

Exporter vers le Japon

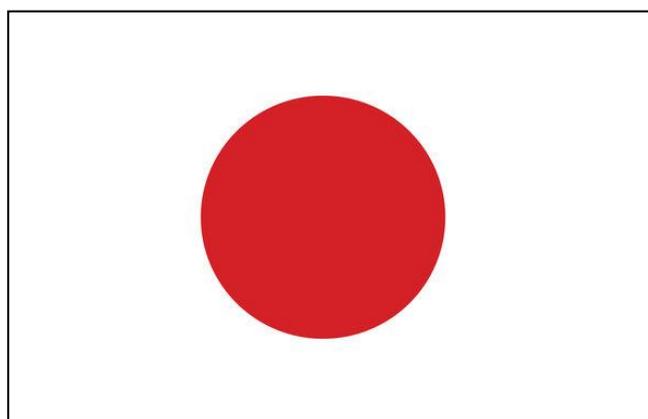


Table des matières

1. Informations générales	3
Défis et préoccupations	3
Perspectives et évolutions favorables	3
2. Indicateurs complémentaires	4
Indicateurs économiques.....	4
Indicateurs sociaux et environnementaux	4
Accords de libre-échange.....	4
3. Sur place : un guide étape par étape	5
Accès au marché et premiers contacts	5
Exporter.....	5
Des marchés intéressants pour une première exportation	7
4. Culture d'entreprise	8
5. Que pouvons-nous faire pour vous ?	10
Points de contact sur place	10
Adresses importantes	10
Sites web utiles à consulter.....	11



1. Informations générales

Avec une population de 125 millions d'habitants, le Japon est la quatrième économie mondiale. Il constitue l'un des principaux marchés d'exportation de Bruxelles en Asie et au-delà de l'UE. Le marché japonais se distingue par sa stabilité, son important pouvoir d'achat et sa préférence pour la qualité. Bien qu'il soit réputé pour ses difficultés à entrer sur le marché, ses normes de qualité strictes et ses réglementations, il sert également de marché de référence pour d'autres destinations d'exportation.

Le Japon est un partenaire politique de longue date de l'Europe et joue un rôle crucial d'intermédiaire avec les principaux acteurs d'Asie et du monde.

Défis et préoccupations

- Si la population du Japon est en déclin, l'impact se fait surtout sentir dans les zones rurales, les grands centres urbains restant des pôles de consommation animés et abritant la majorité de la population.
- Bien que le Japon soit l'un des rares pays au monde où les taux d'intérêt avoisinent zéro pour cent, il a connu une forte augmentation des opérations de portage, ce qui s'est traduit par des emprunts importants dans le pays pour investir principalement aux États-Unis, où les taux d'intérêt sont plus favorables (environ 5 %). Cela a entraîné une dévaluation du yen et une baisse nominale du PIB, plaçant l'économie japonaise au quatrième rang mondial, derrière l'Allemagne.
- L'affaiblissement du yen a amplifié l'inflation importée, en particulier dans les secteurs de l'énergie et de l'alimentation. Malgré plusieurs augmentations salariales (3,5 % en 2023 et 5 % en janvier 2024), la consommation est en baisse au Japon.
- La dépréciation du yen a diminué la compétitivité des produits et services bruxellois exportés vers le Japon.

Perspectives et évolutions favorables

- Malgré ces défis, les entreprises japonaises ont un très bon rapport prix/gains sur le marché boursier et l'indice Nikkei. Le marché boursier japonais a continué à bien se comporter, atteignant même des records historiques, l'indice Nikkei dépassant les 40.000 points.
- On s'attend à une reprise économique dans la deuxième partie de l'année 2024, principalement due à un rebond des exportations qui pourrait conduire à des augmentations de salaires stimulées par une inflation de 2 %, offrant aux consommateurs un terrain de jeu qui pourrait redevenir favorable.
- Cela pourrait conduire, à moyen terme, à une appréciation de la valeur du yen, ce qui permettrait au Japon de redevenir la troisième économie mondiale d'ici à 2025.
- L'organisation de l'exposition universelle d'Osaka Expo 2025 à laquelle la Belgique et la Région de Bruxelles-Capitale participeront.



