

Invest  
Tokyo

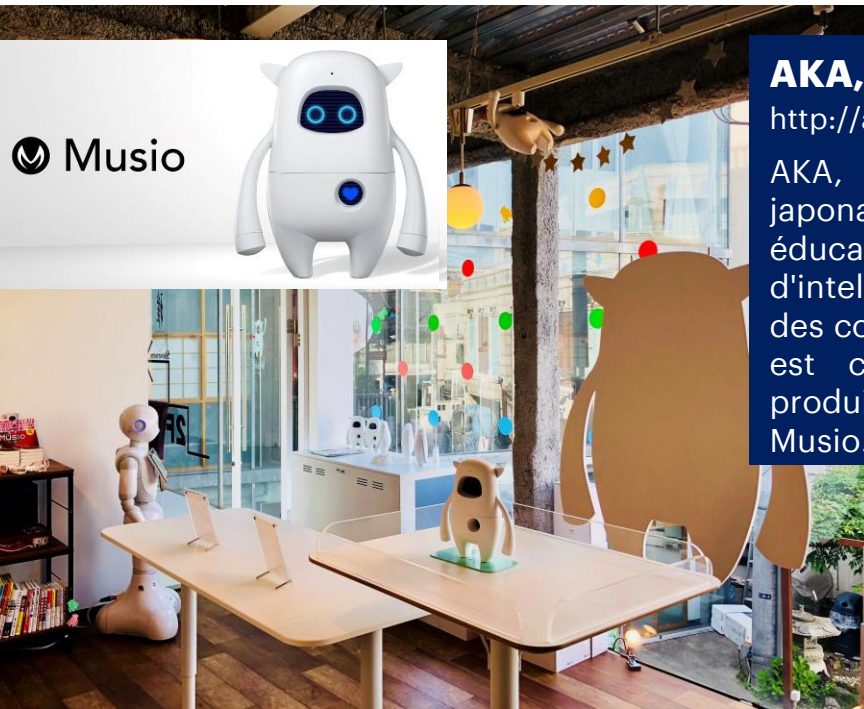


TOKYO  
METROPOLITAN  
GOVERNMENT

# Invest Tokyo Success Stories



# AKA, LTD



## AKA, Ltd. (ETATS-UNIS)

<http://akaintelligence.com/>

AKA, Ltd. a pénétré le marché japonais en 2015. Musio est un robot éducatif basé sur une technologie d'intelligence artificielle, il propose des contenus éducatifs en anglais. Il est compatible avec les autres produits ayant une licence pour Musio.

**AKA**  
BE THE CHANGE™

## Affaires à Tokyo

- Le Japon correspond à un marché cible pour nos robots spécialisés dans l'éducation en anglais. En effet, les robots ont longtemps été représentés dans les animés et les films, et le Japon n'a traditionnellement aucune aversion à coexister avec des robots dans le quotidien. En outre, les changements importants prévus à partir de 2020 dans le système éducatif japonais, visant en particulier la langue anglaise, entraîneront probablement une plus grande demande de services éducatifs en anglais. A partir de ces deux facteurs, nous avons décidé de lancer notre activité au Japon.
- Après avoir étendu nos ambitions à la ville Tokyo, nous avons pu accroître notre activité en collaborant avec des entreprises spécialisées dans l'informatique et des grands groupes pour vendre notre robot, Musio, et développer des contenus éducatifs.

## Messages aux nouveaux adhérents

- Une fois que vous avez décidé de vous installer à Tokyo, il existe de nombreuses installations (par exemple le Centre One-Stop Business Establishment de Tokyo) qui peuvent fournir toutes les informations dont vous avez besoin sur le lancement des procédures. Grâce à ces services, établir un bureau à Tokyo devient beaucoup moins difficile que vous le pensez.
- Tokyo est en train d'évoluer. Au cours des dernières années, la demande de startups étrangères a considérablement augmenté. Il y a une adaptation rapide aux nouvelles industries - par ex. révisions juridiques faites pour les industries FinTech et de l'hébergement. Le Japon pourrait très bien devancer le reste de l'Asie.

