



Copyright Kozocom, Inc. 2008

Le Japon et La Réunion à l'ère de la globalisation :

L'impératif planétaire

par

Kozo Hiramatsu

Président-fondateur de Kozocom, Inc.

Assemblée Générale de l'ADIR



Vendredi 10 octobre 2008

Université de La Réunion



Lundi 13 octobre 2008

Trois questions



(TM & ©2004 Warner Bros. Entertainment Inc)

Mon arrière-arrière-arrière-arrière-grand-père était un samourai au service du Shogun Tokugawa, et je pense que vous vous demandez « pourquoi donc est-ce qu'un descendant de samourai vient nous parler de la globalisation des affaires plutôt que nous dire comment on utilise un sabre de samourai ? »



Ici, à La Réunion, c'est en 1513 que les Portugais ont débarqué, premiers Européens à visiter cette île. Ils l'ont trouvée inhabitée, et l'ont appelée Santa Apollonia. Ensuite, l'île a été occupée par la France et officiellement déclarée territoire français par Jacques de Pronis en 1642.

Que se passait-il au Japon à cette époque-là ? Le Shogun Tokugawa avait imposé une politique de Sakoku, qui signifie littéralement « pays dans les chaînes » ou « pays fermé ». Aucun étranger ne pouvait entrer au Japon et aucun Japonais ne pouvait quitter le pays sous peine de mort. De fait, les Japonais ont brûlé un navire portugais qui essayait de débarquer au Japon et ses 61 marins ont été poursuivis.



En ce moment, 368 années plus tard, je visite cette île en tant que descendant d'un samouraï. Je ne suis pas armé d'un sabre, mais d'un PC et d'amitié. Tout cela grâce à la globalisation.

La raison de ma visite ici, avec mon épouse Kiyomi, c'est que j'ai un grand ami qui s'appelle Guy Pignolet. Comme vous le savez, Guy présente beaucoup de visages. C'est un érudit, un ingénieur, un pilote d'avion, un scientifique spécialiste de l'espace -- tout ce vous voulez. Guy et moi partageons les mêmes valeurs – la curiosité, le goût de l'aventure, et les rêves.

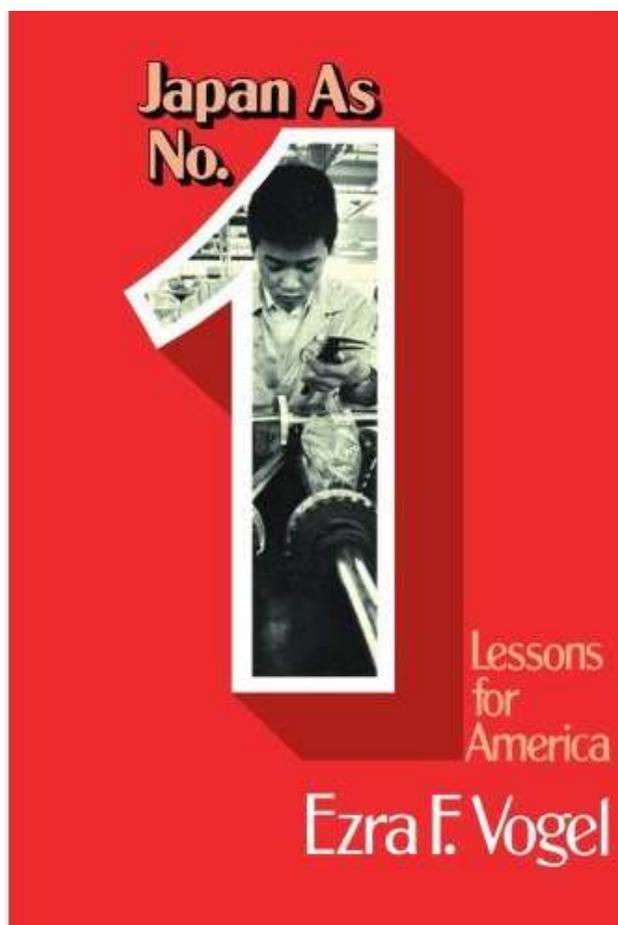
Guy m'a demandé de venir à La Réunion et de partager mes pensées avec vous, mais je ne pouvais trouver de vraie raison pour laquelle j'aurais dû accepter.

