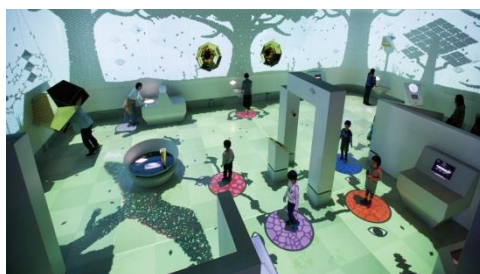


Compte-rendu learning expedition du 6 au 12 mars 2017

Voyage au cœur de l'innovation Japonaise





Learning expedition

du 6 au 12 mars 2017

Voyage au cœur de l'innovation Japonaise

Reportage photo et documents à télécharger



Programme préliminaire de la learning expedition

Sur l'intérêt de cette mission pour les Directeurs de l'Innovation : au-delà de l'enjeu du Japon comme **3^{ème} marché mondial** en valeur après la Chine et les Etats-Unis, se reporter au support de la présentation faite par Marc Giget à l'Ecole Normale Supérieure il y a trois mois, à l'occasion de l'année franco-japonaise de l'innovation, sur le thème « **Renouveau de l'innovation des entreprises japonaises** et intérêt d'une coopération plus étroite avec les entreprises françaises »

[Télécharger le document](#)



Sur l'évolution de **la gouvernance de l'innovation dans les groupes japonais**, voir aussi des témoignages dans l'étude jointe réalisée par l'« Innovation 100 Committee », l'un des partenaires de cette mission

[Télécharger le document](#)



TOKYO Réunion de travail avec Japan Innovation Network





Japan Innovation Network

Japan Innovation Network

March 6, 2017
Tokyo

Co-founder &
Executive Managing Director
Hiro Nishiguchi

Téléchargez la
présentation





Réunion avec Japan Innovation Network, organisation regroupant des grands groupes japonais, créée en 2013 dans le but d’accélérer l’innovation et d’avoir ainsi un impact global dans la société japonaise

Hiro Nishiguchi, Executive Managing Director, nous a présenté l’activité de JIN et ses objectifs pour accélérer l’innovation dans les entreprises japonaises, en aidant ainsi le Japon à devenir une nation innovante.

JIN coopère ainsi avec un écosystème mondial d’innovation, dont le Club de Paris des Directeurs de l’Innovation fait partie et avec lequel un MOU est en cours de signature

Les grandes idées qui sont ressorties de cette présentation :

- Les japonais aiment inventer les choses c’est une de leurs valeurs principales bien que, pour des raisons culturelles, la créativité soit leur maillon faible.
- L’innovation requiert une vision.
- Grande conscience du changement environnemental.
- Avoir une direction de l’innovation ne fait pas partie de leur culture, l’innovation devant être à priori partout dans l’entreprise.
- Un des freins à l’innovation est le manque de support du top management.
- De multiples innovation hubs voient le jour actuellement au Japon.... il n’y a pas que la Silicon valley !
- Le design thinking est avant tout un mode de pensée et non une méthode.
- Approche de management japonais :
 - two layer eco-system :
Un niveau de management pour l’efficacité et la continuité du business, et un second niveau pour le management de tout ce qui est



Echanges
Japan Innovation Network -
Club de Paris des Directeurs

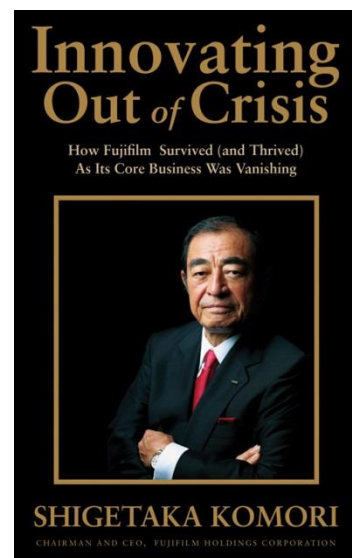
Visite de l'Open Innovation Hub of Fuji Film et échanges avec de DG adjoint de Fuji

Travaillant initialement sur le même métier que Kodak, le film photo, Fuji film a connu une évolution très différente. Non seulement l'entreprise n'a pas périclité mais elle est en forte croissance (les films photo ne représentant plus que 1% de son activité). Ce redéploiement stratégique par l'innovation vers de nouveaux secteurs (cosmétiques, auto, médicaments, espace...) est un chef d'œuvre stratégique. Il sera présenté lors de la Rencontre Nationale des directeurs de l'Innovation consacré au renouveau des grands groupes par l'innovation à Paris le 15 Juin.



