Osaka 2025 : retour sur la première mission économique organisée par la Chambre de Commerce



Du 24 au 31 mai 2025, la Chambre de Commerce du Luxembourg a donné le coup d'envoi de son programme économique à l'Expo 2025 Osaka avec une première mission multisectorielle.

Une semaine intense, riche en découvertes, en rencontres et en opportunités pour les 45 entreprises luxembourgeoises participantes, issues de secteurs variés.

Immersion dans l'écosystème japonais

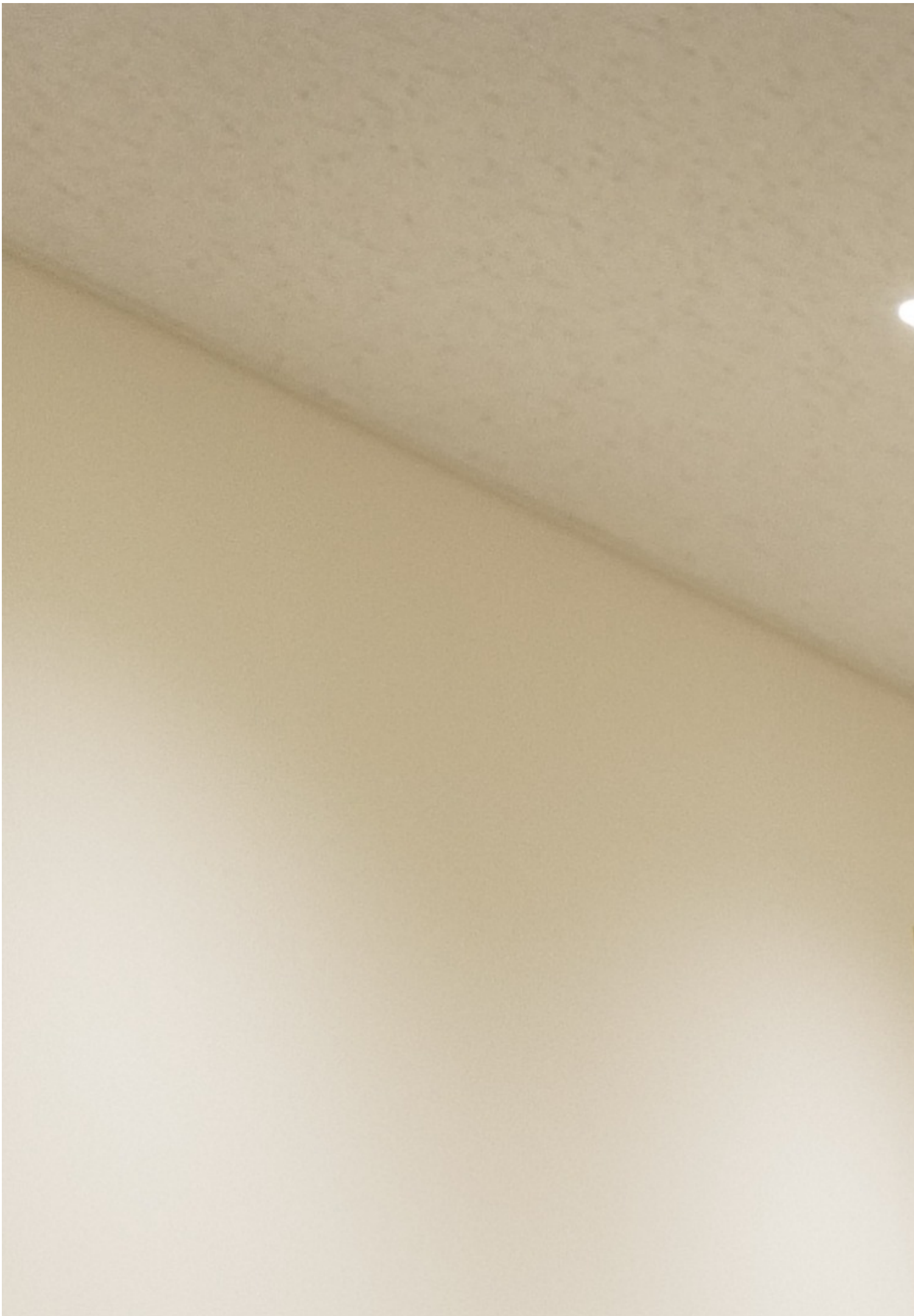
La mission a débuté à Tokyo avec une série de visites inspirantes chez des géants de l'économie japonaise comme Fujitsu, Amazon Japan, Mitsubishi Fuso ou encore FANUC. Ces rencontres ont permis aux participants de plonger au cœur des technologies de pointe qui façonnent dès

