



Journée Japon

Seine & Marne Développement

Une destination incontournable

Une destination incontournable

- Comprendre le Japon
- Présentation secteurs porteurs
- Pratiques des affaires



Un acteur économique incontournable

- **Son économie** pèse 8.5 % de l'économie mondiale, 2 fois la France
- **Les ménages japonais ont une épargne** de 1500 trillions de yens (14 trillions d'euros) dans leurs comptes en banques, (dont la moitié en liquide)
- Revenu moyen par foyer : 486 805 JPY (4425 euros*)
- Dépense moyenne : 291 498 JPY (2650 euros*)
- **Croissance** 2010 : environ 3%
- Maintien d'excédents courants importants
- **Taux de chômage** faible (5,0 %)
- **Forte cohésion sociale** (amortisseurs en cas de crise...)
- **Taux de scolarisation** très élevé (99%)



Un pays tourné vers l'innovation

Orientation résolue vers les technologies de pointe

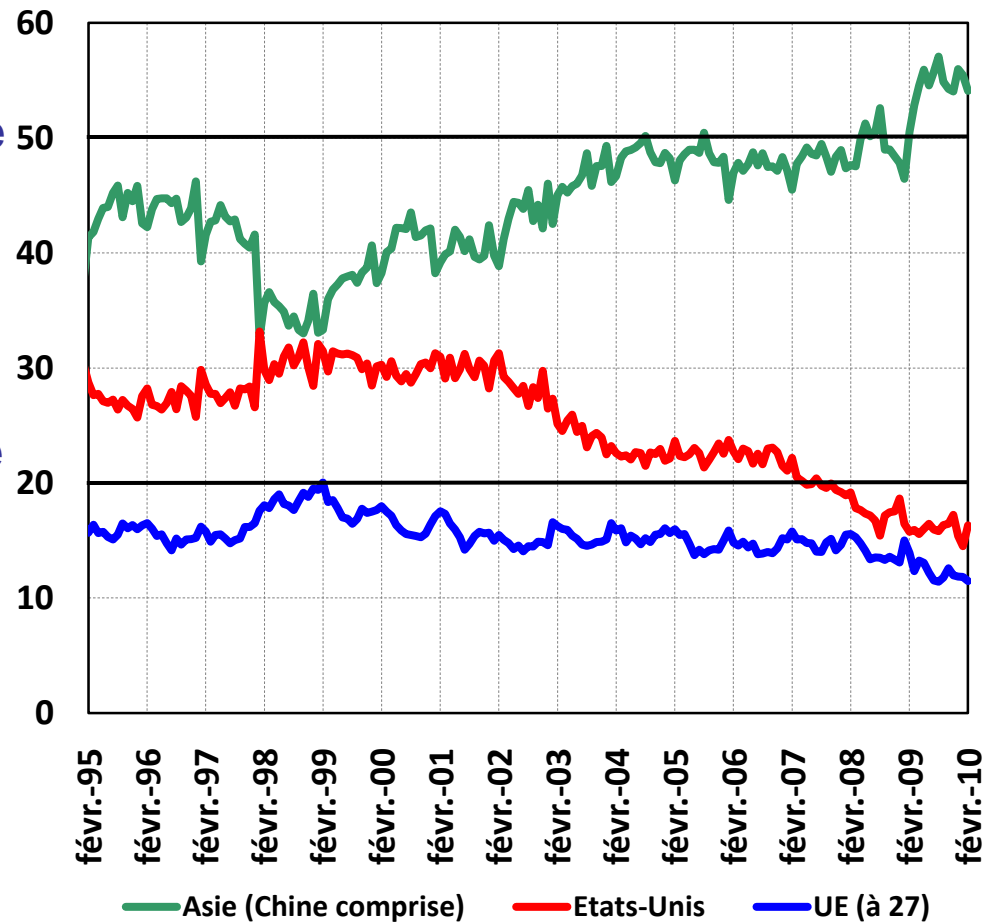
- Le pays au monde qui dépose le plus de brevets
- **Les dépenses en R&D comptent pour 3,8% du PIB** (contre 2,7% aux Etats-Unis et 2,1% en France) ; **80% de ces dépenses de R&D sont faites par les entreprises**
- Le Japon présente 5,6 chercheurs pour 1 000 habitants (contre 4,7 aux Etats-Unis et 3,3 en France)
- Le Japon compte pour **2% de la population mondiale, et pour 20% du budget mondial de R&D**
- Leadership mondial évident du Japon dans beaucoup de secteurs B to C, **tout aussi évident mais moins visible dans bon nombre de secteurs B to B**



Intégration aux économies asiatiques en forte croissance

Part des exportations japonaises par destination
(1995-2010, données mensuelles en %)

- ✓ *Le Japon est le premier fournisseur de la Chine*
 - Il est donc le premier à profiter de la croissance chinoise.
- ✓ *L'Asie est le premier client du Japon*
 - **55%** des exportations japonaises ont pour destination l'Asie (**Chine 19%** des exportations de l'Archipel). Multiples accords de partenariat économique en Asie ;
 - Les **Etats-Unis** représentent désormais **16%** des exportations japonaises
 - L'**UE** environ **12%**.