Présentation de la stratégie de redéploiement de Fuji Film par Naoto Yanagihara, Corporate VP , R&D Management Headquarters à l'Open Innovation Hub

L'obligation de survie a poussé l'entreprise à trouver de nouveaux axes de développement. Cette révolution s'est faite en faisant appel à l'ensemble des membres du groupe pour savoir ce qui pouvait être fait avec toutes les technologies dont ils disposaient, sans pour autant avoir au préalable identifié de pistes précises. Le sentiment d'urgence face à l'évolution rapide des technologies a été une chance. La révolution a commencé en 2002 et les premiers produits ont été mis sur le marché en 2004.



Le livre du PDG de Fuji film sur son redéploiement stratégique par l'innovation



2017.3.6
A memory of visit to the Open Innovation Hub

Rencontre au METI (Ministry of Economy, Trade and Industry, ex MITI) Industry Avec les responsables de la politique publique d'innovation du Japon



Réunion au METI avec les responsables de la politique de soutien à l'innovation

Sous le terme – Japan Revitalization Strategy, le gouvernement japonais pousse la science, la technologie et l'innovation. Le problème #1 du Japon est la baisse des naissances, démographie en berne. Les allemands ont inventé le concept d'industrie 4.0, les japonais ont le concept de société 5.0. Le conseil STI – Science Technologie, Innovation, dépend du 1er ministre japonais, il est composé de représentants de la recherche, de l'université et des industriels comme Mitsubishi, Sumitomo, Toyota. Le « 100 innovation Committee » (voir plus loin) joue un rôle clef dans la définition d'une politique d'innovation ambitieuse avec les acteurs industriels et de la recherche

TOKYO [Visite du Sony Future Center](#)



Sony, qui a dominé l'électronique mondiale publique dans les années 80 – 90 a connu une période difficile. La société est aujourd'hui en plein renouveau et a triplé sa valorisation au cours de quatre dernières années. Son axe principal de développement concerne l'entertainment sous toutes ses formes, de la production de films, de séries et d'événements de toute nature à l'expérience multi-sensorielle à domicile.

[Réunion et workshop entre les membres du Club de Paris des Directeurs de l'Innovation et des entreprises membres de l' « Innovation 100 Committee ».](#)

Pour améliorer la capacité d'innovation des grandes entreprises, le Ministère de l'Économie, du Commerce et de l'Industrie (METI), avec le [Venture Business Creation Council](#) et les grands groupes ont créé « l'Innovation 100 Committee », qui comme son nom l'indique vise à rassembler la centaine de grands groupes japonais ainsi que l'état, pour lever les freins pouvant exister à une plus forte capacité d'innovation du Japon. Depuis octobre 2015, le Comité a organisé de nombreuses tables rondes. Les PDG des groupes les plus avancés ont témoigné de leur engagement dans le rapport ["Who is responsible for creating innovation in companies"](#).

Pendant 2h30, les groupes japonais et des groupes français membres du Club ont présenté leurs approches de l'innovation, les présentations étant suivies d'échanges très fructueux entre les deux communautés.

Vous pouvez télécharger les présentations des entreprises japonaise ayant participé à cette réunion, notamment :



Après-midi de workshop entre groupes japonais et français sur leurs priorités respectives d'innovation et leurs modalités d'action

Mercredi 8 mars 2017

TOKYO Visite de MISTLETOE Base Camp Tokyo

L'incubateur "Mistletoe Base Camp" est financé par Taizo Son (frère de Masayoshi Son, fondateur de SoftBank). Il a créé le studio de jeux vidéos GungHo Online Entertainment qui a notamment développé le jeu Puzzle & Dragons, le premier jeu sur mobile qui a généré plusieurs milliards de \$ de revenus fin 2013.

Cet incubateur est très qualitatif, et esthétique, décoré tout en bois, beaucoup de zones de travail sont modulaires. L'ambiance de co-working est très zen.



Esthétique, bois et ambiance zen à l'incubateur Mistletoe Base Camp. On enlève ses chaussures pour accéder à l'open space très spacieux



Réception chez Deloitte et présentation de l'innovation au Japon

Présentation par Deloitte Japon de l'innovation au Japon et de son cycle de meetings permettant de rencontrer des grands groupes et des start-ups



Présentation de l'écosystème japonais d'innovation au siège de Deloitte Japan

TOKYO [Visite du Miraikan Museum](#)

