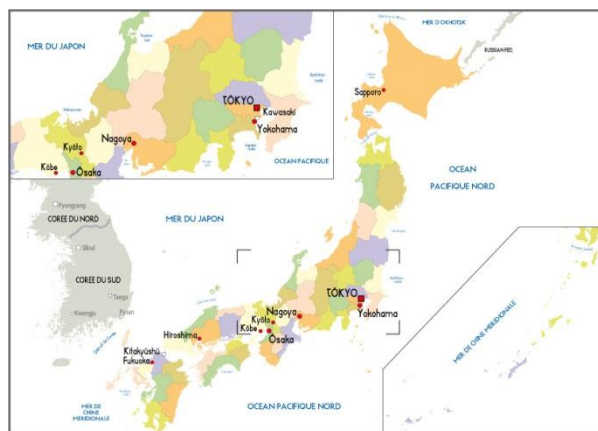




Japon

Source : « GEOATLAS.com © 2009 © Graphi-Ogre »



Source : "GEOATLAS.com © 2009 © Graphi-Ogre"

Données générales

Superficie : 377 829 km²

Capitale : Tokyo (12,9 millions d'habitants)

Monnaie : Yen (JPY)

Langue : Japonais

Population : 127,7 millions d'habitants

Démographie : taux de fécondité 1,21 %. Population en baisse depuis 2005

Espérance de vie : 79,3 ans pour les hommes
86,1 ans pour les femmes

Données politiques

Type de régime

Nature du régime : Démocratie parlementaire
Dernières élections : Sénat le 11 juillet 2010 (victoire du parti d'opposition, le Parti Libéral-Démocrate)
Prochaines élections : Élection de la Diète en août 2013

Les dirigeants

Chef de l'État et titre : L'Empereur AKIHITO, Tennô Heika depuis 1989
Premier ministre : M. Naoto KAN, Premier Ministre (depuis le 8 juin 2010)
Durée du mandat : 4 ans pour les députés ; 6 ans pour les sénateurs

Données économiques en 2008

Principaux indicateurs économiques

Indicateurs	Japon	France
PIB (en Mds USD)	4 358	2 121
Dette publique en % du PIB	172,1 %	75,7 %
PIB par habitant (en USD)	35 258	33 309
Taux de croissance	- 0,7 % (2,1 % en 2007)	0,4 %
Taux d'inflation	1,4 %	2,8 %
Taux de chômage	4,0 %	7,9 %

Source : OCDE, Profils statistiques par pays 2010

Situation économique et financière du pays

Malgré la montée en puissance de l'économie chinoise, le Japon reste **une puissance économique majeure avec 11 % du PIB mondial**. L'économie japonaise égalait, en 2009, à 1,9 fois celle de la France. Suite à la décennie de crise des années 1990, l'économie japonaise a pris un nouveau départ et a ainsi affiché une croissance économique modérée mais solide.

En 2008 et 2009, le pays a été touché, comme le reste du monde, par la crise économique. Sa croissance, après être tombée en 2008 à -0,7 %, est à nouveau positive depuis le quatrième trimestre 2009 avec le rebond de ses exportations, principalement vers la Chine.

Le Japon, économie mature de 127 millions d'habitants, **avec un fort pouvoir d'achat**, offre toujours des marchés à conquérir. Si la France y exporte beaucoup de biens de consommation et de produits agroalimentaires, il existe pour **les entreprises de pointe dans leur domaine, innovantes ou créatives**, de nombreuses opportunités de niches dans tous les secteurs y compris celui des technologies.

En dépit d'un manque notoire de ressources naturelles, le Japon a su s'imposer et se maintenir comme **une puissance économique majeure en misant sur la recherche**. Son économie s'est toujours orientée vers les technologies de pointe. Il est le **pays déposant le plus de brevets au monde**. Ses dépenses en R&D ont été maintenues malgré la crise et comptent pour 3,8 % du PIB en 2009 (contre 2,1 % en France). L'Archipel représente à lui seul **un cinquième du budget mondial de R&D**, pour seulement 2 % de la population mondiale. Trois quarts de ses dépenses proviennent du secteur privé. Le Japon est donc un partenaire ainsi qu'un marché potentiel pour les technologies françaises.