## Facteurs de réussite et astuces

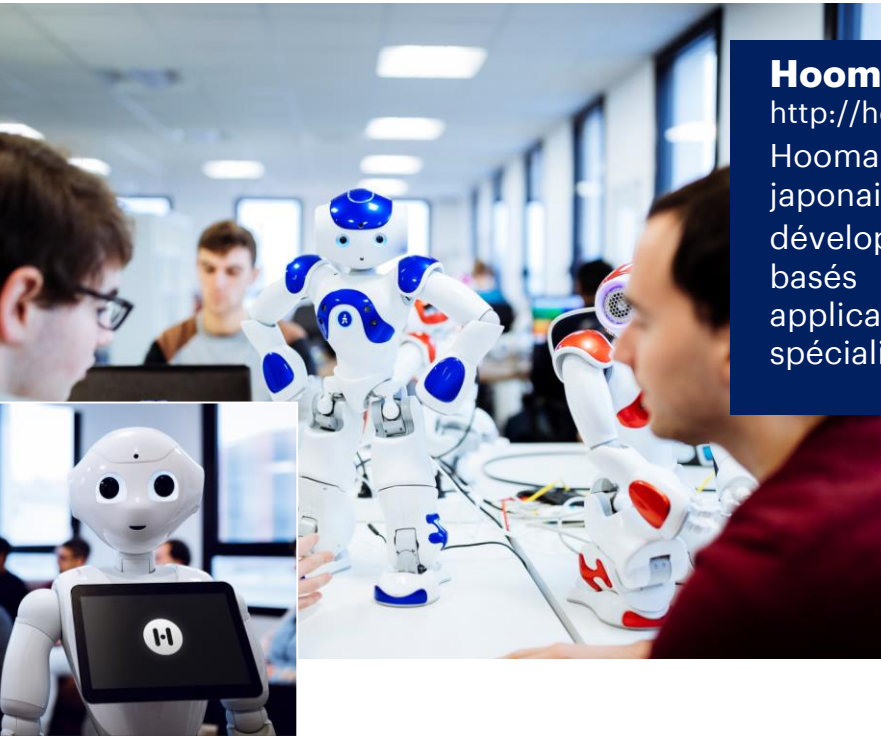
- Pour une société de production et de vente de robots comme nous, la création de partenariats avec des entreprises de fabrication et de service a été un facteur important de notre réussite.
- L'étude de marché fournie par le programme de TMG a été déterminante car il nous était très difficile de faire nos propres recherches sur les entreprises de notre marchés cibles et sur la façon dont nous devrions les aborder. Le service de conseil offert nous a également permis d'élaborer notre Business Plan.
- Il ne faut pas sous-estimer l'importance du «networking» dans les affaires au Japon. En effet, le processus de prise de décision dans les grandes entreprises est complexe et la rapidité des affaires peut varier considérablement selon l'avancement des négociations. Le simple fait de rencontrer un décideur à un stade précoce peut accélérer les choses.



“Nous avons vu une opportunité d'affaires au Japon, car il y a un fond culturel - **les robots sont acceptés comme une présence familière et amicale.**”

**Brian Lee**  
Directeur Général & OSC

# Hoomano



## Hoomano (France)

<http://hoomano.com/>

Hoomano est entré sur le marché japonais en 2017. La compagnie développe et fournit des logiciels basés sur AI, ainsi que des applications pour les robots spécialisés dans la communication.



## Affaires à Tokyo

- Tokyo présente de grands attraits et un marché avec un potentiel important pour nous, non seulement en raison du déclin du taux de natalité qui touche le Japon (ex. Demande accrue de soins infirmiers, diminution de la main-d'œuvre, etc.), et particulièrement la ville de Tokyo, où se situent plusieurs de nos principaux clients cibles. De plus, il y a une forte demande pour les robots spécialisés dans la communication notamment dans le domaine du divertissement, mais aussi pour résoudre les défis de style de vie.
- Lorsque nous avons étendu nos activités à Tokyo, nous avons tiré parti de notre relation avec une grande société japonaise, qui était implantée en France, pour accéder à son vaste écosystème commercial et nous aider à comprendre le marché japonais.
- Notre branche japonaise se concentre désormais sur l'embauche de personnels locaux, principalement des profils marketing et vente pour commercialiser notre technologie - avec une plate-forme d'intelligence sociale pour améliorer l'UX et l'interaction homme-robot pour aider les fabricants de robots à augmenter leurs ventes.

## Facteurs de réussite et astuces

- Les facteurs clés de succès pour qu'une entreprise prospère à Tokyo sont (1) les personnes et (2) le produit. L'embauche de nouveaux employés japonais pour le marketing et la vente est très importante, nous avons décidé de faire appel à une agence de recrutement car il était difficile de trouver seuls des personnes talentueuses. De plus, nous avons concentré nos efforts pour aider les fabricants de robots à accroître leurs ventes en améliorant l'expérience utilisateur avec notre produit AI: notre cerveau social Hoomano.
- Le programme de TMG nous a aidés à avoir une idée de la taille future de notre marché et nous a confirmé que nos produits seraient en mesure de revendiquer une position significative parmi les entreprises japonaises à l'avenir.