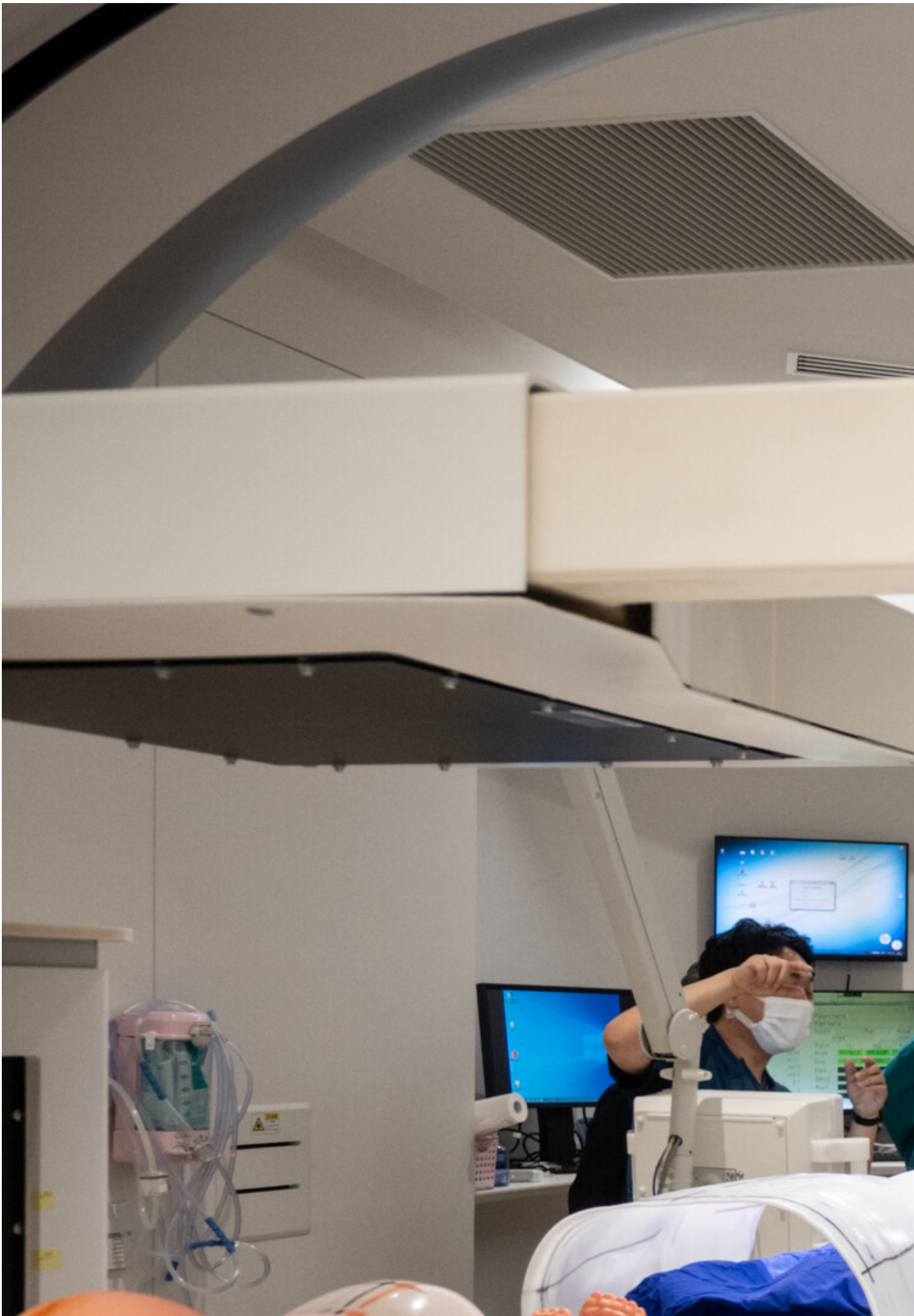
aujourd’hui l’avenir de l’industrie. À Osaka, l’accent s’est porté sur les technologies médicales, illustrant l’excellence japonaise dans le domaine de la santé connectée.