S'agissant du marché du travail, l'économie japonaise se caractérise par un **faible taux de chômage** (5 % en mars 2010). Ce faible niveau s'explique, d'une part, par la flexibilité du droit du travail, les entreprises ont ainsi de plus en plus recours à l'emploi dit « non-régulier » (CDD, temps partiel, intérim...) ; d'autre part, par le **fort consensus social** qui régit les relations du monde de l'entreprise. Le taux de chômage a connu une hausse subite depuis le début de l'année, en raison de la crise récente (pointe à 5,4 % en juin 2009) mais il reste tout de même faible en comparaison de ceux des pays européens.



Politiques fiscale et économique du pays

Pour faire face à la crise qui touche son économie, le gouvernement japonais a déjà lancé **cinq plans de relance successifs**. Le 4^e plan, lancé en 2009, a été partiellement gelé par le gouvernement démocrate en octobre 2009. Les économies réalisées sur ce 4^e plan (avec la suspension principalement de projets de travaux publics), ont financé en partie le **5^e plan de relance**. L'investissement public a contribué négativement à la croissance du PIB aux troisième et quatrième trimestres 2009 (- 0,1 point), alors qu'il avait enregistré sa plus forte contribution depuis 2004 au deuxième trimestre 2009 (+ 0,3 point). Au contraire, la consommation des ménages a contribué pour 0,4 point à la croissance aux troisième et quatrième trimestres 2009, et les économistes s'attendent à un très bon chiffre au premier trimestre 2010.

Fin août 2010, le Premier ministre Naoto KAN a annoncé la préparation d'une série de nouvelles mesures, évaluées à environ 8,5 milliards d'euros.

Le gouvernement japonais soutient largement **les industries automobiles et électroniques** qui ont souffert de l'effondrement de la demande extérieure, grâce à des incitations, réductions de taxes et subventions pour l'acquisition d'équipements plus économes en énergie. Des subventions ont ainsi été accordées pour tout remplacement de véhicules ou achat de modèles plus économiques. Du côté de l'industrie électronique, lors de l'achat d'appareils électroménagers, des bons d'achats sont distribués.

Par ces plans de relance, l'accent est également mis sur l'énergie solaire. Le gouvernement japonais s'est fixé l'objectif de multiplier par vingt la production d'énergie photovoltaïque d'ici 2020.

Parmi les **mesures de soutien à l'investissement**, on peut citer la baisse du taux d'imposition sur les bénéfices des PME applicable aux entreprises nationales, mais également aux investisseurs étrangers.

Le Japon a également mis en place **une série de mesures d'aide à l'emploi**, renforcées depuis l'élection du Parti Démocrate du Japon (PDJ) en septembre 2009. Le gouvernement estime que, pour 2010, 800 000 emplois (1,2 % de la population active) sont maintenus via cette aide publique, et que 200 000 emplois sont créés grâce à l'ensemble des mesures de relance.

La dette publique japonaise s'élève à 173 % du PIB japonais. La situation du Japon reste à cet égard la plus dégradée des pays du G7. Cependant, le service de la dette (paiement des intérêts et remboursement du capital) ne représente que 23 % du budget 2009 de l'État, soit l'équivalent du service de la dette en France. Les efforts entrepris pour réduire la dette, lancés par l'administration Koizumi en 2006, ont été freinés par la crise, dans un contexte de hausse des dépenses publiques. Mais les autorités japonaises ont bien conscience de l'urgence de la situation des comptes publics avec un vieillissement accéléré de la population et ses conséquences sur le financement des retraites et des dépenses de santé. D'ailleurs le Premier ministre, M. Kan, ex-ministre des Finances, a semblé très concerné par ce problème dès sa prise de fonction, le 8 juin 2010.

Accords politiques, juridiques et multilatéraux

Malgré sa place dans l'économie mondiale, le Japon n'a qu'une **relative influence** sur la scène politique internationale. L'Archipel est toutefois impliqué dans les principaux organismes internationaux. Depuis 1956, il est membre de l'ONU et constitue toujours en 2009 le deuxième plus gros contributeur au budget de l'organisation internationale. De plus, le Japon est également membre de l'OCDE depuis 1964, de l'OMC depuis la création de cette organisation en 1995 et de l'APEC (Coopération Économique de l'Asie-Pacifique) depuis 1989.