Alors il m'a posé trois questions :

- 1, Comment le Japon, une île volcanique avec peu de ressources naturelles, comme La Réunion, a-t-il fait pour développer son économie et ses affaires ?
- 2, Comment ai-je fait pour devenir un homme d'affaires international et organiser ma réussite ?
- 3, Comment est-ce que La Réunion peut développer son économie mondialement et devenir un modèle pour d'autres régions en France, en Europe, et dans le Monde entier ?

Histoire de la réussite du Japon

Il y a vingt ans, un professeur de l'Université de Harvard, Ezra Vogel, a écrit un livre intitulé le « Japon, numéro un. »



Dans son livre, le professeur Vogel analyse comment l'île-nation s'est développée jusqu'à devenir l'une des puissances industrielles les plus efficaces du monde.

Il a regardé la productivité économique du Japon, sa capacité de régir efficacement, d'instruire ses citoyens, de contrôler la criminalité, de maîtriser les manques d'énergie et d'en finir avec la pollution. Il se sert des critères que l'Amérique emploie traditionnellement pour évaluer le succès, la productivité économique et la puissance militaire.

Il en conclut que les institutions japonaises se sont débrouillées bien plus efficacement que leurs équivalents américains dans leur adaptation à la vie moderne.

Quand on en vient à ce sujet, je mentionne toujours les trois expressions japonaises suivantes :



1) SAKOKU

La politique de fermeture du Japon aux puissances étrangères,

2) WAKON YOSAI

L'esprit japonais avec le savoir occidental,

3) FUKOKU KYOHEI

Une nation riche, une armée forte.

SAKOKU

« Sakoku » est la politique d'isolement décrétée par les Shogun Tokugawa pendant les 220 années de 1633 à 1853.

Cependant, je dois dire que le Japon était loin d'être complètement isolé dans le cadre de la politique du Sakoku. C'était plutôt un système dans lequel des règlements stricts étaient appliqués par les Shogun au commerce et aux relations internationales.



SAKOKU = Politique de fermeture aux puissances étrangères

La seule place de commerce



Nagasaki

Tokyo

La réglementation disait que la seule influence européenne autorisée était le comptoir commercial hollandais à Nagasaki, une ville importante dans le sud de l'île japonaise de Kyushu. Le commerce avec la Chine était également traité à Nagasaki.

L'un des grands avantages du Sakoku était de bloquer les interférences et les tentatives de colonisation des Européens, qui à la même époque s'imposaient en Asie et en Afrique.

Pendant que le Japon était dans le Sakoku, nous avons connu la contrainte spirituelle et physique et développé la capacité de vivre avec des ressources limitées. L'entraînement spirituel est à l'origine de l'éthique de travail stricte.

WAKON-YOSAI

La deuxième devise pour les Japonais, c'est « Wakon-Yosai » qui signifie « esprit japonais et savoir occidental ».



WAKON YOSAI = Esprit japonais avec savoir occidental



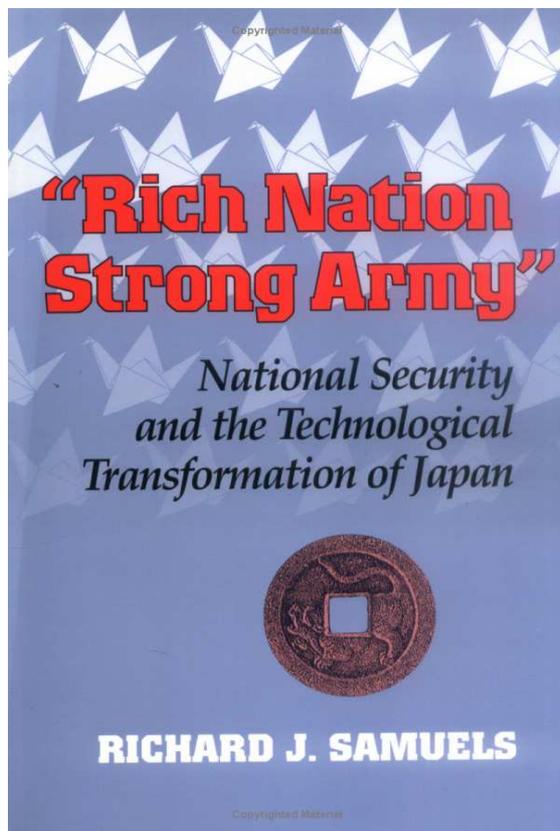
Après que le Japon se soit ouvert aux puissances étrangères, les Japonais ont été choqués de voir l'avance technologique des occidentaux.