SHIMADZU
分析機器・科学機器遺産
Heritage of Analytical and Scientific Instrumen
ガスクロマトグラフ GC-1A
Gas Chromatograph GC-1A





La délégation luxembourgeoise a pu visiter quelques entreprises de pointe à Tokyo et Osaka, durant la première mission économique organisée par la Chambre de Commerce à l'occasion de l'Exposition universelle 2025. (crédit : Papilion Productions)

Contacts prometteurs

Au-delà des visites d’entreprises, cette mission a permis de tisser des liens solides, d’identifier des opportunités de collaboration et de mieux comprendre les dynamiques du marché japonais. Elle a aussi posé les bases de futures coopérations.







Les visites organisées pour la délégation luxembourgeoises ont été l'occasion de nouer des contacts dans le groupe, qui pourront potentiellement se transformer en opportunités d'affaires. (crédit : Papilion Productions)

Trois entreprises ont accepté de partager avec nous les impressions et bénéfices qu'elles ont retiré de leur participation à cette mission multisectorielle :

En quoi la mission économique au Japon, notamment les visites d'entreprises à Tokyo et Osaka, a-t-elle contribué à enrichir votre compréhension du marché japonais et à identifier de nouvelles opportunités de collaboration ou de développement pour votre entreprise?

Delphine Michel, directrice, FAIRFAIR (*agence événementielle, ndlr*) : Nous avons eu la chance de visiter sur place des entreprises très intéressantes sur le plan technologique. Durant la visite de l'entreprise FANUC, par exemple, nous avons appris que celle-ci est également implantée à Luxembourg, nous allons donc prendre contact pour essayer de travailler avec eux pour leurs sites européens. Il est également toujours enrichissant de découvrir une autre culture et des manières de travailler différentes.

Pol Binsfeld, directeur, Nordparts (*équipement d'ateliers métallurgiques, ndlr*) : J'ai participé à la visite des entreprises Fanuc et Uchida Yoko. J'ai été très impressionné par ces deux entreprises. Uchida Yoko propose notamment la mise en place de salles de classe entièrement virtuelles où l'enseignant est remplacé par un écran géant sur lequel le cours se déroule. Je me suis dit que ce type d'équipement, bien que très performant, n'est peut-être pas adapté à nos étudiants européens. Chez Fanuc, nous avons vu une usine entièrement automatisée à l'aide de 1.200 robots. Pour faire fonctionner ce type d'équipement industriel, il suffit donc d'une poignée d'ingénieurs. Mon secteur d'activité étant la mise en place de machines pour des ateliers de métallurgie, cela m'a beaucoup intéressé. Je pense que ces technologies, couplées à l'IA seront bientôt accessibles pour des PME européennes également, c'est donc une tendance à surveiller. Il est dommage que Fanuc ne puisse pas vendre ses produits directement au Luxembourg, malgré la présence de son siège européen à Echternach. Le bureau de vente est en Belgique, ce qui rend l'approvisionnement plus long et plus cher pour les entreprises luxembourgeoises.

