

VISITE D'ÉTAT AU JAPON

De particulier à particulier

Luc Caregari

La visite d'État au Japon a été marquée par les contrastes et les points communs entre les deux pays - et cela ne vaut pas uniquement pour les chiffres, mais aussi pour les visions de l'avenir.

Dire que débarquer à Tokyo provoque un choc culturel est un euphémisme. Pour celles et ceux qui posent un pied sur le sol nippon pour la première fois, l'hyperinflation de flux nerveux, la façon de parler très saccadée et rapide des hôtes (alors qu'à nos oreilles tout sonne très dramatique, la conversation japonaise est en réalité un flot ininterrompu de politesses échangées à toute vitesse) et la désorientation peuvent très vite causer nausées ou du moins fatigue. Pourtant, derrière le chaos apparent règne un ordre plutôt strict, mais pas visible directement pour l'œil du visiteur occidental. L'organisation urbaine n'est pas uniquement à prendre en compte dans la perspective horizontale, mais aussi dans la verticale - de sorte qu'il faut souvent lever les yeux pour voir ce qui se passe aux étages supérieurs des bâtiments afin de trouver ce qu'on cherche. Combien d'Occidentaux sont passés devant le restaurant qu'ils cherchaient parce

qu'ils n'avaient pas vu qu'il se trouvait au sixième étage ?

Pour saisir un peu la logique sous-jacente à l'organisation sociale japonaise - ou du moins pour comprendre un tant soit peu les différences avec la nôtre -, il faut garder en tête que les Japonais se considèrent eux-mêmes comme les Galápagos des civilisations. C'est du moins le nom qu'ils ont donné à la première génération de smartphones nippons, qui avaient la particularité d'être disponibles des années avant que cette technique n'envahisse nos marchés et nos vies, et qui ne fonctionnaient qu'à l'intérieur du territoire japonais - la technologie 3G développée n'ayant pas réussi à convaincre le reste du monde. Mais l'analogie avec l'île isolée, qui fut à l'origine des réflexions de Charles Darwin sur la théorie de l'évolution et lui inspira le livre « On the Origin of Species », ne s'arrête pas là. Car si tous les peuples vivant sur une île se réclament de leurs particularités (comme les Britanniques ou encore les Corses), les Japonais sont passés maîtres dans cette discipline.

Ils doivent cela à Tokugawa Iemitsu, troisième shogun de la dynastie Tokugawa. C'est lui qui édicta entre 1633 et 1639 la politique du Sakoku,

ce qui veut dire « pays fermé ». Pendant 220 ans, le seul contact avec l'extérieur se résuma à des échanges commerciaux strictement régulés - et dont la plupart se passaient dans des comptoirs établis hors du territoire japonais. Un contraste énorme pour la civilisation nipponne, qui auparavant était connue pour son appétit de conquête, surtout sur les territoires coréens et chinois. Le blocus fut levé par la force en 1853 par la marine de guerre américaine sous le commandement d'un certain Matthew Perry - qui bombardait les côtes japonaises jusqu'à ce que le pays s'ouvre au commerce avec l'Amérique et par extension avec l'Occident entier.

Sakoku - pays fermé

Désormais ouvert à la modernité et l'industrialisation, le Japon n'était pourtant pas au bout de ses peines. La défaite lors de la Seconde Guerre mondiale, les bombes nucléaires et la mise sous tutelle américaine (les États-Unis ne voulaient en aucun cas que le Japon tombe dans la zone d'influence soviétique, c'est aussi une des raisons pour lesquelles ils ont choisi de lâcher le feu nucléaire sur Hiroshima et Nagasaki) ont pro-

voqué une perte dramatique d'estime de soi chez les habitants de l'archipel. C'est pourquoi la mentalité japonaise reste si réticente par rapport aux étrangers, mais aussi si reconnaissante quand des personnes venues de l'extérieur s'intéressent à sa culture ou se l'approprient.