Depuis une dizaine d'années, le Japon mise sur la **conclusion d'accords bilatéraux ou régionaux avec ses voisins** pour renforcer son *leadership* mais aussi ses propres intérêts industriels. Au cours de ces cinq dernières années, le Japon a privilégié la conclusion d'accords de libre-échange. Le Japon a notamment signé un accord de partenariat économique en 2008, avec les pays de l'ASEAN (Association des Nations Unies d'Asie du Sud-est) et s'est réaffirmé, en 2010, comme un des pays *leaders* de cette organisation.

Alors que l'Union européenne a récemment conclu un accord de libre-échange avec la Corée du Sud, l'Archipel aimerait, lui aussi, aboutir à un accord dans l'optique d'une suppression des droits de douane européens dans des secteurs majeurs de



ses exportations : l'automobile (10 %), l'électronique (14 %) et les pièces détachées (de 5 à 7 %). Le dernier **Sommet Japon-Union européenne, le 28 avril 2010 à Tokyo**, a débouché sur la mise en place d'une commission chargée d'étudier le renforcement des relations commerciales, un premier pas vers des négociations qui s'annoncent serrées.

Commerce extérieur

En 2009 :

Importations : 51 500 milliards YEN

Exportations : 54 170 milliards YEN

Poids de la France dans les importations du pays :

4,8 milliards EUR

1,65 % des importations japonaises

État des lieux du commerce extérieur

Seconde puissance économique (talonnée de très près par la Chine), le Japon n'est que le **4^e importateur mondial**. Le pays compte pour **5,5 % des importations mondiales** derrière les États-Unis, l'Allemagne, la Chine, et juste devant la France. Il en résulte que le Japon possède généralement un solde commercial largement positif. Même si, en 2008 l'Archipel a enregistré un excédent commercial en baisse de plus de 80 %, soit son plus bas niveau depuis 1982, une forte reprise des exportations se profile en 2010.

Après une baisse des exportations japonaises de 3 % en 2008, pour la première fois depuis 2001, le net **repli des exportations s'est confirmé en 2009**, avec une diminution de 33 %. En effet le ralentissement de l'économie mondiale s'est traduit par une **contraction de la demande des principaux clients du Japon**, en particulier les États-Unis et la Chine. L'intégration du Japon aux économies asiatiques est également à souligner. À l'heure actuelle, la moitié des exportations ont pour destination l'Asie et la Chine est le premier partenaire commercial de l'Archipel.

La demande moins forte des principaux partenaires commerciaux est aussi due à **l'appréciation récente du yen**, défavorable aux entreprises exportatrices japonaises. Le taux de change effectif réel, qui prend en compte la parité des devises des quinze plus importants partenaires commerciaux du Japon, a augmenté de 14 % en 2009.

Le ralentissement économique mondial affecte en premier la demande des biens à haute valeur ajoutée des industries automobiles et électroniques. En 2009, le niveau des exportations du secteur des transports, premier secteur à l'exportation et composé essentiellement de l'industrie automobile, s'est réduit de 41 %. Les exportations de l'industrie électronique sont, elles, en baisse de 30 %.

La tendance est cependant à **une forte reprise des exportations** puisqu'elles ont enregistré dès février 2010 leur troisième mois consécutif de hausse. **La Chine joue un rôle prépondérant** dans cette reprise.

Les importations japonaises, ont été, elles aussi, en fort recul en 2009, avec la baisse du cours des matières premières et la contraction de l'activité au Japon. Ce repli de 35 %, après neuf années de hausse quasi-continue, intervient pour deux raisons principales : la baisse des cours du pétrole brut qui a réduit la facture énergétique du Japon, et la diminution de la demande intérieure japonaise.



Les échanges commerciaux entre la France et le Japon

Concernant ses relations commerciales avec la France, **le Japon est notre 14^e client commercial**. En 2009, les **exportations françaises** étaient de 4,8 milliards d'euros pour 7,7 milliards d'euros d'importations, soit un déficit commercial de 2,9 milliards d'euros. Cette relation commerciale déséquilibrée à l'avantage du Japon est en amélioration continue depuis 2000 puisque le déficit commercial s'élevait alors à 7,3 milliards d'euros. Les exportations françaises vers le Japon ont ralenti ; un recul de 3,4 % après quatre années consécutives de hausse durant lesquelles les exportations ont cru de 1,8 % par an.

