

« Nous sommes une société européenne », déclare fièrement Kyoichi Miki, vice-président d'Akebono Europe. Le groupe japonais, n°1 au Japon et aux Etats-Unis (avec 40 % de part de marché), est désormais bien implanté en Europe. Leader mondial pour les composants de freins, Akebono, fondé près de Tokyo en 1929, a fait le choix de concevoir et de pro-

duire en Europe pour s'adapter aux exigences du marché automobile local, très différentes de celles prévalant au Japon et aux Etats-Unis. Les freins doivent ainsi répondre à des habitudes de conduite plus rapide des automobilistes, notamment sur les routes allemandes. Pour satisfaire ces critères de qualité et de fiabilité, Akebono Europe, présent en France depuis 1985,

a ouvert en 1995 un centre de recherche à Gonesse, au nord de Paris, qui emploie 31 ingénieurs et techniciens, français mais aussi allemands et japonais. La France accueille également à Arras une unité de fabrication, ouverte en 1998, comptant plus de cent salariés. Fournisseur d'équipementiers (Bosch, CAS, TRW, Brembo) et de constructeurs automobiles (Daimler, Audi, Opel, Fiat...), Akebono Europe a dépassé le cap des six millions de pièces lors de l'année écoulée, soit une croissance de 20% sur l'exercice précédent, pour un chiffre d'affaires de 32 millions d'euros. S'appuyant également sur des implantations en Belgique (le siège social est à Bruxelles) et en Allemagne, Akebono Europe se fixe comme objectif d'atteindre 30% de parts du marché européen.

> **Pierre Village**

Favoriser les échanges

JETRO est une agence administrative à but non lucratif, destinée à favoriser les échanges économiques entre le Japon et l'international.

Œuvrant en étroite collaboration avec le Ministère japonais de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie (METI), JETRO dispose d'un réseau de plus de 70 bureaux dans le monde, dont 37 au Japon.

Créée en 1958, JETRO (Japan External Trade Organization) a notamment pour objectif de promouvoir les investissements étrangers vers le Japon et de développer les exportations japonaises vers le reste du monde. Depuis 1963, cette agence para-

gouvernementale dispose d'une antenne en France. JETRO Paris se tient à la disposition de toute entreprise française intéressée par une présence sur le marché japonais.

À l'écoute des demandes, JETRO offre des conseils personnalisés et des informations sur la réglementation et la fiscalité ainsi que sur les structures juridiques japonaises. Parmi ses savoir-faire, on compte aussi l'enregistrement, l'immatriculation des sociétés et la mise à disposition

temporaire d'un bureau gratuit au Japon (Tokyo, Fukuoka, Kobe, Yokohama, Nagoya ou Osaka). Enfin, JETRO propose des services de mise en relation avec des agents immobiliers ou des cabinets de recrutement. « Notre accompagnement se veut être pragmatique et répondre aux attentes de tout chef d'entreprise animé par une stratégie d'investissement au Japon », explique Patricia Cohen, chargée des Relations publiques. Grâce à son dynamisme et à sa volonté de développer la coopération économique et industrielle entre les régions, JETRO contribue activement aux échanges technologiques, industriels et commerciaux.

> **Anais Lemoine**

JETRO Paris met ses 5 pôles de compétences à votre service :

- Promotion des investissements français vers le Japon
- Développement des exportations japonaises vers la France
- Intensification des échanges technologiques, industriels et commerciaux entre le Japon et les entreprises françaises
- Renforcement de la coopération économique et industrielle entre les régions, y compris avec les pays émergents
- Diffusion de l'information économique

Contact : Patricia Cohen,
Chargée des Relations publiques
pcohen@jetroparis.fr

JETRO Paris
Organisation Japonaise du Commerce Extérieur

Created with
nitro PDF professional

download the free trial online at nitro.pdf.com/professional



TOUS LES JOURS, DES LIAISONS AÉRIENNES RAPIDES POUR LE JAPON.

Pour relier Paris à trois des principales villes du Japon, Finnair emprunte un itinéraire rapide qui va au plus court, en passant par le nord. Sur nos vols quotidiens pour Tokyo et Osaka et nos cinq vols par semaine pour Nagoya, notre personnel de bord se tient prêt à répondre à toutes vos attentes : arrivé à destination plus tôt, vous arriverez aussi plus détendu. Pour réserver, rendez-vous sur www.finnair.fr. Bienvenue à bord !

TOKYO. OSAKA. NAGOYA. PÉKIN. SHANGHAI.
HONG KONG. SÉOUL. BANGKOK. DELHI.



LA MEILLEURE ROUTE VERS L'ASIE

Un pays très attractif

Deuxième puissance économique mondiale, le Japon attire beaucoup d'entreprises étrangères. Les réseaux de transport et les infrastructures y sont de très grande qualité.

Les entreprises japonaises investissent dans le monde entier et consacrent une part importante de leur budget à la recherche et au développement, mais le mou-



© SNC/THU

vement existe aussi en sens inverse. Si le Japon séduit autant les investisseurs étrangers, c'est avant tout parce que c'est un marché d'avenir qui se classe dans le peloton de tête des pays développés. Le pouvoir d'achat y est élevé, ce qui laisse augurer des débouchés satisfaisants, d'autant que les consommateurs y sont friands de nouveaux produits.

Par ailleurs, la fidélité et l'engagement sont des valeurs essen-

tielles aux yeux des investisseurs qui souhaitent établir des partenariats avec des sociétés japonaises. Il est plus facile qu'auparavant de s'implanter au Japon, grâce à des initiatives destinées à favoriser les affaires. Surtout, le Japon est un centre mondial d'innovation technologique et de développement de produits. C'est une tête de pont pour pénétrer de nouveaux marchés asiatiques, d'autant qu'en Asie de l'Est, la croissance se pour-



© SNC/THU

suit à une vitesse surprenante et l'intégration économique des régions progresse.

Enfin, ce ne sont pas les perspectives qui manquent. L'augmentation de la population âgée pendant les décennies à venir va engendrer une nouvelle demande, notamment dans les secteurs des aliments pharmaceutiques et des soins aux personnes âgées. **> J. Leroy**

Created with

Les Passeports de l'Économie, 29 avril 2010, sont édités par la SARL Execopress, RCS Paris 512 042 706 - 38 rue de Berri - 75008 Paris

Tél 01 80 87 54 70 - email : contact@execopress.fr - Rédactrice en chef : François

Ont participé à la rédaction de ce numéro : Juliette Leroy, Pierre Village, Anaïs Lemoine

Execopress remercie toutes les personnes qui nous ont aidés à la réalisation de ce numéro.



download the free trial online at nitropdf.com/professional