2. Indicateurs complémentaires

Indicateurs économiques

Retrouvez les principaux indicateurs socio-économiques de ce pays ainsi que les échanges commerciaux de celui-ci avec Bruxelles et la Belgique dans la publication «[Bruxelles et le monde – Statistiques par pays](#)» sur analytics.brussels, la bibliothèque de données en ligne de hub.brussels.

La publication «[Bruxelles et le monde – Statistiques générales](#)» vous offre en outre des données relatives aux échanges commerciaux de la Région de Bruxelles-Capitale, au niveau mondial, par continent et par grande région du monde. Le même type de données est également offert pour les différentes régions de la Belgique ainsi que la Belgique dans son ensemble.

Indicateurs sociaux et environnementaux

Vous souhaitez situer le pays en termes d'enjeux sociétaux, environnementaux et économiques, accédez à une série d'[indicateurs composites de la Commission européenne](#), structurés en fonction des 17 Objectifs de développement durable des Nations Unies¹ et des 6 domaines politiques prioritaires de la Commission européenne².

Accords de libre-échange

Les accords européens ont un impact majeur sur l'accessibilité des marchés et le commerce avec certains pays. Grâce aux liens ci-contre, édités par la Commission européenne, vous trouverez toutes les informations nécessaires concernant les accords de libre-échange et les barrières commerciales. Les accords existants, ceux qui n'ont pas encore été ratifiés et ceux qui sont attendus, peuvent être consultés ici :

- [Accords de libre-échange](#)
- [Barrières commerciales](#)

¹ Pas de pauvreté, Faim «zéro», Bonne santé et bien-être, Education de qualité, Egalité entre les sexes, Eau propre et assainissement, Energie propre et d'un coût abordable, Travail décent et croissance économique, Industrie, innovation et infrastructure, Inégalités réduites, Villes et communautés durables, Consommation et production durables, Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques, Vie aquatique, Vie terrestre, Paix, justice et institutions efficaces, Partenariats pour la réalisation des objectifs.

² Un pacte vert pour l'Europe, Une économie au services des personnes, Une Europe adaptée à l'ère du numérique, Une Europe plus forte sur la scène internationale, Promotion de notre mode de vie européen, Un nouvel élan pour la démocratie européenne.



3. Sur place : un guide étape par étape

Accès au marché et premiers contacts

- Le marché japonais est réputé difficile à pénétrer, mais ce n'est pas impossible si vous avez des produits attrayants, un bon service, de la patience et de la passion.
- Votre partenaire japonais aura généralement effectué des recherches approfondies sur votre entreprise. Il est indispensable de disposer d'un excellent site web mis à jour et, si possible, en japonais.
- De votre côté, vous serez mal vu si vous ne faites pas vos « devoirs » (étude de marché) sur les entreprises et les personnes que vous allez rencontrer. Votre position sera affaiblie si vous ne vous êtes pas préparé(e).
- Il est important d'établir une bonne relation personnelle avec vos clients ou partenaires. Pour cela, votre visite régulière au Japon est indispensable. La culture japonaise privilégie le face-à-face pour faire des affaires.
- Compte tenu de la structure du marché, il est important d'entrer en lice avec un bon partenaire.
- Les canaux de distribution utilisent des méthodes différentes. Les canaux les plus courants sont les grossistes, les détaillants et les sociétés commerciales. Le Japon accorde une grande importance aux relations et à la confiance, c'est pourquoi il est essentiel d'établir des relations solides.
- Les grossistes sont généralement le premier point de contact des entreprises étrangères qui cherchent à pénétrer le marché japonais. En raison du manque d'espace dans les zones urbaines denses, les détaillants ont souvent des stocks limités et les grossistes doivent livrer fréquemment de petites quantités d'un produit.
- Les entreprises japonaises ont tendance à investir dans la réussite à long terme.
- Les consommateurs japonais étant très fidèles, la concurrence locale est votre sujet d'étude.
- Les 7 P au Japon : Préparation, Précision, Patience, Partenariat, Positionnement, Présence et Persévérance.



Exporter

Paiements

Voici quelques-uns des modes de paiement utilisés dans les échanges internationaux avec le Japon :

- La lettre de crédit irrévocable (L/C) est une protection intéressante, en particulier lorsque de grandes sociétés commerciales servent d'intermédiaires à des PME. Les L/C sont souvent émises au nom de ces sociétés commerciales, ce qui réduit le risque en cas de faillite potentielle de la société plus petite.
- Avec les conditions de paiement au comptant, l'exportateur peut recevoir le paiement avant que la propriété des marchandises ne soit transférée. Toutefois, il se peut que cette option ne soit pas la plus intéressante pour l'acheteur en raison d'un flux de trésorerie défavorable et d'inquiétudes concernant l'expédition des marchandises.