Les importations françaises en provenance du Japon sont elles aussi en baisse, **le Japon étant notre 11^e fournisseur**. Cette baisse des importations provient du repli de la demande intérieure française, mais aussi de la concurrence accrue de la Chine et de la Corée du Sud où la France s'approvisionne de plus en plus.

Parmi les secteurs porteurs de l'offre française au Japon, **les biens de consommation ont tiré partie de l'appréciation du yen**. Ils représentent près d'un tiers de nos exportations vers le Japon. Malgré une stagnation de la consommation des ménages japonais, les exportations françaises de biens de consommation sont en hausse en 2009, grâce notamment à la bonne **performance des produits pharmaceutiques** (+ 49 %). Ces derniers constituent notre premier poste à l'exportation. Les textiles, habillement, cuir et chaussures représentent 13 % de nos exportations. L'enjeu commercial est de maintenir les positions françaises dans le secteur du luxe et de développer la « *fast fashion* » de milieu de gamme.

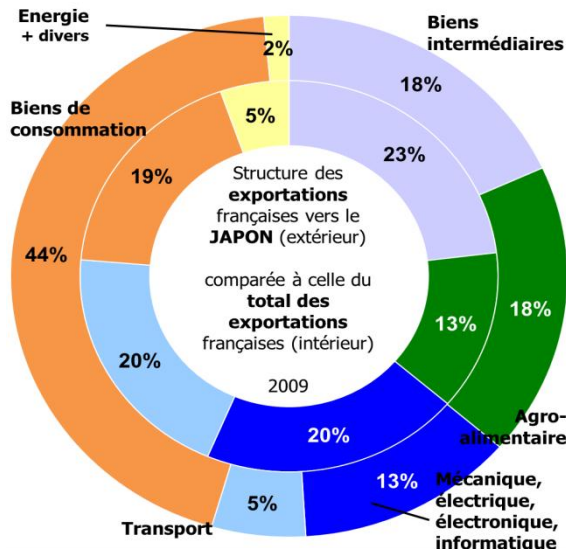
Les exportations de « biens intermédiaires » qui comptent pour 18 % de nos exportations en 2009, sont en baisse, affectées par la chute de la production industrielle au Japon. Les produits chimiques (9 %) ont diminué de 32 %, les produits métallurgiques et métalliques (5 %) de 28 %, et les produits en caoutchouc et en plastique et produits minéraux divers (3 %) également de 28 %.

La France demeure le premier fournisseur de vin au Japon. L'Archipel est de loin notre premier marché export sur l'Asie. Contrairement à d'autres grands marchés d'importation dans le monde, les importations françaises au Japon restent encore plutôt protégées et l'érosion de nos parts de marché est jusqu'à présent relative. Néanmoins, avec la crise, les exportations de vins sont en baisse en 2009.

De manière générale, les produits agroalimentaires français, souvent haut de gamme, souffrent de la crise et d'une sensibilité aux prix accrue chez le consommateur japonais. Certains produits ont tout de même connu des hausses en 2009, comme les produits laitiers et les fromages (+ 10 %).

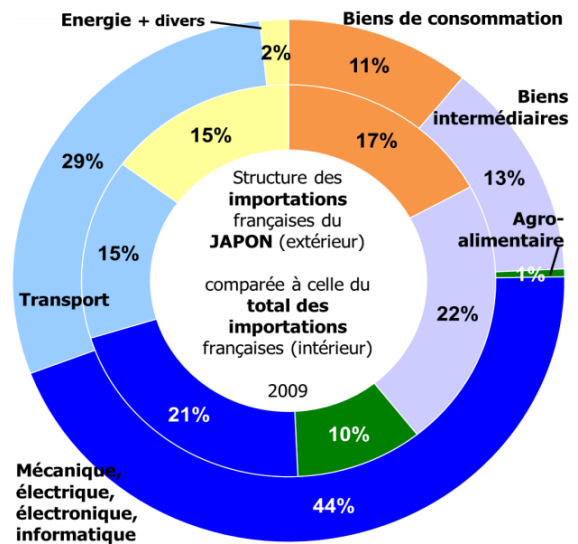


Structure des exportations françaises vers le Japon (extérieur), comparée à celle du total des exportations françaises (intérieur) en 2009