Donc, le Japon a essayé de rattraper l'occident et a commencé à envoyer ses garçons les plus intelligents étudier en Europe et aux États-Unis. Mais à condition que les étudiants conservent leur « esprit japonais » tout en acquérant le savoir occidental.

Et que signifie « esprit japonais » ?

Je pense que cela implique des vertus telles que travailler dur, le dévouement, la fidélité, la modestie, et l'harmonie. Quand vous ajoutez à ces vertus le savoir et la technologie occidentaux, cela donne une combinaison très puissante.

FUKOKU-KYOHEI



Et troisièmement, « Fukoku-Kyohei », qui veut dire « nation riche, armée forte ». Il y a un livre, écrit par le professeur Richard Samuels du MIT, qui s'intitule « nation riche, armée forte : la sécurité nationale et la transformation technologique du Japon ».

Dans ce livre, le professeur Samuels examine le développement technologique du Japon depuis la fin de la période Edo – Tokugawa dans la deuxième moitié du 19ème siècle. La thèse centrale est que depuis lors, la croissance économique du Japon a été alimentée, en temps de paix comme en temps de guerre, par une sorte de « techno-nationalisme » qui peut être défini comme une « idéologie du développement technologique qui fait progresser l'intérêt national ».

En d'autres termes, il nous dit que, bien que libéré des chaînes d'un passé féodal, le Japon ne se sentait toujours pas en sécurité quant à son avenir après 1868, dans un monde présumé hostile. Les régimes militaristes ont concocté une mobilisation des ressources pour se mettre à niveau, jusqu'à la défaite du Japon dans la deuxième guerre mondiale.

Après cela, les chefs de la nation ont simplement changé de stratégie. Sous la protection du parapluie de sécurité qu'offrait la guerre froide entre l'Amérique et l'Union Soviétique, le Japon a conçu une politique pour faire de la technologie une composante majeure de la culture nationale et pour la diffuser dans toute l'économie du pays tout en incubant les entreprises locales qui pouvaient en tirer avantage. En même temps les multinationales du pays se sont organisées pour s'adapter aux questions de défense aussi bien qu'aux activités commerciales.

Samuels argue du fait que les efforts continus du Japon vers une autonomie sans failles dans les domaines de l'aviation, des communications et d'autres industries stratégiques ont des racines profondes dans les vieilles idéologies d'institutions conçues pour servir l'intérêt public.

Les Défis du JAPON au 21ème SIÈCLE

Selon les données du Cabinet du gouvernement japonais, le produit intérieur brut a connu une récession au deuxième trimestre de cette année quand l'économie du Japon s'est inclinée sous la pression des prix élevés du pétrole et les perspectives d'un ralentissement global. Dans la période d'avril à juin, le PIB du Japon s'est réduit à un taux annuel de croissance de 2,4%, une baisse marquée par rapport aux 4% du premier trimestre. Qui plus est, suite au problème des « subprime » américains et suite à la faillite de Lehman Brothers, on peut observer un certain pessimisme quant à l'avenir du Japon.

Après avoir dit cela, je pense néanmoins que tout problème est également porteur de grandes opportunités. Récemment j'ai pensé à deux opportunités économiques qui pourraient émerger du ralentissement actuel. L'une d'elles est la révolution automobile, une autre est l'évolution de la canne à sucre.

**Tout problème peut aussi
être une grande opportunité**

Les « KEI cars » et la technologie hybride

Avez-vous déjà entendu parler des « KEI cars » ? « KEI » signifie « léger ». Et « KEI car » veut dire un véhicule léger avec un moteur de 660cc, qui consomme 4 litres aux 100 kilomètres. 660cc est en réalité moins de la moitié de la cylindrée de ma Harley Davidson. Les KEI cars sont sur le marché japonais depuis une quarantaine d'années et ont pris une part de 25% des 70 millions d'automobiles actuellement en service au Japon. Parce que non seulement les KEI cars sont économiques à l'achat et en opération mais aussi parce que les acheteurs bénéficient d'avantages fiscaux et de réductions d'assurance, ils sont devenus très populaires sur le marché japonais.

Révolution Automobile

KEI car (voiture légère)



D'un autre côté, il y a les véhicules qui utilisent les carburants avec plus d'efficacité. C'est Toyota qui le premier a développé et fabriqué une voiture électrique hybride de taille moyenne appelée Prius. Elle ne consomme que 3,5 litres aux 100 km. La Prius a été mise en vente pour la première fois au Japon en 1997, ce qui en a fait le premier véhicule hybride au monde fabriqué en grande série. A ce jour, plus d'un million de Prius ont été vendues dans le monde entier.

