

Le Japon confirme sa position de partenaires stratégiques pour l'Europe

Un contexte géopolitique qui favorise le rapprochement avec l'Europe et la France

Le Japon est situé dans un environnement géopolitique complexe, entouré de grandes puissances telles que la Chine, la Russie et les États-Unis, et voisin de la péninsule coréenne où la situation politique demeure délicate :

- L'alliance avec les **États-Unis**, qui a façonné le Japon d'après-guerre, constitue l'axe central de sa politique.
- La relation avec la **Chine** – à la fois premier partenaire économique du Japon et principal défi en matière de sécurité – représente une priorité stratégique majeure.
- La **Russie** est incontournable sur les questions énergétiques.
- La **Corée du Nord**, qui poursuit ses programmes nucléaires et procède presque quotidiennement à des tirs de missiles en mer du Japon, reste une menace.

Dans ce contexte, la **coopération entre le Japon et l'Europe, en particulier la France**, s'est renforcée. Les deux pays partagent en effet des valeurs communes telles que la démocratie, l'État de droit et le libre-échange, ce qui en fait des partenaires naturels face aux défis actuels.

Une économie résiliente face aux chocs mondiaux

L'économie japonaise a enregistré, au 2nd semestre 2025, une croissance supérieure à son taux de croissance potentielle. Toutefois, depuis le début de l'année 2026, l'activité montre des signes de ralentissement, sous l'effet notamment du fléchissement de la demande extérieure et de la hausse des coûts d'importation liée à la dépréciation du yen.

La consommation des ménages montre une tendance à l'amélioration, soutenue par les hausses salariales et le ralentissement de l'inflation. L'investissement des entreprises se redresse également, notamment dans les secteurs des semi-conducteurs, de l'automobile et de la transition énergétique.

L'Union européenne est un partenaire commercial essentiel pour le Japon, et depuis l'entrée en vigueur de l'**Accord de partenariat économique (APE)** en février 2019 entre le Japon et l'UE, les échanges bilatéraux n'ont cessé d'augmenter. La suppression des droits de douane a stimulé les exportations européennes vers le Japon, notamment pour le vin et les produits laitiers.

Cependant, les tensions actuelles au détroit d'Ormuz, entre autres, accroissent l'incertitude concernant les prix de l'énergie et la logistique.

Les priorités du gouvernement japonais :



la sécurité nationale



la sécurité économique



la préservation de l'ordre international.

Commerce bilatéral entre le Japon et l'UE :

20,4 % de croissance des échanges entre 2018 et 2023



2ème partenaire commercial de la France en Asie, après la Chine



Principaux domaines de coopération France - Japon : minerais critiques, nucléaire civil, start-ups

Entre reprise et optimisation : le retour stratégique des entreprises japonaises en Europe

Les entreprises japonaises maintiennent leurs déplacements professionnels en Europe

Le nombre de voyageurs japonais à l'étranger est en forte reprise après les années post-Covid. En 2024, le Japon a comptabilisé 11,82 millions de départs internationaux (tourisme et loisirs), soit une hausse de 136,2 % par rapport à l'année précédente. Pour 2025, les prévisions indiquent une nouvelle progression, avec environ **14,1 millions** de voyageurs.

Concernant l'Europe, bien que la faiblesse du yen ait temporairement freiné les déplacements, les voyages vers les destinations européennes repartent à la hausse depuis fin 2024, tant pour les affaires que pour le tourisme. Cependant, la hausse du prix des billets d'avions incite les entreprises japonaises à réduire le nombre de voyages et à optimiser chaque déplacement en visitant plusieurs villes ou partenaires lors d'un même séjour.

Forte reprise des participations japonaises aux salons professionnels

Les entreprises japonaises reviennent massivement dans les grands salons européens (Paris, Francfort, Milan), notamment dans les secteurs de l'aéronautique, l'automobile, les matériaux avancés, la mode et le design.

La **délégation Promosalons Japon** collabore aussi bien en promotion auprès des visiteurs qu'en recherche exposants auprès de plusieurs grands salons internationaux français. L'accompagnement par une équipe de langue et culture locale est particulièrement apprécié par les entreprises japonaises.



Participation du Japon sur les salons professionnels en France :