## Messages aux nouveaux adhérents

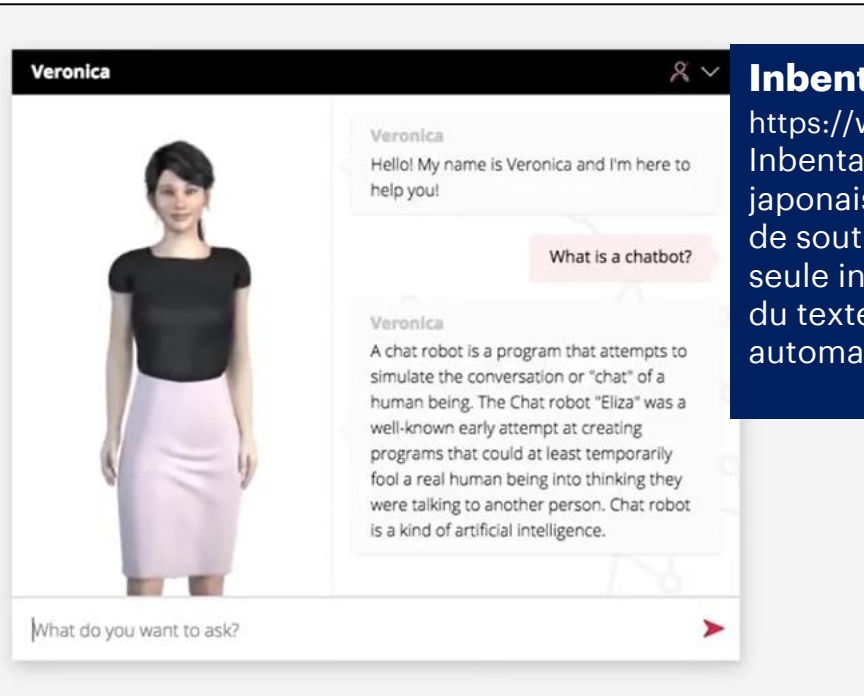
- Pour les startups étrangères comme nous, le marché de la robotique est en expansion de façon générale et par ailleurs les caractéristiques de la population de Tokyo, fait de cette place un endroit idéal pour sortir de votre pays natal pour la première fois. Ici, il est important d'embaucher des locaux. Plutôt qu'un étranger qui parle japonais, je recommande d'engager un japonais parlant anglais.
- Ce que je trouve le plus essentiel lorsqu'on veut faire des affaires à Tokyo, c'est de réussir à collaborer avec des entreprises japonaises et de faire connaître votre entreprise. Si vous pouvez entrer en contact avec eux, tout ira plus vite.



"Tokyo est **un endroit idéal pour s'aventurer hors de votre pays natal pour la première fois. L'embauche de talents locaux** accélérera votre activité."

**Valéry Varin**  
Vice President International

# Inbenta



## Inbenta (ETATS-UNIS)

<https://www.inbenta.com/en/>  
Inbenta est entré sur le marché japonais en 2015. Provides IA-service de soutien à la clientèle avec une seule interprétation de la signification du texte, et un système de suggestion automatique sur les sites e-commerce.

# inbenta

## Affaires à Tokyo

- Puisque nous pouvons fournir des informations plus nécessaires aux clients avec l'interprétation de la signification des mots et des phrases, comparés aux services FAQ plus simples fournis par d'autres sociétés, nous pensions que les Japonais, qui attendaient un service de qualité supérieure, seraient attirés par nos services. basé sur des réalisations fiables que nous avons construites dans d'autres pays. Pendant ce temps, la grammaire japonaise a une structure unique différente de l'anglais et de l'espagnol. Nous avons décidé de nous installer à Tokyo pour adapter notre service à la langue japonaise.
- Nous gagnons régulièrement des clients grâce à un partenariat commercial avec une société japonaise.

## Facteurs de réussite et astuces

- Nous avons trouvé une chance de rencontrer un bon partenaire japonais, le plus grand facteur de réussite. Le fait que l'entreprise utilise notre service nous aide à donner l'impression d'être digne de confiance, en élargissant les opportunités d'affaires. Nous avons obtenu un soutien pour la mise en relation de clients potentiels et d'établissements de bureaux, ce qui a donné une solution robuste et rapide, sinon nous n'aurions pas pu atteindre les États-Unis.
- Les clients japonais sont très exigeants sur la qualité du service, il était difficile de modifier notre service en japonais. Nous avons fait beaucoup d'efforts pour expliquer notre service plusieurs fois et personnaliser notre service à chaque client avant qu'ils ne présentent notre service. Après être entré à Tokyo, ce qui nous a permis de communiquer avec les clients en personne, notre processus d'affaires a été accéléré.



“Le fait que **l'entreprise utilise notre service nous aide à donner l'impression d'être digne de confiance**, en élargissant les opportunités d'affaires.”