Révolution Automobile

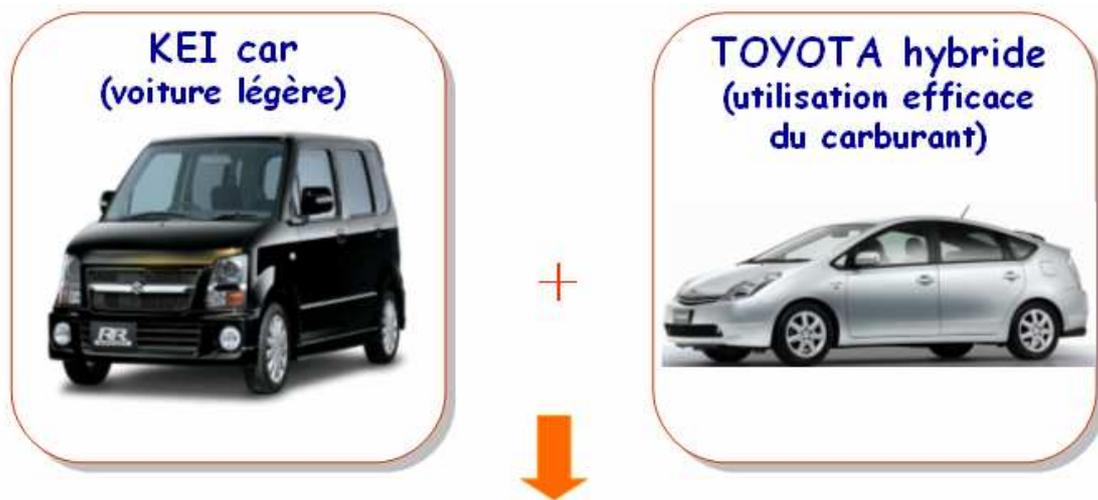
Voiture hybride (utilisation efficace du carburant)



TOYOTA

Maintenant, les ingénieurs japonais pensent à une combinaison de ces deux voitures comme la voiture de rêve pour l'avenir -- une KEI car hybride.

Révolution Automobile



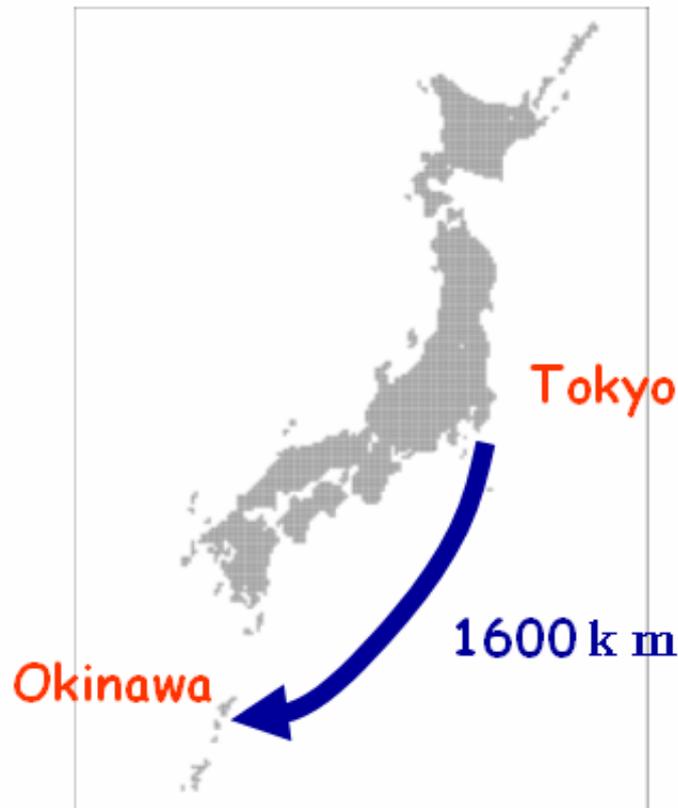
Voiture de rêve (KEI car hybride)

Il est tout à fait possible que non seulement Toyota et Nissan mais également Suzuki, Daihatsu, Honda, Mitsubishi, et Subaru y travaillent au Japon. Ils ont déjà développé une KEI car hybride expérimentale qui roule avec 2,5 litres aux 100 km, et ils visent les 2 litres aux 100 km dans un avenir proche.

La concurrence est un autre élément de la force du Japon. Dans cette petite île plus d'une demi-douzaine de compagnies automobiles se font concurrence. Et ils essayent de transformer la crise en un jeu d'opportunités.