Source : Douanes japonaises.



Attitude volontariste face à la crise

plans de relance en 2008-2009

✓ *Injection budgétaire massive de 6% du PIB*

- Soutien à l'investissement
- Revitalisation des économies locales
- Distribution de 12 000 yens (90 euros) par personne à tous les ménages
- Détaxes et subventions pour l'acquisition de produits dits « *eco-friendly* » (véhicules automobiles, réfrigérateurs, climatiseurs, télévisions...)
- Volet « énergie solaire »
- Soutien de l'emploi
- Vers une réforme fiscale



Nouveau contexte politique et économique

✓ *Changement de contexte*

- Relations avec les Etats-Unis plus égalitaires et moins privilégiées Priorité à l'Asie
- Fracture politiques / fonctionnaires
- Priorité au social, politique nataliste
- Remise en cause de la dépense publique
- Politique pro-environnement

✓ *Ne pas sous-estimer le parti démocrate au pouvoir*

- Les élites japonaises sont contre le gouvernement, mais le parti démocrate va sans doute rester au pouvoir
- Révolution silencieuse (comme Koizumi, mais à l'envers car l'approche est sociale plutôt que libérale)



Nouvelles tendances de consommation

- Taux de natalité de 1,4 enfants par femme
- Vieillesse le plus avancée au monde : plus d'un Japonais sur cinq a plus de 65 ans
- Ils dépensent davantage pour la santé, les loisirs à la maison, les télécommunications
- Le commerce électronique décolle et touche tous les secteurs : cosmétiques, vêtements, même produits de luxe (on prévoit que le marché e-commerce représentera 5.5 % des ventes totales en 2015)
- Très sensibles aux produits « verts », ils sont prêts à payer pour les produits respectueux de l'environnement



Mode Habitat Santé (1)

☒ Santé

- **pharmacie** : 65 Mds EUR ; fabricants japonais dans un mouvement d'alliances mondiales ; France 8ème fournisseur
- **biotechnologies** : deuxième marché au monde ; R&D très développée dans le domaine médical ; partenariats en cours entre clusters notamment sur les aspects de l'industrialisation des résultats de recherches
- opportunités dans le segment des **dispositifs médicaux** (50% du marché composé d'importations) : équipements pour la dépendance du 3ème âge, ophtalmologie, diagnostic, chirurgie
- **E-santé** : préoccupation qui allie la domotique aux services à la personne, la surveillance des personnes âgées ou des grands malades



Mode Habitat Santé (2)

➤ **Cosmétiques**

- Marché de 18,8 Mds EUR, en légère régression depuis 2 ans ; second rang mondial en 2007; offre locale omniprésente (75% des ventes)
- Opportunités : cosmétiques biologiques/naturels, dermo-cosmétiques, soins pour hommes, soins anti-âge
- France premier fournisseur étranger avec 31% de pdm devant Etats-Unis (20%) en 2009.

➤ **Univers de l'enfant et troisième âge**

- enfant : marché en contraction mais opportunités en raison de dépenses accrues par enfant/foyer : prêt-à-porter, puériculture, jouets ; capitaliser sur excellente image des produits français
- 3ème âge : phénomène identique avec développement de produits et services pour une cible de consommateurs au fort pouvoir d'achat : cosmétiques, services



Nouvelles technologies, Innovation, Services (1)

Industrie et Services de télécommunications

- 115 millions abonnés à la téléphonie mobile dont 90% en 3G
- 96 millions d'internautes ; 90% des foyers reliés à la fibre optique ; le débit moyen le plus rapide au monde
- Lancement fin 2010 du réseau 4G
- NTT, opérateur historique, avec 50% de parts de marché
- Présence au Japon des groupes français (FT, Bouygues, Sagem, Alcatel) avec des bureaux de R&D

E-commerce

- second marché au monde, en pleine croissance et internationalisation (cible : marché chinois)

Robotique

- forte implication de l'Etat dans la R&D sur la robotique de service (logiciels, capteurs, interfaces, contrôles) qui devrait dépasser la robotique industrielle à l'horizon 2015