Source : Douanes françaises

Structure des importations françaises du Japon (extérieur) comparée à celle du total des importations françaises (intérieur) en 2009



Les secteurs porteurs et la présence française

Secteurs	Poids de l'offre française
1 Produits pharmaceutiques	4 ^e place
2 Boissons et alcools	1 ^{re} place
3 Cosmétiques	1 ^{re} place
4 Mécanique	7 ^e place

Source : Global Trade Atlas, décembre 2009

Le marché des produits cosmétiques au Japon constitue un secteur porteur. La France est le premier exportateur de produits cosmétiques suivi des États-Unis. Les importations représentaient, en 2009, 223 milliards de yens en baisse sensible par rapport à l'année précédente. Les exportations françaises vers le Japon étaient, en 2009, de 52 milliards de yens. On notera pour ce secteur l'intérêt croissant des consommateurs pour les cosmétiques naturels, et pour les dermocosmétiques. Enfin, le marché des soins pour hommes constitue une opportunité nouvelle de croissance dans un marché féminin très mature.

Le marché des TIC tire toujours la croissance japonaise et reste le premier secteur industriel au Japon en part de PIB en croissance régulière depuis 1996. Ce secteur très fortement concurrentiel, porté par l'innovation, représentait en 2007, un PIB sectoriel de 125 700 milliards de yen. **Le marché du commerce électronique**, sur ordinateur ou sur téléphone mobile se dégage particulièrement comme **un secteur à fort potentiel**. Il est à noter que l'industrie des logiciels informatiques bénéficie également depuis plusieurs années d'une conjoncture favorable. Ce marché en pleine croissance et longtemps dominé par l'offre américaine laisse de plus en plus d'opportunités aux fournisseurs français. On constate en effet l'émergence d'une véritable demande en produits innovants de niche (e-business, sécurité, applications spécialisées...) sur le marché nippon.

L'industrie automobile française est de plus en plus intégrée à l'industrie japonaise et à l'aéronautique. Nos exportations (7 % du total) ne sont pas significatives de l'intensité des partenariats.

Les investissements

En milliards de yens	Flux d'IDE français au Japon	Flux d'IDE japonais en France
2007	60	56
2008	18	179
2009	35	109

Source : Balance des paiements, Bank of Japan, avril 2010

Le Japon n'échappe pas à la baisse générale des investissements directs étrangers (IDE) mondiaux sous l'effet de la crise financière. **Les flux nets d'IDE entrants au Japon se sont montés à 9 milliards d'euros en 2009.** Cette baisse reflète d'abord la forte contraction des flux en provenance des États-Unis qui se poursuit depuis 2008. **La prééminence de l'Europe par rapport aux autres zones de pays en termes d'IDE entrants, est maintenue.** L'Union européenne représente 37 % du stock des IDE entrants, à niveau égal avec les États-Unis, devant l'Amérique latine avec 11 % et l'Asie (9 %). En termes de flux, l'Union européenne représente 77 % du total des IDE entrants.

Le gouvernement japonais poursuit la promotion de politique d'accueil des IDE au Japon pour parvenir à atteindre une part de 5 % de stock d'IDE par rapport au PIB en 2010. Ce ratio au Japon reste très faible en comparaison avec les autres pays occidentaux : il s'élève à 4 % sur l'Archipel en 2009 contre 35 % pour l'Union européenne (35 % pour la France).

Les IDE entrants au Japon se concentrent essentiellement dans le secteur financier. Ils proviennent essentiellement du secteur non-manufacturier (71 % du total des flux) et du secteur financier (63 % du total des flux), des services (15 %) et de la distribution (13 %). Dans le secteur manufacturier, les IDE (29 % du total des flux) vont surtout vers les équipements électroniques (49 %), les équipements de transport (13 %) et l'industrie agroalimentaire (12 %).

Depuis les années 2000, les investissements au Japon sont caractérisés par un **déséquilibre entre les IDE japonais à l'étranger (14 % du PIB) et les entrées d'IDE (4 % du PIB)**. Après deux années de hausse record des IDE sortants du Japon, l'année 2009 enregistre un recul de près de moitié par rapport à 2008 pour s'établir à 54 milliards d'euros. Le recul des IDE sortants est en grande partie dû à une forte diminution des flux vers les États-Unis (- 78 %), touchés par le ralentissement de l'économie. L'Union européenne représente, quant à elle, le quart des stocks d'IDE en 2009.