Évolution de la CANNE À SUCRE

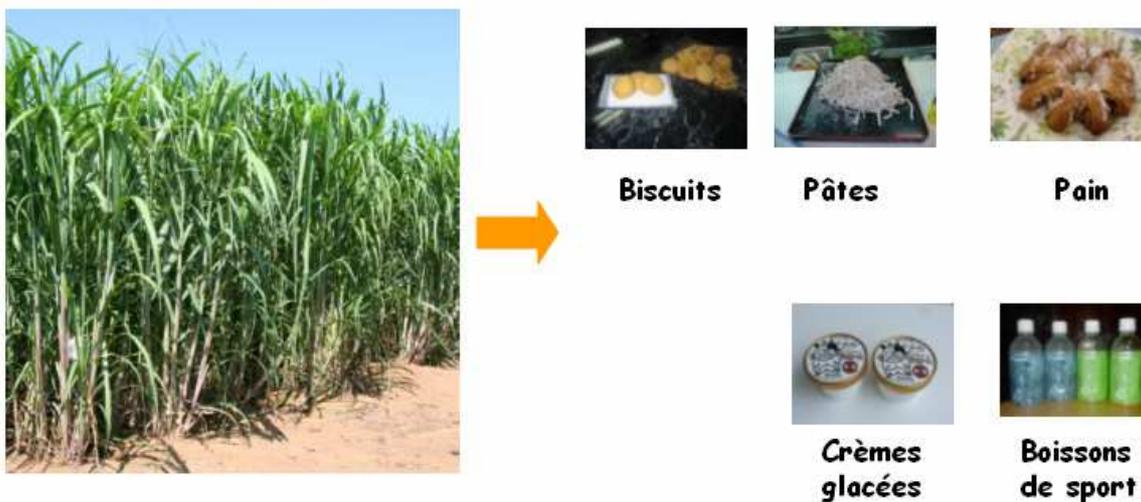
Une autre chose qui m'intéresse beaucoup, c'est le nouvel agro-business de la canne à sucre. Je vais souvent à Okinawa, qui est l'une des régions méridionales du Japon, composée de centaines d'îles.



La Réunion et Okinawa ont une chose en commun. La canne à sucre a été la culture principale de La Réunion pendant plus d'un siècle. Les Okinawais ont également une solide réputation de cultivateurs de canne à sucre. Mais la production totale de sucre de canne a baissé de 1,7 de millions de tonnes à 1 million au cours 10 dernières années. En conséquence, l'industrie de la canne à Okinawa a été considérée une industrie obsolète.

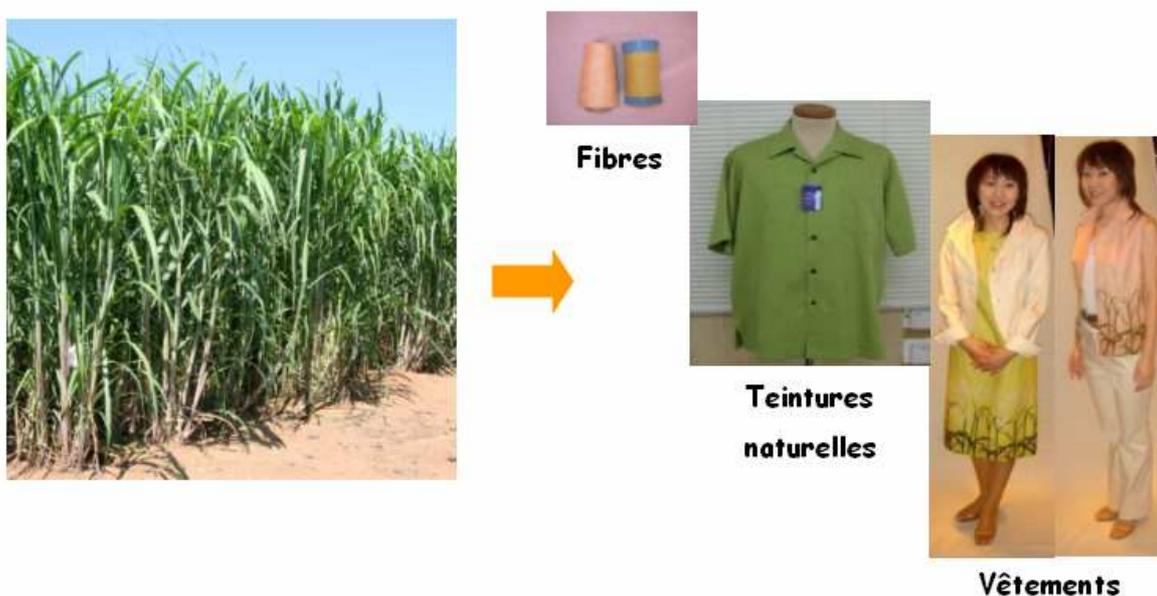
Mais aujourd'hui, il y a une petite entreprise appelée Okinawa Sugarcane Research Corporation qui a essayé de faire un nouveau produit à partir du savoir-faire local préexistant en se refocalisant sur la canne à sucre et en produisant non seulement du sucre mais aussi quelque chose d'autre à partir de la canne. Les sous-produits de la canne à sucre contiennent des acides aminés essentiels et les enzymes nécessaires pour alimenter et rajeunir notre corps. La compagnie produit des suppléments anti-cholestérol à partir de l'enveloppe de la canne, ainsi que des farines de haute qualité pour le pain, les biscuits, les pâtes et les crèmes glacées.