**Aaliyah Ichino**  
Directeur des IT Projets,  
Japon

# Citrine Informatics

## Citrine Informatics (ETATS-UNIS)

<https://citrine.io/>

Citrine est entrée sur le marché japonais en 2017. La compagnie fournit un service basé sur l'AI qui permet de raccourcir la période de développement du produit en analysant les combinaisons de matériaux possibles pour sa construction.

**CITRINE**   
INFORMATICS

## Affaires à Tokyo

- Le Japon était un marché naturel pour Citrine. Le Japon a été le chef de file mondial en matière de découverte de matériaux au cours des 70 dernières années et continue d'être le leader mondial sur ce sujet. Afin de maintenir cette position, il est essentiel que les entreprises japonaises soient les premiers à adopter les technologies de découverte innovantes. L'industrie japonaise a été un chef de file dans l'identification du potentiel de l'IA pour la découverte de matériaux.
- En 2016, nous avons été approchés par un certain nombre de sociétés japonaises et nous avons été impressionnés par l'ouverture de ces entreprises à adopter notre plate-forme et nos solutions logicielles.
- À Tokyo, nous avons accès à un large éventail d'industries, dont les fabricants de matériaux, l'industrie lourde, l'aérospatiale, l'automobile, la finance et les biens de consommation, le tout en un seul et même endroit. Être en mesure d'exploiter rapidement cet écosystème d'expert et d'institutions nous a permis de grandir rapidement au Japon.

## Facteurs de réussite et astuces

- Le soutien que nous avons reçu après avoir rejoint le programme TMG a dépassé toutes nos attentes. Grâce à ce soutien, nous avons pu établir de nouvelles relations avec des partenaires commerciaux et identifier de nouveaux clients et utilisateurs académiques.
- Les présentations à des partenaires industriels clés et les invitations à participer à des événements de «networking» nous ont permis d'ouvrir de nouvelles portes et opportunités à Tokyo et au Japon. Nous avons reçu un soutien non seulement pour notre stratégie commerciale, mais aussi pour la promotion de nos solutions au Japon.
- L'identification de nouveaux clients ou de collaborateurs est toujours un défi quel que soit le marché ou la géographie. Le programme TMG a permis d'initier des partenaires à fort potentiel. Cela nous a aidé à nous

concentrer sur nos ressources et nos discussions avec des partenaires prometteurs au Japon.

## Messages aux nouveaux adhérents

- Travailler au Japon est un plaisir. Les processus d'affaires sont presque identiques aux normes américaines ou européennes, donc ce ne sont vraiment pas des surprises en matière d'accords ou de langage contractuel.
- La plupart des entreprises japonaises sont heureuses d'utiliser l'anglais comme langue pour les accords et les contrats, ce qui élimine en grande partie les préoccupations concernant la traduction.
- Il est essentiel d'être sensible à l'année fiscale japonaise qui va d'avril à avril. Les nouveaux accords doivent être alignés sur ce calendrier et pour les accords plus importants, il faut commencer les discussions à l'automne pour avoir suffisamment de temps pour planifier et affecter les budgets.



“Mes partenaires au Japon, **prennent beaucoup d’initiative pour m’accomoder et me faire sentir le bienvenue**”

**Greg Mulholland**  
CEO and Co-Founder

# Infervision



## Infervision (Chine)

<http://www.infervision.com/>

Infervision a créé sa filiale japonaise, VisionJapan en 2017. Elle développe et offre des outils d'assistance basés sur l'AI pour le diagnostic d'imagerie utilisé dans la détection précoce du cancer des poumons.



## Affaires à Tokyo

- Dans le cadre de notre stratégie globale à long terme, nous avons mené des études de marché et constaté que le Japon avait un marché des soins de santé mature et des systèmes médicaux sophistiqués. Par ailleurs, la réceptivité du Japon à l'égard des nouvelles technologies et le système gouvernemental stable étaient également attrayants.
- En mars 2018, nous avons déménagé à Shinjuku, où se trouvent de nombreuses entreprises de soins de santé. La branche travaille actuellement à l'établissement de partenariats avec des centres de diagnostic, etc., dans les hôpitaux universitaires du pays. Plusieurs hôpitaux et cliniques ont dit qu'ils souhaitaient utiliser nos services.

## Facteurs de réussite et astuces

- Parmi les services de conseil proposés par TMG, la partie « networking » nous a permis de rencontrer les clients potentiels que nous souhaitons le plus rencontrer. Si nous n'avions pas bénéficié du soutien de TMG, il était probable que nous aurions mis plus de temps et d'efforts pour identifier et approcher les principaux acteurs du marché, sans compter qu'il aurait été difficile d'alerter ces acteurs de notre existence.
- Construire une relation de confiance avec les acteurs clés du marché est important dans le milieu médical. Cela a été très difficile au début en raison de la barrière de la langue, etc. Le soutien de TMG nous a permis d'entrer en contact avec des acteurs influents de l'industrie des soins de santé et d'accélérer les transactions commerciales.
- Au départ, nous devons faire face à de nombreux problèmes, tels que le choix d'un bureau et la création d'une stratégie de marketing, mais grâce au soutien de TMG nous avons pu résoudre ces problèmes facilement.