Même si l'ouverture économique est devenue courante pour le Japon, cela ne veut pas dire qu'il soit toujours aisé d'y investir. C'est ce qu'a dû vivre par exemple la Cargolux, qui vient de signer enfin - après 30 ans d'attente - un accord avec Nippon Cargo Airlines lui donnant le droit d'utiliser l'aéroport de Tokyo Narita. Ce qu'il faut mettre en perspective avec un autre marché asiatique, la Chine, où le transporteur de fret aérien luxembourgeois opère et coopère depuis des années avec la province du Henan. La Chine n'est pas pour rien le plus grand concurrent économique du Japon, qui craint pour de bonnes raisons de se faire dépasser par l'empire du Milieu dans les prochaines décennies. Car si le progrès technologique fait pencher encore la balance vers le Japon, les données démographiques font monter le pessimisme. Disposant d'un peu moins de 127 millions d'habitants,



VRP grand-ducaux et ministre de l'Économie satisfaits.

le pays en perd chaque année entre 400.000 et 600.000 (soit environ le nombre d'habitants du Luxembourg). À l'horizon 2060, l'ONU table sur une population de 86 millions pour l'archipel. C'est aussi pourquoi le premier ministre japonais, Shinzo Abe, souffle le chaud et le froid dans ses relations avec la Chine : la participation à l'établissement de la nouvelle Route de la soie est cruciale pour le développement de son économie. Ce qui pourrait aussi avoir facilité le deal pour Cargolux, vu ses bonnes relations avec le puissant voisin. S'y ajoute un accord entre Champ Cargo Systems (une succursale de Cargolux dans l'informatique logistique) et Japan Airlines.

Mais le Luxembourg n'a pas uniquement approfondi les relations dans l'aéronautique : il est allé au-delà, en signant un accord de coopération avec l'agence spatiale nipponne, la Jaxa. Ce qui intéresse le grand-duché en première ligne, ce ne sont pas les recherches médicales entre autres menées par le Japon dans le cadre de sa participation à la station spatiale internationale ISS, mais plutôt les missions « Hayabusa ». Missions qui consistent à faire atterrir un module de satellite sur un corps

céleste et le faire revenir sur terre avec du matériel glané sur l'astéroïde. Mais si le Japon effectue ces missions dans un intérêt purement scientifique, le Luxembourg a des arrière-pensées plus mercantiles et pense avant tout à son programme « Space Resources ».

Arrières-pensées différentes

Côté finances, les représentants de la place ont mis en avant les tout nouveaux Green Funds, dont le Luxembourg détient un tiers des actions mondiales. « Une nouveauté difficile à vendre à des gens qui n'en avaient jamais entendu parler », a estimé le ministre des Finances Pierre Gramegna lors d'un briefing sur place. D'autant plus peut-être que des ONG luxembourgeoises doutent publiquement de la qualité et de la durabilité de ces produits financiers. Le deuxième fer de lance de la place, le secteur Fintech, a eu plus de concret à rapporter à la maison en signant un « Memorandum of Understanding » avec Rakuten - l'Amazon nippon déjà présent au Luxembourg.

Mais le grand enjeu, le cadre dans lequel ces relations économiques sont censées se dérouler à l'avenir, c'est bien sûr l'accord de libre-échange

entre le Japon et l'Union européenne, que cette dernière veut encore finaliser cette année. Selon le ministre des Affaires étrangères Jean Asselborn, la soudaine progression de cet accord aurait été « boostée par le président américain Donald Trump, qui ne s'est pas uniquement retiré des négociations autour du Trans-Pacific Partnership, mais aussi des accords de Paris ». Le Japon, ne voulant en aucun cas perdre contact avec l'Occident, fait donc de son mieux pour trouver de nouvelles relations et est plus disposé à négocier les points sensibles comme la politique agricole, les normes du droit du travail, les services publics et le développement durable. Interrogé sur les tribunaux privés chargés des litiges d'investisseurs, qui font grincer les dents de deux côtés (et révélés par Greenpeace), le ministre est resté évasif : « Ce sera au Parlement européen et aux parlements nationaux d'approuver ou non ces accords », s'est-il contenté de dire.

En marge des programmes économiques, les secteurs de l'audiovisuel et du tourisme ont aussi été parties prenantes pendant le voyage. Et le dernier a pu revenir avec de nouveaux contacts (une soixantaine de tour-opérateurs nippons ayant montré

de l'intérêt à ajouter le grand-duché à leur gamme de produits), car selon le ministre de l'Économie Étienne Schneider, « le touriste japonais dépense plus que les autres clients venus d'Asie et a tendance à rester plus longtemps ». Pour un pays qui se base en partie sur sa capacité à attirer de riches étrangers, c'est une coopération idéale.

Le Luxembourg n'est donc pas revenu avec une besace vide de sa visite d'État au Japon. Même s'il aurait pu aussi rapporter quelques leçons sur les dangers d'une économie basée uniquement sur la croissance - le Japon devant changer de modèle s'il veut survivre -, il y a trouvé ce qu'il cherchait.