Evolution de l'agro-business



Au-delà des farines, les spécialistes du textile à Okinawa ont été les premiers au monde à produire un tissu de denim de salbande fait à partir de fils de coton et de fibres de canne à sucre tissées. Les filés de coton et de canne à sucre sont entièrement teints à la main suivant une ancienne technique japonaise utilisant des colorants indigo 100% naturels. Ils produisent également le « Kariyushi wear » -- des chemises hawaïennes Aloha de style Okinawa -- par un nouveau système de séparation de la canne. J'ai le plaisir de vous dire que je porte sur moi du Kariyushi.

Evolution de l'agro-business



Derrière la philosophie de cette entreprise il y a le remarquable esprit « Mottainai » du Japon -- ne gaspillez rien !

Les Japonais utilisent traditionnellement le terme « mottainai » pour indiquer le regret de perdre ou d'abuser de quelque chose de sacré ou de hautement respecté, comme les objets pour la religion ou l'enseignement.

Aujourd'hui, le mot est employé couramment dans la vie quotidienne pour indiquer la perte de n'importe quel objet matériel, la perte de temps, ou d'autres ressources.

mottainai = ne rien laisser perdre
Réduire, Réutiliser, Recycler

A ce propos, l'écologiste kényane Wangari Maathai, à qui a été attribué le prix Nobel de la paix en 2004, a mis en avant le concept de « mottainai » comme une expression sensiblement équivalente à une expression en anglais que l'on peut traduire par « Réduire, Réutiliser, Recycler ». Elle a appris ce mot lors d'une visite au Japon

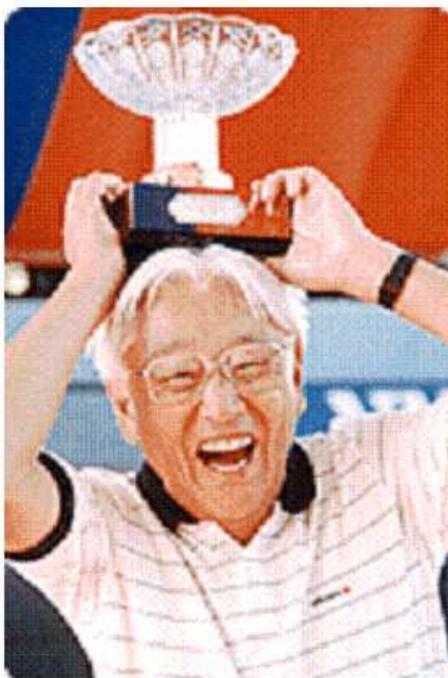
M O T T A I N A I

Ma réussite mondiale dans les affaires

Guy s'intéresse beaucoup à la manière dont j'ai réussi dans les affaires au Japon. Je ne sais pas vraiment si j'ai réussi ou non, mais je pense de sa longue expérience du Japon, Guy sait que la société japonaise a développé une pléthore de traits culturels, tels que l'humilité, la fidélité, le respect et le consensus. Dans le domaine des affaires, cependant, ceci a souvent comme conséquence un manque de leaders disposés à sortir du rang, à se mettre en avant et agir de manière décidée.

« Le clou qui dépasse se fait taper dessus » sonne comme au Japon comme un refrain habituel. Au Japon, les affaires sont généralement traitées comme un exercice de groupe.