## Messages aux nouveaux adhérents

- Pour pénétrer le marché japonais, je recommande de connaître au préalable les pratiques commerciales uniques du Japon.
- Il y a un énorme marché en croissance qui est complètement différent du notre (en Chine), présentant à la fois de nombreux défis et de nombreuses opportunités. Nos futurs partenaires sont également venus à Tokyo à la recherche d'opportunités d'affaires. Je crois que nous pourrions changer le monde en collaborant tous ensemble.



“Si nous collaborons avec des entreprises déjà présentes, et que nous nous rassemblons à Tokyo, nous pourrions changer le monde.”

**Xiaoyan Zhou**  
**PDG (VisionJapan)**  
**Président Régional**

# Imageous Inc.



imageous

MAKING BUSINESS SMARTER, SIMPLY.

## Imageous Inc. (ETATS-UNIS)

<https://www.imageous.io/>

Imageous Inc. a pénétré le marché japonais en 2017. «Utilisant l'AI, Imageous développe des applications de contrôle automatisé afin d'améliorer les services pour des industries telles que l'agriculture, le commerce électronique et la construction intelligente.



## Affaires à Tokyo

- Nous avons vu des intérêts d'affaires à Tokyo. La capitale, du pays avec le troisième plus grand PIB du monde, regroupe tous les décideurs d'entreprise dans une même ville. C'est le lieu idéal pour voyager facilement au Japon et dans d'autres pays asiatiques. C'est fascinant de voir à quel point la confiance est moteur d'opportunités d'affaires.
- En plus des affaires, Tokyo est une ville idéale pour vivre. J'ai séjourné dans d'autres villes du monde, mais Tokyo a toujours été la plus agréable. Les nombreux événements culturels et les occasions de rencontrer de nouvelles personnes sont des facteurs essentiels à l'épanouissement personnel.
- Actuellement, nous nous concentrons sur plusieurs domaines - ex. dans l'agriculture, où nous utilisons l'AI dans des installations de cultures pour surveiller l'environnement de croissance des légumes, afin d'ajuster automatiquement la température, etc., pour créer les meilleures conditions de croissance des végétaux. Nous nous apercevons au quotidien de la contribution de nos services dans la croissance des bénéfiques pour nos clients. Nous nous préparons également pour le développement d'autres nouveaux bureaux.

## Facteurs de réussite et astuces

- Adopter une approche commerciale « à l'américaine » et mener des pourparlers dans un délai relativement court s'est avéré efficace. En outre, la partie « networking » nous a vraiment aidé - l'un de nos cadres récemment embauchés a déjà travaillé dans une entreprise japonaise. Tout cela nous a aidé à créer rapidement notre entreprise.
- Le programme de TMG nous a soutenu dans nos études de marché et dans la création d'une stratégie commerciale. Les événements de « networking » nous ont également aidés à créer des liens.

- Parfois, je sentais qu'il y avait une barrière culturelle et linguistique, mais avoir un point d'appui japonais a aidé à atténuer ces ressentis.

## Messages aux nouveaux adhérents

- Tokyo est une excellente destination pour une expansion en Asie. Bien qu'il y ait parfois besoin de persévérer pour faire des affaires avec des entreprises japonaises, une fois que vous avez réussi, avoir des clients japonais favorise un sentiment de crédibilité et facilite l'expansion ailleurs. Tokyo est aussi une ville très animée.



"Tokyo est une ville formidable non seulement pour le travail, mais aussi pour y vivre. **En comparaison à d'autres villes dans lesquelles j'ai pu séjournier, Tokyo est de loin la plus confortable.**"

**Dennis Hsueh**  
Co-fondateur et COO  
(Imageous Japan)

# Malong Technologies



UNLOCK THE UNLIMITED POTENTIAL OF  
ARTIFICIAL INTELLIGENCE

## Malong Technologies (Chine)

<http://www.malong.com/>

Malong Technologies a été sélectionné pour le New Tech Business Camp 2017 de Tokyo. Il fournit une technologie de reconnaissance d'image basée sur l'intelligence artificielle qui permet d'identifier avec précision les produits, les matériaux et les marques.