- L'encaissement documentaire, ou traite, est un mode de paiement très répandu parmi les négociants internationaux.
- Les conditions de compte ouvert constituent une autre méthode de paiement dans le commerce international, permettant à l'acheteur de payer à une date ultérieure convenue après réception des marchandises.
- La consignation et le financement du commerce sont également mentionnés comme des méthodes avantageuses pour l'acheteur et le vendeur, respectivement, dans les transactions commerciales internationales.

En général, les retards de paiement ne posent pas de problème aux entreprises japonaises, mais il se peut que votre contact commercial soit un jour confronté à des difficultés. Il est toujours temps d'envisager des pourparlers et de négocier des conditions de paiement afin de maintenir la relation commerciale.

Types d'entreprises

- Kabushiki Kaisha : société à responsabilité limitée organisée par les actionnaires et gérée par des directeurs nommés par les actionnaires. Il s'agit de la forme de société la plus connue et la plus répandue au Japon, utilisée par les grandes entreprises.
- Godo Kaisha : société à responsabilité limitée dont le fonctionnement est similaire à celui de la LLC (limited liability company) aux États-Unis et qui est gérée par un ou plusieurs associés à responsabilité limitée.
- Goshi Kaisha : société en commandite à responsabilité illimitée, gérée par au moins un associé à responsabilité limitée.
- Gomei Kaisha : société en nom collectif à responsabilité illimitée gérée par les associés.
-

Aides et subsides

Découvrez tous les subsides pour les entreprises bruxelloises sur le site de l'Economie et de l'Emploi à Bruxelles.



Des marchés intéressants pour une première exportation

Les entreprises bruxelloises qui exportent vers le Japon peuvent tirer parti de plusieurs opportunités commerciales. Voici quelques domaines potentiels :

Produits de luxe et mode

Bruxelles abrite des marques de luxe et des créateurs de mode réputés pour leur savoir-faire et leur innovation. Les consommateurs japonais apprécient fortement les produits de luxe de haute qualité, ce qui fait de ce secteur une opportunité prometteuse. Toutefois, l'image et la marque sont importantes, tout comme l'authenticité.

Alimentation et boissons

La Belgique est réputée au Japon pour son patrimoine culinaire, notamment le chocolat, la bière et les spécialités gastronomiques. Les consommateurs japonais sont traditionnellement intéressés par la cuisine étrangère et les produits alimentaires haut de gamme. Les entreprises bruxelloises du secteur de l'alimentation et des boissons peuvent en tirer parti.

Design et industries créatives

Bruxelles est une plaque tournante de la créativité et du design, avec une scène artistique dynamique et une communauté de designers et d'artistes talentueux. Les consommateurs japonais apprécient les produits au design unique et innovant, qu'il s'agisse de meubles, de décoration d'intérieur ou d'accessoires de style de vie.

Biotechnologie et produits pharmaceutiques

La Belgique est très présente dans les secteurs de la biotechnologie et de la pharmacie, avec des capacités de recherche et de développement de pointe. Le vieillissement de la population japonaise et ses besoins en matière de soins de santé offrent aux entreprises biotechnologiques et pharmaceutiques basées à Bruxelles la possibilité d'exporter des médicaments, des dispositifs médicaux et des solutions de soins de santé innovants.

Technologies environnementales et durables

Le Japon s'est engagé en faveur du développement durable et de la protection de l'environnement, créant ainsi des opportunités pour les entreprises bruxelloises spécialisées dans les énergies renouvelables, la gestion des déchets et les technologies respectueuses de l'environnement.

En s'appuyant sur les atouts des entreprises bruxelloises, les exportateurs peuvent tirer parti des opportunités du marché japonais et établir une présence dans l'une des plus grandes économies du monde. En outre, la participation à des foires commerciales, des événements de mise en réseau et la collaboration avec des partenaires locaux peuvent aider les entreprises bruxelloises à s'orienter sur le marché japonais et à élargir leurs débouchés commerciaux.