SONY



Akio Morita

Photo by Igfy Corporation

Je pense que je suis une exception inhabituelle à cette règle générale. Après un diplôme de l'American University à Washington en 1973, j'ai rejoint Sony Corporation. Pendant mes 13 années chez Sony, j'ai eu le privilège de travailler avec M. Akio Morita, le fondateur et le patron de Sony. C'était un homme d'affaires japonais d'un genre différent. C'était un scientifique, un ingénieur et un entrepreneur. Il était dynamique et intelligent. Il n'avait pas peur de pousser de côté les vieux conservateurs qui ne voulaient rien entendre. Il détestait la politique corporatiste et les promotions basées sur l'ancienneté plutôt que le mérite.

M. Morita m'a enseigné beaucoup de choses au sujet des affaires. L'une des leçons les plus frappantes qu'il m'a données c'est qu'« un chef doit avoir un rêve et parler de ce rêve ». Cela reste encore ma devise plus importante.

L'année dernière, j'ai publié un livre intitulé « Pourquoi je suis devenu le président de Livedoor ».

Pourquoi je suis devenu président de Livedoor?



Editeur : SOFTBANK Creative

Livedoor est l'un des plus grands fournisseurs de services Internet installés à Tokyo, avec un portail Internet et nombreuses autres entreprises. La compagnie a été fondée et dirigée pendant les 10 premières années par un jeune entrepreneur qui avait quitté l'Université de Tokyo à l'âge de 25 ans. Avec un millier d'employés jeunes et brillants, elle était devenue l'une des premières entreprises Internet du Japon en même temps que l'une des plus controversées en raison de son utilisation fréquente d'acquisitions, de fusions et d'échanges d'actions pour réaliser sa croissance.

J'ai pris la direction de Livedoor après que la bonne fortune de la compagnie se soit retournée pour le pire avec l'arrestation des principaux dirigeants en janvier 2006, y compris celle du Pdg fondateur, pour violation des lois sur la bourse. J'ai pris ce poste juste après l'arrestation du fondateur.

À la conférence de presse j'ai dit que je reconstruirais Livedoor pour un futur viable et j'ai promis que cette fois nous développerions notre compagnie avec intégrité, avec une direction collégiale renforcée, dans le respect des règlements.

J'ai mis fin aux troubles en nous retirant des entreprises non fondamentales pour nous concentrer sur les opérations liées à Internet. La crise de Livedoor a été l'un des plus grands scandales dans l'histoire du monde des affaires japonaises.

En conséquence je suis devenu un personnage de stature nationale, apparaissant fréquemment dans les médias japonais et internationaux. Après que la question de la gestion ait été arrangée, je me suis retiré en douceur de la présidence à la fin de l'année dernière. Livedoor continue à exister avec une nouvelle équipe, mais ce n'est plus que l'ombre de la jeune pousse qui avait fait un temps les titres des média.



Cette année je suis devenu PDG de Kozocom, un réseau social de services pour les riches seniors du Japon. La compagnie fournit à ses clients de la quarantaine à la soixantaine des informations concernant la qualité de vie, comme les voyages, la nourriture, le vin, l'habitat, les bons placements, les sports et les loisirs, les divertissements, et la mise en relation avec d'autres personnes du réseau.

« Kozo », c'est comme mon nom, mais en japonais, cela veut aussi dire « gamin ». Donc j'ai intitulé ma société « la compagnie des gamins », parce que je crois que les gens de 50 et 60 ans sont toujours au fond de leur cœur aussi jeunes que des gamins.

**Passé la cinquantaine
on reste encore des "gamins" (kozo)**

KOZO 小僧 com™

**Le plus grand réseau social
pour les riches seniors**

Depuis que j'ai quitté Sony, j'ai travaillé dans la haute direction de plusieurs d'entreprises étrangères comme American Express, International Data Group, AOL et Intuit.



En 2002, j'ai racheté les parts d'Intuit-Japon, que j'ai renommée Yayoi. Yayoi est devenue le fournisseur numéro un au Japon pour la vente de logiciels de comptabilité et j'ai revendu Yayoi à Livedoor en 2005.

Pendant toute ma carrière dans les affaires,
j'ai suivi cette devise que M. Morita m'avait enseignée :

« Ayez UN RÊVE »

Je crois que les êtres humains ne peuvent pas vivre sans eau,
sans air ou sans rêves.