## Affaires à Tokyo

- Nous avons choisi de nous déployer en priorité à Tokyo plutôt que dans d'autres villes du fait des nombreux partenaires potentiels que nous ciblions (fabricants de textiles, manufacturiers, fabricants de produits chimiques, de produits alimentaires et de boissons, etc.).
- Actuellement, nous travaillons avec notre partenaire, d'une part, sur une stratégie d'offre de services à différentes industries, et d'autre part, sur la recherche de nouveaux partenaires qui nous aiderons dans la collecte de données de masse et l'analyse de ces industries. Depuis notre extension à Tokyo, nous avons continué à entretenir une relation forte avec notre premier partenaire sur place et nous élaborons ensemble nos stratégies de développement.
- Après la définition de notre stratégie commerciale, notre prochaine étape consiste à acquérir le plus de clients possible et à accélérer la croissance de notre entreprise.

## Facteurs de réussite et astuces

- Notre facteur clé de succès a été de participer au New Tech Business Camp de TMG et de rencontrer les milieux d'affaires, les pratiques et les intermédiaires de Tokyo. Le programme d'accélération nous a permis de mieux comprendre le marché japonais, les attentes des grandes industries et de découvrir les avantages du monde des affaires de Tokyo par opposition à d'autres villes étrangères. Nous avons également eu l'occasion de rencontrer des collaborateurs en tête à tête, même après la fin du programme, ce qui nous a permis d'établir des partenaires potentiels.
- La communication avec les entreprises japonaises était parfois difficile. Nous avons appris à comprendre la conduite des affaires et le processus décisionnel unique des entreprises japonaises.

- Après être arrivé au Japon, une chose qui nous a surpris était la nécessité d'appartenir à un groupe ou à un écosystème lors de situations d'affaires. Gardant cela à l'esprit, nous nous sommes efforcés de construire une relation de confiance dès le début avec nos collaborateurs.

## Messages aux nouveaux adhérents

- Tokyo possède un marché en croissance qui est à la fois passionnant et dynamique, avec des entreprises japonaises ouvertes aux nouvelles technologies. Et pourquoi ne pas venir chercher votre prochaine opportunité d'affaires à Tokyo?



"Tokyo possède un marché en croissance qui à la fois est **excitant et dynamique.**"

**Xia Bing**  
Vice-Président des Affaires  
Internationales





## ASUS(Taiwan)

<https://www.asus.com/jp/>

ASUS a intégré le marché japonais en 1999. La compagnie développe et fabrique des composants pour les PCs, les ordinateurs portables, les tablettes et les smartphones pour le marché japonais.

*Ouverture du "ASUS Store Akasaka" en mars 2018.*



## Affaires à Tokyo

- Nous avons d'abord lancé notre aventure au Japon en 2008, mais au fur et à mesure que celle-ci se développait, le besoin de se concentrer sur la R & D pour des produits adaptés au marché local a également augmenté. Pour que nos produits et notre marque étrangère soient plus reconnus, nous avons voulu installer un magasin sur place pour fournir des services et connaître de près les besoins des clients.
- En tant qu'entreprise étrangère, la mise en place d'un bureau à Tokyo - au cœur du Japon - était essentielle pour faciliter les échanges. En outre, en tant que fabricant de matériel, le contrôle de la distribution est essentiel. Cela nous a conduit à choisir la ville de Tokyo, où il est facile d'établir des relations avec des sociétés commerciales.
- Les consommateurs japonais ont un œil averti et beaucoup de connaissances sur les produits numériques et électroménagers - ils savent quel smartphone leur conviendrait le mieux. Nous apprenons constamment de nos échanges avec les clients.

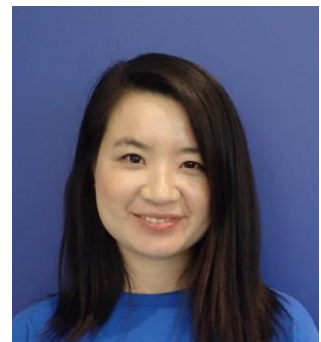
## Facteurs de réussite et astuces

- Un facteur clé de succès a été le choix d'une localisation facilement accessible, Akasaka, et une gestion du magasin comme centre d'information. Grâce à la visibilité de ce magasin, nous sommes le visage d'ASUS, offrant une grande variété de services à la clientèle.
- Le programme de TMG nous a aidé à élaborer une politique d'investissement pour notre magasin à Tokyo et il a permis d'en calculer ses externalités positives. Cela a contribué au succès actuel de la gestion de notre magasin.
- Akasaka suscite moins d'attention que Shibuya ou Shinjuku, il est donc difficile d'attirer des clients. En conséquence, nous travaillons sur des événements (workshop, intervenants, etc.), et nous distribuons également des prospectus dans les quartiers

commerçants avoisinants. Nous planifions des contenus qui inciteront les clients à nous rendre visite lors de vos achats.