Nouvelles technologies, Innovation, Services (2)

▣ Jeux vidéo

- marché de 4 Mds EUR (consoles + jeux) ; deux leaders mondiaux (Nintendo et Sony) et une multitude d'éditeurs très actifs

▣ Jeux et vidéos pour mobiles

- marché des contenus (3,8 Mds EUR) très dynamique grâce aux infrastructures du très haut débit et au taux très élevé de possession de terminaux mobiles

▣ Informatique et composants électroniques

- marché de 78 Mds EUR (ventes de PC, Smartphones, e-books), 38 Mds pour les semi-conducteurs et 77 Mds pour les logiciels (prédominance des solutions personnalisées)
- forte croissance des applications cartes à puces (transport, logistique, monnaie électronique, sécurité, e-gouvernement)
- plan i-Japan 2015 qui vise à renforcer le déploiement des TIC dans la vie quotidienne (santé, éducation, administration)



Quelques consignes avant de prospecter ...

➤ ENTRETIEN

- Documentation et catalogue de l'entreprise bien soignés
- Site Web : la vitrine
- Recours au service d'un interprète indispensable
- Cartes de visite : prenez le temps de lire le nom, et posez-les sur la table
- Importance de l'écoute
- « Oui » à la japonaise ne signifie pas forcément « réponse positive » et le silence ne doit pas être interprété comme un signe négatif
- Ne pas négliger ceux qui ne parlent pas
- Aucune décision n'est réellement prise à la fin de l'entretien



Quelques consignes après la prospection

➤ SUIVI

- Ne pas s'attendre à des résultats immédiats
- Reprendre contact par écrit en remerciant la venue sur votre stand
- Réponses rapides
- Entretenir vos relations sur le long terme

➤ COMMANDE

- Restez flexible
- Qualité irréprochable
- Respect des délais de livraison
- Bon service après vente



Opportunités multiples

- ❑ Le Japon est un marché qui offre toujours des marchés à conquérir
- ❑ Il existe pour les entreprises à la pointe dans les domaines innovants ou créatifs, de nombreuses opportunités de niches dans tous les secteurs
- ❑ Une présence dans l'archipel prescripteur de tendance dans toute région, est considéré comme un gage de crédibilité
- ❑ Un environnement des affaires particulièrement agréable et sécurisé
- ❑ On peut y commercer facilement ...et les marges sont réputées encore confortables



Une expertise sectorielle couvrant tous les secteurs

La Mission Economique du Japon est structurée par 4 grandes filières couvrant tous les secteurs d'activité, avec un interlocuteur unique et spécialiste d'un secteur :



Technologies - Innovation – Services : Jean-Dominique FRANCOIS
jean-dominique.francois@ubifrance.fr Tél: +81(0)3-5798-6130



Mode - Habitat – Santé: Akiko HORI
akiko.hori@ubifrance.fr Tél: +81(0)3-5798-6115



Agroalimentaire : David ROLLAND
david.rolland@ubifrance.fr Tél: +81(0)3-5798-6120



Infrastructures - Transport – Industrie : Alexandre EA
alexandre.ea@ubifrance.fr Tél: +81(0)3-5798-6107



Et une expertise transversale , Presse – Juridique - VIE : Laurence JOUIN
laurence.jouin@ubifrance.fr Tél: +81(0)3-5798-6104



***En 2010 La Mission Economique Ubifrance
du Japon a facilité***

***655 accompagnements d'entreprises
dont 360 entreprises sur des opérations de
promotion collective, et 134 missions de
prospection individuelles.***

***En 2011 nous poursuivons ces objectifs
ambitieux afin de vous accompagner sur le
marché japonais.***



2011

La Mission Economique au Japon réalise

12 Pavillons France 6 Missions Découvertes

*3 Missions Partenariales de pôles de
compétitivité*

3 Présentations de produits

13 Rencontres acheteurs 1 Colloque

6 Analyses et potentiels de marché

2 Dossiers thématiques

Et plus de 135 accompagnements individuels



La Mission Economique UBIFRANCE

Bureau de Tokyo



Courriel: tokyo@ubifrance.fr

Tél: +81(0)3-5798-6079

Fax: +81(0)3-5798-6081/82

4-11-44, Minami Azabu, Minato-ku, Tokyo 106-8514

Bureau d'Osaka

Courriel: osaka@ubifrance.fr

Tél: +81(0)6-6131-5278

Fax: +81(0)6-6343-0028

*Dojima East Building 6 F, 1-4-19 Dojima-hama,
Kita-ku, Osaka 530-0004*