La France se maintient au premier rang des investisseurs européens au Japon et au deuxième rang mondial après les États-Unis avec un stock d'IDE de 15,2 milliards de dollars fin 2009 (le stock détenu par les Pays-Bas n'étant pas représentatif de la réalité « nationale » des flux et s'expliquant par les nombreux investissements européens qui transitent par les Pays-Bas pour des raisons fiscales).

Le flux des IDE en 2009 est lié en grande partie aux opérations d'entreprises françaises déjà présentes au Japon, qui ont saisi les opportunités de fusion-acquisition. La réussite de l'alliance entre Renault et Nissan, pari au départ risqué, a marqué le public japonais. Renault demeure aujourd'hui le premier investisseur français au Japon, suivi d'AXA et de BNP Paribas. Le nombre des implantations françaises au Japon s'est stabilisé autour de 400 entités en 2009 (en 1980, seulement 200).

Le Japon est le premier investisseur asiatique en France. Notre pays, qui reçoit 2 % des stocks d'IDE japonais se situe au troisième rang des pays d'accueil en Europe derrière les Pays-Bas et le Royaume-Uni. La présence japonaise en France est très forte avec près de 400 implantations employant environ 60 000 personnes sur le sol français. Selon l'AFII (Agence française pour les investissements internationaux), 1 824 emplois ont été créés par les entreprises japonaises en France en 2009.

Environnement des affaires et conseils pratiques

Les usages du pays

La prise de rendez-vous

Les relations d'affaires, tout comme la société japonaise, obéissent à un ensemble de codes dont il convient de respecter les fondamentaux même en tant qu'étranger. La prise de rendez-vous doit être faite suffisamment longtemps à l'avance. L'usage veut que, même à ce stade, on se présente et on expose l'objectif de sa démarche au Japon. Il est donc ainsi recommandé d'envoyer des documents de présentation de vos produits ou de vos activités préalablement à la première rencontre. Cela permettra à votre interlocuteur de sélectionner la ou les personnes les plus à même de traiter avec vous. La forme joue pour beaucoup dans les relations d'affaires au Japon. Il faut donc **soigner la présentation de votre société** et de vos produits, en anglais et si possible sa traduction en japonais qui est en quelque sorte le visage de votre entreprise et se révèle souvent un élément déterminant dans la décision de vous rencontrer ou non.

Les cartes de visite

Lors d'une mission de prospection, il est nécessaire d'emporter un grand nombre de cartes de visites en anglais (et en japonais si possible). Toutes les personnes que vous rencontrerez vous la donneront, vous devrez donc être en mesure de pouvoir leur présenter la vôtre en échange. Lorsque vous recevez une carte de visite, prenez bien le temps de la lire. **Manquer de respect à sa carte équivaudrait à offenser directement son interlocuteur.** De plus, les japonais attachent beaucoup d'importance à la ponctualité. Les retards ne sont pas excusés. Il est conseillé de venir juste avant un rendez-vous.

La relation commerciale

Au cours d'une conversation, les Japonais font souvent des hochements de tête et des interjections. Cela signifie que vous avez leur attention mais en aucun cas qu'ils sont d'accord ou pas. Les Japonais n'aiment pas dire non directement. Il faut donc être attentif aux signes implicites de refus. En général, aucune décision n'est prise à la fin de l'entretien. Au Japon, la prise de décision se fait par recherche du consensus ce qui peut rendre parfois les négociations longues et frustrantes.

De même, après l'entretien, il est important de **reprendre contact régulièrement** avec ses interlocuteurs japonais pour les remercier d'un rendez-vous, leur envoyer de la documentation complémentaire ou des cartes de vœux, etc. En effet, les Japonais n'établiront de relation commerciale avec un étranger que lorsqu'ils estimeront pouvoir lui faire confiance. Il ne faut donc pas s'attendre à des résultats immédiats et, là aussi, s'armer de patience.

La langue japonaise

La langue japonaise est sans doute l'un des plus grands obstacles auxquels vous serez confrontés dans votre démarche. C'est pourtant une clé indispensable pour les affaires au Japon. Même si leur compréhension écrite est généralement bonne, les Japonais parlant un bon anglais sont rares. Ainsi, il est indispensable d'avoir **recours aux services d'un interprète** pour toutes vos négociations. Si les négociations se déroulent en anglais, il faut garder en tête que la pratique de l'anglais est souvent différente au Japon et imprécise, et peut facilement mener à des malentendus.