## Messages aux nouveaux adhérents

- Tokyo a une réputation de ville fermée aux entreprises étrangères, mais c'est en réalité un marché accueillant. Si vous êtes sûre de vos ambitions, vous arriverez à vous faire comprendre. TMG fournit également un support complet. Si vous partagez vos plans ou vos activités à Tokyo avec des personnes ou des entreprises qui vous entourent, il y aura toujours quelqu'un qui vous offrira un coup de main.



"Si vous partagez vos plans et vos activités avec des personnes ou des entreprises qui vous entourent, **il y aura toujours quelqu'un qui vous offrira un coup de main.**"

**Cynthia Teng**  
Directeur Marketing  
(ASUS Japan)

# Comarch SA



## Comarch SA (Pologne)

<https://www.comarch.com/>

Comarch SA s'est répandu au Japon en 2016. Ils ont développé une technologie qui est liée à système médical distant, comme appareil portable qui surveille les maladies du cœur.

# COMARCH

## Affaires à Tokyo

- Dès 2015, nous avons ciblé le marché japonais, et nous avons organisé un projet pour la première fois au Japon. A fin 2016, nous avons décidé d'établir une coopération japonaise.
- Le projet n'a pas eu lieu à Tokyo, mais il y avait le siège social de notre premier partenaire japonais de business. Surtout, il y avait un marché attractif pour les clients potentiels étrangers et japonais. Cela nous a fait décider d'établir un bureau.
- Nos activités sont variées comme le domaine médical ou la communication électronique, donc établir un bureau à Tokyo, où les centres de tous les secteurs se réunissent, est pratique et facile à faire le business. Même pour participer aux événements locaux comme des expositions, le transport est pratique.

## Facteurs de réussite et astuces

- Le support de la ville de Tokyo nous a beaucoup apporté. Nous avons appris la base de l'environnement du business, par exemple concernant les lois japonaises ou les concurrents locaux. Notamment la correspondance de business était la plus utile, et nous avons pu discuter avec des vendeurs et des producteurs d'appareils médicaux pour connaître la situation des maladies cardiaques au Japon. Cela a mené à prendre des décisions en business et approfondir notre vision des services médicaux que nous développons. Toutes les entreprises japonaises que nous avons rencontrées avaient des opinions différentes, donc la discussion a été très profitable.
- L'aspect le plus dur dans le business à Tokyo est qu'il faut de la patience. Nous devons discuter sur les détails avec les entreprises japonaises pendant longtemps avant de commencer le business. Nous sommes donc patients.

## Messages aux nouveaux adhérents

- Tokyo est la copie miniature de l'économie japonaise. Aujourd'hui, elle est en grande transformation. Elle est en transition avec plusieurs facteurs, comme des facteurs internes, le changement de structure sociale, ou des facteurs externes, la mondialisation. Notamment Tokyo reflète ces changements plus vite que les autres régions du Japon. Le marché se transforme d'un marché traditionnel et fermé à un marché ouvert. Il est ouvert aussi aux technologies des entreprises étrangères comme nous, et les opportunités de business potentielles s'élargit à grande vitesse.



"Tokyo connaît le changement le plus vite des autres régions du Japon, et est **ouvert aux nouvelles technologies.**"

**Pawel Kleczek**  
Directeur général

# Makeblock



## Makeblock (Chine)

<http://www.makeblock.com/>

Makeblock est entré sur le marché japonais en 2016. La compagnie développe, fabrique et vend des robots éducatifs de bricolage. Les utilisateurs peuvent personnaliser le robot avec des pièces, des capteurs et d'autres appareils électroniques, ils peuvent aussi utiliser un logiciel pour apprendre à programmer.



makeblock

## Affaires à Tokyo

- Nous connaissons depuis longtemps des entreprises japonaises qui soutenaient nos partenaires, et nous avons voulu également collaborer avec eux. Par ailleurs, l'importance croissante des STEM et de l'enseignement de la programmation au Japon nous a poussé à nous implanter au Japon.
- À l'heure actuelle, notre bureau à Tokyo travaille avec beaucoup d'entreprises, d'écoles et d'enseignants pour la programmation des contenus. En plus des écoles primaires et secondaires et de l'école PC, nous organisons aussi des ateliers pour les enseignants et les étudiants. Il y a encore beaucoup à faire puisque nous venons tout juste de créer notre entreprise. À l'avenir, nous voulons travailler avec beaucoup plus d'entreprises locales et offrir des produits pour aider les étudiants japonais à apprendre la programmation.

## Facteurs de réussite et astuces

- En plus de l'importance croissante de STEM au Japon, je pense que la réussite que nous avons observée dans d'autres pays, en offrant une plateforme de haute qualité, est un facteur clé de succès pour notre implantation dans la ville de Tokyo. L'établissement de bonnes relations avec les entreprises locales y a également contribué.
- Le programme de TMG a également été un facteur clé de succès. Le programme nous a soutenu dans notre recherche de collaboration avec des entreprises locales, et nous continuons à faire des affaires avec eux, encore aujourd'hui.
- Notre première étape vers la formation en STEM est en programmée, l'établissement d'un nouveau concept au Japon, est un grand défi. Nous aimerions travailler avec nos partenaires japonais et les organismes d'éducation pour organiser plus d'ateliers.