Le musée national des sciences émergentes et de l'innovation, connu sous le nom « musée du futur », a été créé par la Japan Science and Technology Agency. Parmi les attractions majeures du musée se trouve l'affichage en temps réel des données provenant d'un vaste réseau de [sismographes](#) placés à travers le Japon et qui montre le pays vibrer doucement. Les [séismes](#) réguliers pour lesquels le Japon est connu apparaissent comme des mouvements plus vastes. Le fameux globe géo-cosmos (en couverture de cette plaquette) affiche en temps réel les tendances météorologiques mondiales, les températures océaniques et la couverture végétale. Une section de carotte de roche prise à travers la limite crétacé-paléogène (limite K-T) indique l'événement d'impact majeur de météorite, soupçonné d'avoir conduit à la disparition définitive des dinosaures. Le robot [ASIMO](#), de Honda est l'une des attractions phares avec le modèle de [JR-Maglev](#) et un nouveau robot de femme humanoïde



Le petit robot Asimo salue les membres du Club de Paris des Directeurs de l'Innovation



Le tout nouveau robot humanoïde du Miraikan Museum, doté d'intelligence artificielle



Une immense maquette montre toutes les catastrophes, naturelles ou d'origine humaine qui pourraient détruire le monde : pédagogique, mais quelque peu stressant !



Mercredi 8 mars 2017

TOKYO

Visite de DMM.make AKIBA , incubateur le mieux (sur)équipé au monde pour la conception / pré-production de composants et produits électroniques

Financé par le géant DMM, l'incubateur DMM.make AKIBA est impressionnant par sa taille, un immeuble de plusieurs étages, ses très nombreux équipements de conception, de test, de production en pré-série à la pointe mondiale de la technique ainsi que son très grand professionnalisme.



Des dizaines d'entreprise, start-ups (dont 5 ont pitché pour nous) , mais aussi équipementiers, y travaillent au renouveau permanent du leadership du Japon dans les composants et équipements électroniques.

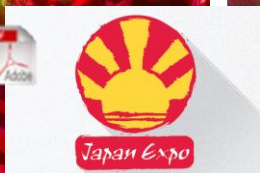


Visite des laboratoires et équipements de DMM.make AKIBA



Rencontre avec Fabrice Buon, fondateur de Japan Expo dans le Quartier Harajuku

Fabrice Buon, co-fondateur de Japan Expo et responsable de l'équipe de Tokyo, nous invite dans le quartier branché de Harajuku et nous fait part de son expérience approfondie du Japon. En 20 ans, Japan Expo, avec ses 200 000 visiteurs est devenu le plus grand événement mondial consacré à la culture d'un pays et un véritable pont culturel entre le Japon et la France, plébiscité notamment par les adolescents français (du 6 au 9 juillet 2017 à Paris)



Soirée branchée avec Fabrice Buon, DG de Japan Expo Japon

Osaka [Visite de Panasonic et de son Wonderlab](#)



Le groupe Panasonic (ex Matsushita, qui fêtera ses 100 ans l'an prochain et pèse 70 milliards de \$ de chiffre d'affaires est considérée comme l'une des entreprises les plus innovantes au monde, en continuité des préceptes révolutionnaires définis par son fondateur Kōnosuke Matsushita. Le groupe en permanente évolution domine actuellement le marché des batteries (il fournit la technologie et finance notamment les usines de Tesla et de Solar City à hauteur de 5 milliards de \$.



La délégation du Club de Paris des Directeurs de l'Innovation pose devant la statue de Kōnosuke Matsushita, fondateur de Panasonic

L'innovation de Panasonic s'appuie sur une très puissante R&D, et l'analyse approfondie des attentes du marché mondial BtoB et BtoC. Son Wonderlab (plus de 1200 M2) est organisé comme un lieu de rencontres internes et externes devant faciliter l'innovation (80% des innovations naissant de rencontres, le choix semble judicieux).

[Kyoto City Hall Le Maire de Kyoto reçoit les membres du Club de Paris des Directeurs de l'Innovation](#)



La photo officielle de la réception de Club de Paris des Directeurs de l'Innovation par le maire de Kyoto



Le maire de Kyoto avait tenu à recevoir personnellement les Membres du club de Paris, pour montrer son ouverture aux entreprises françaises. Il nous a présenté sa stratégie d'innovation pour Kyoto, qui a été pendant 1200 ans la capitale impériale du Japon et est devenue l'an dernier la ville touristique préférée au niveau mondial. Cet ancrage culturel profond va de pair avec un développement dans les hautes technologies et l'innovation, avec notamment un fonds de financement d'équipements sans équivalent.