Romain Weynand, partner, DRP Group (*cabinet d'architecture, ndlr*) : Notre participation à la mission économique au Japon s'est révélée bien plus qu'un simple déplacement professionnel. Grâce à un programme riche en rencontres, en visites d'entreprises et en découvertes sectorielles, nous avons pu affiner notre compréhension du marché japonais, tout en identifiant de nouvelles perspectives de développement et de collaboration avec des sociétés luxembourgeoises et internationales. Le Japon est un marché à la fois exigeant, mûr et innovant, avec une forte culture d'excellence, d'anticipation et de respect des processus. Les visites d'entreprises japonaises – notamment dans les secteurs de la robotique, des technologies et de la santé – nous ont permis de

mieux saisir les attentes locales en matière de qualité, de fiabilité et de partenariat sur le long terme.


51


46







La visite de l'Exposition universelle Osaka 2025 était l'un des point d'orgue de la Mission, très inspirante pour chacun. (crédit : Papilion Productions)
La partie immersive du pavillon du Luxembourg, très appréciée des visiteurs. (crédit : Papilion Productions)

Pourriez-vous partager une ou deux expériences marquantes vécues lors de cette mission (rencontres, visites, événements à l'Expo, etc.) qui illustrent concrètement les retombées positives de votre participation, que ce soit en termes de contacts établis, d'inspiration stratégique ou de perspectives commerciales?

Delphine Michel : Pour nous, en tant que société d'événementiel, la visite de l'Expo Universelle a été très inspirante au niveau des nouvelles technologies, des animations virtuelles, de la scénographie et bien sûr de l'architecture. La mission économique permet également de créer des liens entre les participants et cela peut créer des perspectives commerciales, que ce soit l'identification de potentiels clients futurs ou le renforcement de la relation avec des clients existants.

Pol Binsfeld : La visite de l'Exposition universelle en elle-même était parfaitement organisée. J'ai particulièrement apprécié la journée luxembourgeoise qui m'a permis de nouer des contacts avec les autres membres de la délégation. Ces déplacements hors de nos contraintes habituelles renforcent nos relations personnelles avec les autres patrons présents. Ce sont des contacts qui pourront servir dans nos futures relations commerciales. Je voudrais souligner la qualité architecturale du pavillon luxembourgeois qui est particulièrement réussie. J'ai eu l'impression que les visiteurs de l'Exposition venaient principalement d'Asie et je trouve que notre pavillon est une très belle carte de visite qui donne envie de visiter le Luxembourg et qui montre également les avantages du pays pour les affaires. Le pavillon est donc un bel outil de vente pour le pays.

Romain Weynand : Parmi les temps forts de cette mission au Japon, deux expériences ont eu un impact particulièrement marquant : la première fut notre visite de l'entreprise Fanuc spécialisée dans la robotique. La découverte de leur chaîne de production automatisée et très optimisée a été vraiment impressionnante. La deuxième expérience marquante s'est déroulée à l'Exposition, lors d'un forum dédié à l'innovation durable. J'ai été particulièrement inspiré par l'intervention d'un expert japonais sur l'approche *monozukuri* (l'art de fabriquer avec soin et conscience). Cette philosophie, profondément ancrée dans la culture industrielle japonaise, a résonné avec nos propres ambitions en matière de production responsable. Ces deux expériences illustrent bien les retombées positives de notre participation : nous avons eu non seulement l'occasion de nouer des contacts à fort potentiel, mais aussi d'acquérir une ouverture culturelle et stratégique qui influence déjà certaines de nos décisions internes. Ce type d'immersion, alliant découverte, inspiration et pragmatisme commercial, est un levier précieux pour toute entreprise souhaitant s'internationaliser avec pertinence.

La Chambre de Commerce organise deux autres missions économiques au Japon en juillet 2025, axées sur :

- le secteur spatial (12–18 juillet),
- technologies et santé (14–19 juillet).