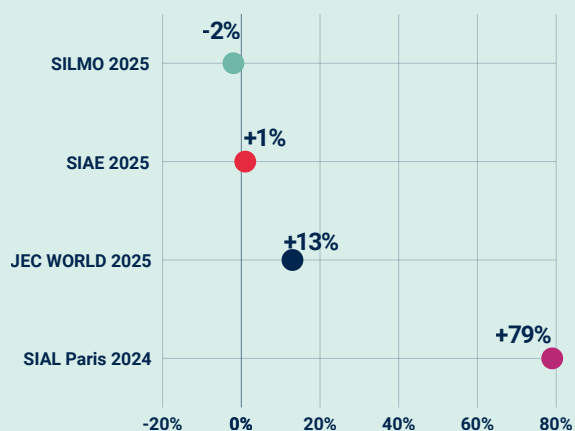


12ème rang des visiteurs

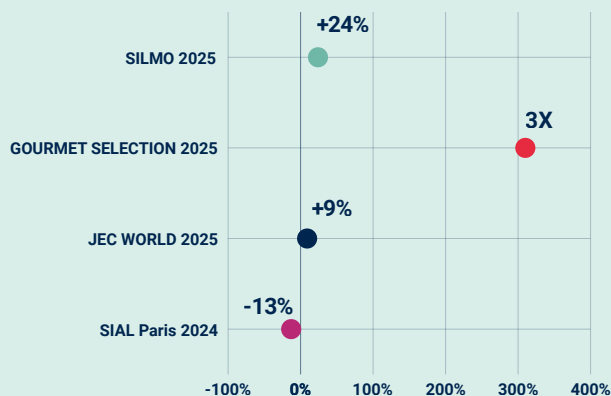
16ème rang des exposants

Source : Unimev 2024

Evolution des visiteurs japonais sur les dernières sessions



Evolution de la surface des exposants japonais sur les dernières sessions



Missions récentes réussies

VINEXPO ASIA

Depuis 2023, Promosalons Japon est chargé des actions de communication pour les salons organisés par VINEXPOSIUM. En septembre 2025, une réunion d'information a été organisée à Tokyo afin de présenter au secteur japonais **les activités du groupe VINEXPOSIUM ainsi que le salon VINEXPO Asia**. Dans la perspective d'élargir les actions au-delà de la seule promotion visiteurs pour inclure désormais la commercialisation, cet événement a réuni, dans une atmosphère conviviale, des journalistes, des top acheteurs, ainsi que des représentants des ministères, des collectivités locales et d'autres parties prenantes liées au salon. Il a constitué une occasion précieuse de renforcer les échanges et de développer un réseau professionnel de qualité. En complément, des visites officielles ont été effectuées auprès d'organisations japonaises, contribuant directement aux résultats obtenus pour la participation des exposants à l'édition 2026 (150 m² dont un pavillon japonais de 100 m²).



JEC WORLD

The Leading International Composites Show

L'édition 2026 de **JEC World** a été marquée par la présence, pour la deuxième année consécutive, du **Pavillon Japon**, organisé conjointement par l'organisateur du salon et Promosalons Japon. Ce pavillon a rencontré un vif succès et a contribué à dynamiser l'ensemble de l'événement.

Comme les années précédentes, le salon a accueilli Son Excellence l'Ambassadeur du Japon en France, le Ministre conseiller aux affaires économiques ainsi que plusieurs directeurs de JETRO (Japan External Trade Organization). Deux **importantes délégations japonaises** ont également été constituées par Promosalons Japon avec les associations locales, confirmant une fois de plus que JEC World s'impose comme un rendez-vous incontournable pour les acteurs japonais du secteur.



SIAL Paris

INSPIRE FOOD BUSINESS

Dans le cadre de la préparation du SIAL Paris 2024, un **déjeuner de presse** a été organisé à Tokyo, réunissant une trentaine de journalistes et de principaux acheteurs japonais. À l'issue de la présentation officielle, les échanges se sont poursuivis de manière particulièrement dynamique durant le repas. Lors des **entretiens individuels** organisés par la suite, les journalistes ont utilisé pleinement le temps imparti pour poser de nombreuses questions, dans le but d'obtenir des informations précises sur les tendances alimentaires en Europe. Cette attitude a souligné une fois de plus l'attention soutenue que porte la presse japonaise au marché européen et à son évolution.



“ Erika et Yukiko sont d'excellentes professionnelles qui maîtrisent le marché et qui ont une grande connaissance des acteurs locaux. Le Japon représente un marché important pour le SIAL et elles ont su s'adapter à nos exigences. Mention spéciale pour la conférence de presse qui s'est déroulée à merveille, il y a eu plus de participants que ce que nous avons demandé et de belles retombées. ”

Pamela Themonis, Responsable communication internationale, SIAL Paris

Mieux connaître votre délégation



“

Ce qui rend ma mission particulièrement stimulante depuis près de 20 ans, c'est le sentiment d'accompagner concrètement les entreprises japonaises dans leur développement à l'international, tout en rencontrant des experts issus de domaines très variés.”

Erika IDA
Déléguée

“

J'apprécie de travailler en collaboration avec des personnes issues de cultures différentes. C'est une expérience très enrichissante qui me permet d'élargir ma vision et ma manière de travailler ! Et lorsque de nouvelles actions de promotion que j'ai conçues et mises en œuvre sont appréciées par l'organisateur. C'est toujours un moment qui me fait très plaisir ! ”

Salons : **SIAL Paris, Vinexpo Asia, WINE PARIS, SILMO, Paris Air Show, etc.**



Yukiko MATSUDA
Responsable Promotion Visiteurs
et Communication

“

Je suis fier de contribuer à valoriser et à améliorer la présentation du Japon à l'international. Ma meilleure expérience a été l'organisation, en toute autonomie, d'une réception de 150 personnes lors de SIAL Paris 2024, qui s'est déroulée sans aucun problème.”

Salons : **SIAL, SILMO, Gourmet Selection, Wine Paris, Vinexpo Asia & Americas.**



Masahiro KOGAMA
Responsable commercial

“

Je contribue à renforcer et structurer la présence japonaise sur JEC World. Au fil des années, j'ai développé un réel intérêt pour l'industrie des matériaux composites, dont les innovations jouent un rôle clé dans la réponse aux grands défis technologiques de notre société. Les déplacements sur le terrain, entre négociation de contrats et rencontres avec des acteurs variés, des grands groupes aux PME et start-up, constituent une expérience particulièrement enrichissante.”

Salons : **JEC World, à la fois sur les volets exposants et visiteurs.**



Romain DUBOIS
Représentant JEC Japon