Calendrier des salons

<https://businesseventstokyo.org>

<https://www.jetro.go.jp/en/database/j-messe/country/asia/jp/>

https://www.eventseye.com/fairs/c1_trade-shows_japan.html

<https://www.rxjapan.jp/en/schedule/>



4. Culture d'entreprise

Avant de commencer à communiquer avec des entreprises japonaises, soyez bien préparé(e). Vous devez fournir aux entreprises japonaises un profil de votre entreprise, votre site web, vos produits, vos catalogues, etc. (la langue japonaise est préférable).

Si cela s'avère nécessaire, préparez-vous à faire appel aux services d'un interprète ou d'un traducteur pour vos documents. (Les textes générés par l'IA ne sont pas à la hauteur de la langue japonaise, en particulier si le contenu est très technique).



Préparez-vous à répondre à diverses questions posées par des entreprises japonaises. Préparez l'envoi d'échantillons avant de commencer à communiquer avec des entreprises japonaises afin de pouvoir agir rapidement en cas de demande.

Les hommes/femmes d'affaires japonais arrivent à une réunion 5 minutes à l'avance, ce qui est la façon la plus polie de faire bonne impression.

Les cartes de visite sont très importantes pour les premières rencontres et une traduction en japonais est très appréciée.

La hauteur de votre carte de visite par rapport à votre partenaire lors de l'échange indique l'importance relative et le respect que vous avez pour votre partenaire. Les cartes de la même importance sont placées à la même hauteur. Si vous souhaitez montrer votre respect, veuillez présenter votre carte plus bas que votre interlocuteur.

Présentez votre carte à deux mains et gardez un de vos contacts sur la table après l'échange.

Si votre carte ne comporte qu'un numéro de téléphone portable et une adresse électronique gratuite, cela donnera une impression désavantageuse de votre entreprise.

Dans les grandes entreprises, ne vous attendez pas à voir immédiatement des personnes du plus haut niveau. Souvent, la première réunion aura lieu avec une personne du niveau opérationnel.

Traditionnellement, les hommes/femmes d'affaires japonais adoptent un code vestimentaire soigné et classique. Cela ne s'applique pas si votre domaine d'activité dépasse le style classique.

Les hommes/femmes d'affaires japonais disent souvent : « Nous allons nous pencher sur la question... ». Cela signifie qu'ils doivent avoir une discussion au sein de l'entreprise. Vous devez attendre patiemment. La conclusion pourrait être négative, mais les entreprises japonaises prennent souvent une décision après plusieurs réunions avec vous et des discussions internes. C'est pourquoi des visites de suivi sont prévues et nécessaires.

Les Japonais savent exprimer leur refus, mais de manière très nuancée. Le rejet poli peut se manifester par des actions telles que l'aspiration d'air par les dents ou des phrases telles que « Je pense que ce sera difficile », « Je vais étudier votre demande et vous en informer » ou « Je dois consulter mon patron/chef d'entreprise et je reviendrai vers vous ». La réponse « hai » signifie la compréhension plutôt que l'accord. Cependant, il est essentiel de ne pas s'attarder dans l'incertitude. La question « pourquoi ce refus ? » peut dévoiler des obstacles qui peuvent être traités du côté japonais.

Le « Nemawashi » est une pratique observée dans les grandes entreprises japonaises traditionnelles où de nombreuses personnes sont impliquées dans l'acceptation et la mise en œuvre des décisions de gestion. Au sein des structures japonaises, les surprises liées à des développements inattendus ne sont pas les bienvenues. Pour prendre les décisions les plus



éclairées, il est conseillé d'organiser des réunions préparatoires avec les parties prenantes à différents niveaux de l'organisation de l'entreprise avec laquelle vous négociez.

Au Japon, ce processus de décision consensuel se prolonge souvent au sein de la hiérarchie de l'entreprise. Cependant, l'avantage réside dans la rapidité d'exécution puisque tous les membres ont participé au processus de décision et connaissent les principaux objectifs.

Sans être obligatoire, la remise de petits cadeaux à la fin des réunions est un geste traditionnel important.

En termes de suivi, la rapidité est essentielle au Japon, généralement dans les heures ou les jours qui suivent, mais jamais dans les semaines qui suivent. Les réponses sont attendues dans les 24 heures dans la plupart des cas. S'il n'est pas possible de fournir une réponse immédiate, il est courtois d'informer les entreprises japonaises de la réception de leur demande et de leur donner un délai de réponse.