## Messages aux nouveaux adhérents

- Nous sommes au démarrage de notre activité à Tokyo, et le chemin est encore long avant d'atteindre un succès majeur. Malgré les défis au quotidien, voir les visages heureux des enfants dans nos ateliers qui codent leurs propres programmes et réussissent à faire bouger les robots tout seul pour la première fois, est une récompense. Je pense aussi que les enseignants et les parents prennent l'éducation STEM de plus en plus au sérieux. La croissance prévue du marché des TIC (technologie de l'information et de la communication) est un véritable argument pour l'entrée au Japon.



“Malgré les défis au quotidien, voir **les visages heureux des enfants dans nos ateliers qui codent leurs propres programmes et font déplacer des robots pour la première fois, est une récompense.**”

**Alice Zhang**  
Vice-Directeur Général  
– Japon

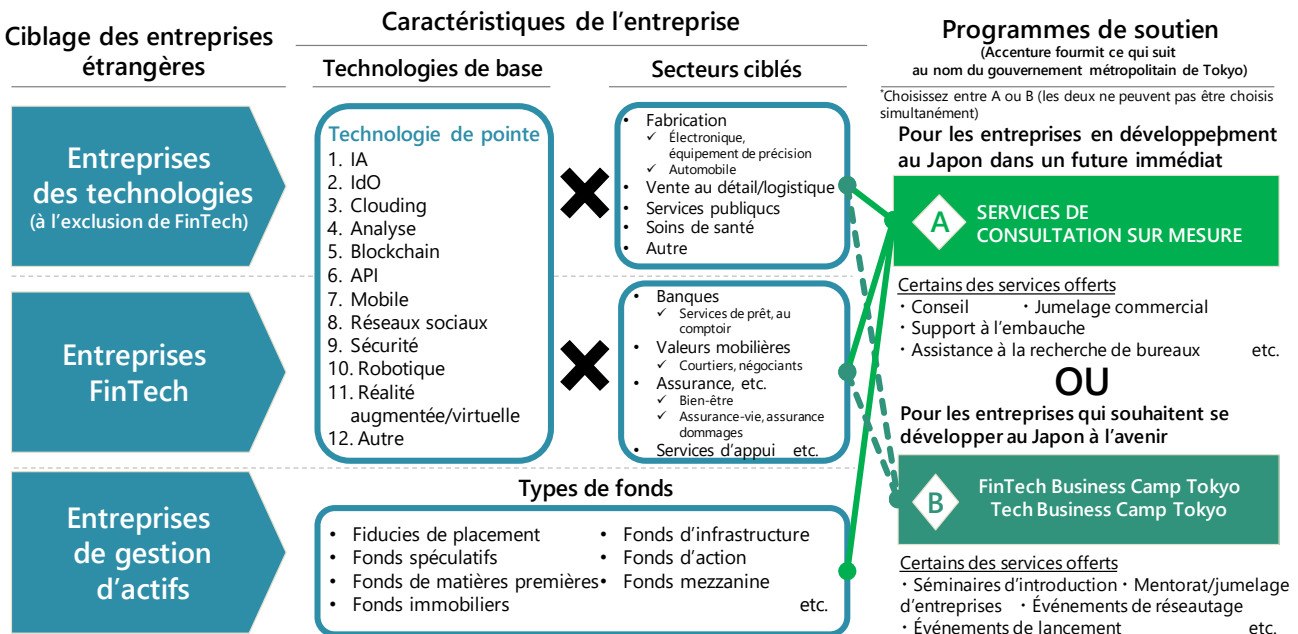
## « Invest Tokyo »

Pour améliorer la compétitivité internationale de Tokyo et encourager la croissance économique, le TMG (le gouvernement métropolitain de Tokyo) a mis sur pied divers **programmes de soutien** destinés aux sociétés étrangères souhaitant développer leurs activités dans le centre de Tokyo.

## Options de soutien fournies par le TMG

Pour les sociétés étrangères qui envisagent d'étendre leurs activités à Tokyo, le TMG fournit les deux programmes de soutien suivants, en fonction des caractéristiques de la société, du calendrier de leur projet d'expansion, et du type de soutien dont elles ont besoin.\*

- ◆ SERVICES DE CONSULTATION SUR MESURE
- ◆ FinTech Business Camp Tokyo/Tech Business Camp Tokyo



\*Pour utiliser un programme, une approbation doit être fournie par le TMG.

➔ **Accès à nous!**