Les pratiques commerciales du pays

Moyens de paiement

Le moyen de paiement des importations représentant le meilleur rapport qualité/prix au Japon est le virement SWIFT. Les autres moyens de paiement conseillés sont le crédit documentaire et la remise documentaire. En revanche, les différentes formes de chèques sont à proscrire car elles ne sont quasiment pas utilisées au Japon et les délais de traitement des opérations sont longs. Les devises les plus usitées pour la facturation sont le yen, le dollar américain et l'euro.

Les contrats commerciaux

Le système juridique est un système de droit écrit qui repose sur la codification. Les codes civil (*Minpô*) et commerciaux (*Shôhô*) constituent la source majeure du droit des contrats au Japon. Le système de liberté contractuelle prévaut au Japon. Concrètement, cela signifie que les différentes parties sont libres de décider du contenu du contrat. Cet accord fixe un cadre général à la relation commerciale mais n'a pas pour but de fixer tous les détails pratiques de son application. On constate, toutefois, une tendance à la complexification des contrats en particulier dans le domaine du commerce international. Il existe 13 catégories de contrats au Japon dont les plus utiles pour les exportateurs sont la vente et l'achat, le contrat de prestation, le bail, le mandat, le contrat d'association et le contrat de travail.

La législation japonaise n'impose pas la forme écrite pour les contrats. Néanmoins, il est fortement recommandé de réaliser un contrat par écrit pour un premier contact avec une entreprise japonaise. S'agissant de la rupture d'un contrat, il appartient aux parties de fixer les règles qui la régiront. Lorsque le contrat ne stipule aucune durée, le contrat peut être rompu à tout moment. Dans le cas d'un contrat à durée déterminée, si les parties poursuivent leur relation au-delà du terme prévu, on considère qu'il y a reconduction tacite.

Réglementation des échanges commerciaux

Trois organismes règlementent les importations au Japon :

- la *Japan Tariff Association* pour la classification tarifaire ;
- les douanes japonaises (*Japanese Customs*) pour les procédures douanières ;
- le ministère de l'Économie, du Commerce et de l'Industrie (METI) pour les procédures spécifiques à certains produits et pour l'étiquetage.

En principe, toute marchandise peut être importée librement. Il existe quelques catégories de produits soumises à des réglementations spécifiques. Les produits alimentaires, chimiques, pharmaceutiques et cosmétiques en particulier requièrent une licence d'importation délivrée par le ministère de la Santé japonais. En pratique, c'est l'importateur qui se charge des démarches d'obtention.

UBIFRANCE et les Missions Économiques vous proposent quatre gammes complètes de produits et services d'accompagnement pour vous aider à identifier les opportunités des marchés et à concrétiser vos projets de développement international.



• **Gamme Conseil** : pour obtenir la bonne information sur les marchés étrangers et bénéficier de l'expertise des spécialistes du réseau UBIFRANCE et les Missions Économiques.



• **Gamme Contact** : pour identifier vos contacts d'affaires et vous faire bénéficier de centaines d'actions de promotion à travers le monde.



• **Gamme Communication** : pour communiquer à l'étranger sur votre entreprise, vos produits et votre actualité.



• **Volontariat International en Entreprise (VIE)** : pour optimiser votre budget ressources humaines à l'international

Retrouver le détail de nos produits sur : www.ubifrance.fr

© 2010 – Ubifrance et les Missions Économiques

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse d'Ubifrance et des Missions Economiques, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L.335-2 et L.335-3 du code de la propriété intellectuelle.

Clause de non-responsabilité :

Ubifrance et les Missions Economiques ne peuvent en aucun cas être tenues pour responsables de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Ubifrance et les Missions Economiques ne sauraient en aucun cas être responsables d'éventuels changements.

Auteur : la Mission Économique UBIFRANCE de Tokyo.

Adresse : 4-11-44 Minami-Azabu, Minato-ku, Tokyo 106-8514 – Japon

Rédigée par : Agathe L'HOMME, Yumiko UTAMURA

Revue par : Philippe BARDOL

Version originelle du 30 août 2009

Version n°2 de novembre 2010