Vendredi 10 mars 2017

Kyoto Visite du Kyoto Research Center

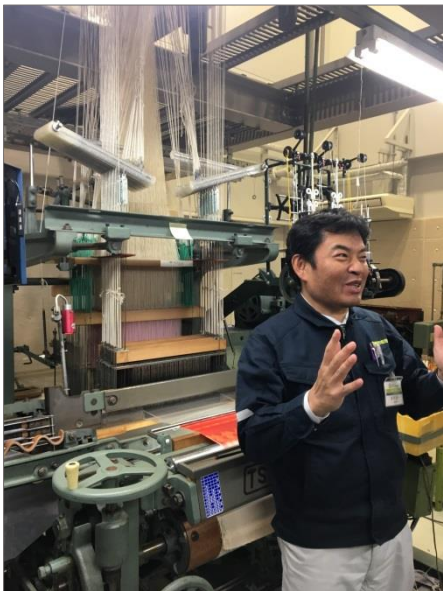
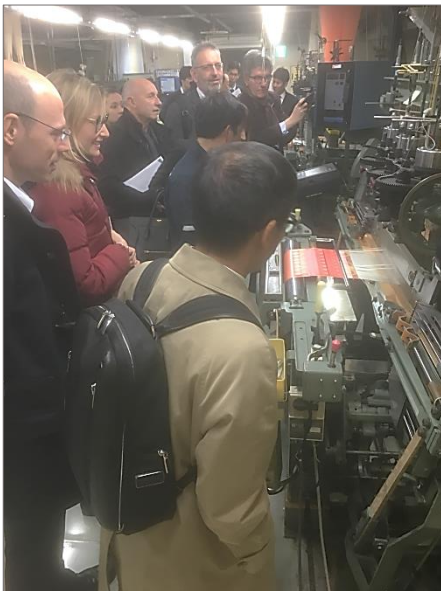


Le Kyoto Research Center est le centre d'innovation non gouvernemental le plus important du Japon. Il regroupe dans divers bâtiments des centres de recherches et entreprises qui bénéficient de l'effet Cluster et accèdent à des moyens de recherche, de test et de production très sophistiqués à des coûts très bas (ces équipements sont financés principalement par la ville et accessibles en location à des prix très bas, de quelques Euros/jours). A noter également un programme de modernisation / digitalisation des machines anciennes utilisées pour la production de vêtements traditionnels extrêmement sophistiqués (connexion passé – futur chère au maire de Kyoto).

Visite du site de R&D japonais d'Arkema, situé au sein du Kyoto Research Center

Le Japon est un pays clé pour Arkema et ses produits de haute performance. Arkema possède un centre de Recherche et Développement basé au sein du Kyoto Research Center à Kyoto pour les polymères de haute performances essentiellement destinés au marché Asie-Pacifique.

Sa situation au sein du KRC lui permet une coopération étroite avec les partenaires locaux pour le développement de nouveaux business, tant au niveau de programmes de R&D coopératifs et d'accès à des équipements qu'à celui d'échanges de chercheurs. Ce centre de R&D a un très haut niveau de performances.





京都からのイノベーション
フランス総合化学企業 23 年の挑戦
*Innovation from Kyoto
23 Years Challenge of French Chemical Company*



アルケマ株式会社
取締役副社長・所長
宮保 淳

2017 年 3 月 10 日
March 10, 2017
Paris Club visit to Arkema

Arkema K.K.
Vice President and General Manager
Dr. Atsushi MIYABO







La tradition et l'esthétique restent des valeurs clefs du Japon et font bon ménage avec la high-tech.

En haut à gauche, smartphone addiction et kimono.

En haut à droite, visite du musée de l'artisanat d'art de Kyoto, et photo avec une femme artiste-artisan de la fabrication des kimonos.

En dessous, publicité dans la gare de Kyoto auprès des enfants pour qu'ils s'engagent dans les professions d'avenir de l'artisanat.

En bas, grand succès de Sylvie auprès de jeunes japonaises en voyage culturel à Kyoto, fières de poser avec « une vraie parisienne »



Nous tenons à remercier également :

Pierre Mustière, CEO de Bouygues Asia pour le partage de son expérience professionnelle au Japon et sa grande connaissance de la culture japonaise, Jean-Dominique François, responsable de la French Tech à Tokyo, Frédéric Sauvage, Conseiller Industrie et Services de l'Ambassade de France au Japon, Jean-Michel Serre, CEO Orange Japan, Benjamin Davoult, Design Team Creative Designer, CrossEffect Factory à Kyoto, Sabrina Sasaki et Makino Narimasa de MAKERS Boot camp à Kyoto.



CLUB DE PARIS
DES DIRECTEURS DE L'INNOVATION



EUROPEAN INSTITUTE
FOR CREATIVE STRATEGIES
& INNOVATION