Ne négligez pas les détails. Pour le Japonais, ils sont aussi importants que le sujet principal. La différence sera en votre faveur si vous apportez une attention particulière au traitement des détails.

Les Japonais se sentent mal à l'aise lorsqu'ils ne reçoivent aucune réaction de la part des entreprises, et l'absence de contact leur donne une impression négative. Le maintien d'une bonne relation personnelle avec vos clients est la clé du succès.



5. Que pouvons-nous faire pour vous ?

Points de contact sur place

Les Délégué.e.s génér.aux.ales et Représentant.e.s de la Région employés par hub.brussels sont les représentants officiels du gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale à l'étranger. Ils soutiennent les entreprises bruxelloises qui souhaitent exporter et recherchent de nouveaux investisseurs.

Ils disposent des informations, de l'expertise et des connaissances approfondies sur les spécificités des différents marchés étrangers. Sur la base de ces connaissances, ils vous aident à affiner vos plans d'exportation, en vous conseillant sur les réglementations, la concurrence, les conditions d'entrée sur le marché, les permis, etc. En outre, ils peuvent vous aider à répondre à vos questions concernant les exportations, certains secteurs de la juridiction, les contacts avec les intermédiaires, la culture d'entreprise, etc.



William Delsemme

Japan

Embassy of Belgium
5-4 Nibancho
Chiyoda-ku, Tokyo 102-0084
Japan

+81 3 35 56 24 31

+81 70 42 03 77 41

tokyo@hub.brussels

Adresses importantes

Au Japon

- **Hub brussels & l'Ambassade de Belgique à Tokyo** - 5-4 Nibancho, Chiyoda City, Tokyo 102-0084
- **Chambre de commerce belgo-luxembourgeoise au Japon** - 10th Daitetsu Building, 5th floor, 23 Arakicho, Shinjuku City, Tokyo 160-0007

À Bruxelles

- **Ambassade du Japon à Bruxelles** - Rue Van Maerlant 1, 1040 Bruxelles,
- **BELGIUM-JAPAN ASSOCIATION AND CHAMBER OF COMMERCE ASBL-VZW** - Avenue Louise 287, boîte 7 - 1050 Bruxelles



Sites web utiles à consulter

En Belgique

- **Ambassade du Japon en Belgique** : http://www.be.emb-japan.go.jp/itprtop_en/index.html
- **Belgium-Japan Association (BJA)** : <http://www.bja.be/>
- **Organisation japonaise du Commerce extérieur (JETRO) Belgique** : <https://www.jetro.go.jp/belgium/>

Au Japon

- **Ambassade de Belgique à Tokyo** : <http://japan.diplomatie.belgium.be/en>
- **Centre d'information touristique (TIC) Tokyo** : <http://www.tictokyo.jp/en/>
- **Chambre de commerce belgo-luxembourgeoise au Japon (BLCCJ)** : <http://blcci.or.jp/>

Sites web japonais

- Ministère des Affaires étrangères du Japon : www.MOFA.GO.JP
- Organisation japonaise du Commerce extérieur (JETRO) : www.JETRO.GO.JP
- Centre UE-Japon : www.eujapan.com
- Ministère de l'Économie, du Commerce et de l'Industrie : www.meti.go.jp/english/index.html
- Bureau des statistiques : www.stat.go.jp/english/index.html
- Organisation nationale du tourisme du Japon : www.jnto.go.jp/
- Agence japonaise du tourisme : www.mlit.go.jp
- Douanes japonaises : <http://www.customs.go.jp/english/index.html>
- Business Development Center TOKYO : <http://www.bdc-tokyo.org/en>
- Chambre de Commerce et d'Industrie du Japon : <http://www.jcci.or.jp/>
- Fondation économique du Japon : <http://www.jef.or.jp/>
- Keidanren : <http://www.keidanren.or.jp>
- The Japan Foundation : <http://www.jpff.go.jp/index.html>

Presse

- The Japan News : <http://the-japan-news.com>
- Nikkei Asian Review : <http://asia.nikkei.com>
- The Japan Times : <http://www.japantimes.co.jp/>
- Keizai Koho Center : <https://en.kkc.or.jp/>
- Centre de la presse étrangère au Japon : <http://fpci.jp/en/>