Mes cinq règles essentielles :

Dans mon livre j'ai également mentionné mes cinq règles pour les hommes d'affaires :

1. Se valoriser soi-même comme un produit

2. Apprendre des autres

3. Etre jeune de coeur

4. Etre positif et optimiste

5. Penser tout en courant

1) Dans le monde d'affaires, vous êtes vous-même un « produit ». Vous devez faire votre promotion sur le marché. Pour cela, investissez de l'argent et du temps sur vous-même. Vous êtes votre propre chef de produit, responsable de votre propre éducation pour augmenter la valeur du « produit ».

2) Même si vous êtes le président d'une compagnie, vous devez apprendre des autres et en particulier de vos employés et de vos clients. Ils sont non seulement vos subalternes et vos clients mais également vos professeurs et vos guides. Prenez des leçons avec eux. Cela ne vous coûte rien.

3) Soyez jeune de coeur. Vos clients pourraient être vos enfants ou vos petits-enfants. Peu importe votre âge physique. Soyez alerte à tout moment.

4) Quand vous avez des ennuis, n'oubliez pas de mettre un sourire sur votre visage. Soyez positif et optimiste. Là où il y a de la volonté et un sourire, il y a un moyen.

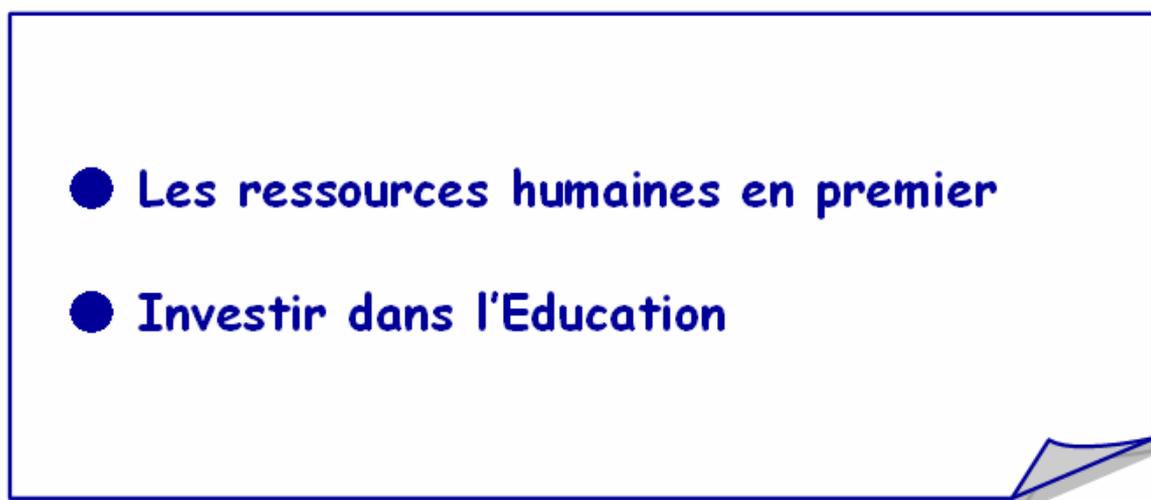
5) Pour les directeurs et les présidents, il n'y a pas de moment où l'on peut cesser de courir, alors pensez à fond tout en courant. Les affaires ne s'arrêtent jamais et ce n'est pas les occasions qui vont vous attendre.

Conclusions pour La Réunion :

Regardons maintenant La Réunion et son futur.

Comment sera La Réunion dans 30 ans ou 50 ans ?

La seule chose que je pourrais dire est celle-ci : dans notre ère de cyberspace vous ne pouvez pas prendre comme excuse pour ne pas agir le fait de l'endroit où vous êtes, ni la taille de votre territoire ou de sa population. C'est la première fois dans l'histoire que de petites îles isolées peuvent entrer en concurrence avec de grandes nations très peuplées et richement dotées de ressources naturelles.



Ce dont nous avons besoin, ce sont des personnes de talent, armées d'idées nouvelles, de vision, d'ambition, et d'une éthique de travail solide. Je suis certain qu'il y en a ici dans cette île. Et votre communauté et vos institutions doivent investir leur argent dans l'éducation en première priorité.

Si vous réussissez en cela vous deviendrez un modèle exemplaire pour d'autres régions de la France et de l'Europe, pour les pays de l'Océan Indien et pour le reste du Monde.

Small is beautiful !

*Organisation ADIR ASSOCIATION POUR LE DEVELOPPEMENT INDUSTRIEL DE LA REUNION
avec l'aimable concours du Syndicat des Armements Réunionnais de Palangriers
Congélateurs (SARPC) et d'Air France*