



LOÏC BIZEL, FONDATEUR DE FASHIONINJAPAN.COM.

JAPON

« Tout est possible, si l'on s'y prend bien »

● Réussir au Japon est une affaire de code. C'est en suivant un protocole précis que Loïc Bizel est arrivé à mener sa barque. Après un premier échec dans le conseil à l'export, il s'envole en 1998, à 26 ans, pour le Japon comme salarié d'une société française d'aide à l'exportation de chaussures. Il se donne le temps d'identifier une niche et de comprendre son fonctionnement. A Tokyo, la mode se fait dans la rue. Les jeunes inventent des

tenues qui inspirent les créateurs. Ce qui lui donne une idée d'entreprise. Loïc crée en 2001 un site Internet de veille de tendances, www.fashioninjapan.com. Il diffuse des photos et des vidéos prises sur le vif et propose également des explorations de terrain. Enfin, il aide les marques à s'implanter. Aujourd'hui, Dior, Quiksilver, Peugeot ou le Printemps font appel à son expertise. Selon lui, « *il reste de nombreuses opportunités au Japon, à condition de bien s'y prendre* ». La fiscalité est favorable aux entreprises individuelles puisqu'elle

permet de déduire 200 000 euros de frais par an. Humblement, Loïc reconnaît devoir beaucoup à un ami français installé depuis trente ans, qui l'a aidé à décrypter les codes japonais.

UNE CLÉ POUR RÉUSSIR

● Utiliser un interprète pour les discussions d'affaires. S'appuyer sur un « parrain », dont l'entreprise peut sponsoriser l'obtention du visa. L'organisation japonaise du commerce extérieur offre des services, notamment des bureaux (www.jetro.go.jp)

SON CV ● 1994 : crée puis ferme sa première société de conseil à l'export ● 1998 : représente une société d'aide à l'exportation au Japon ● 2001 : lance une société de veille tendancielle à Tokyo ● 2004 : travaille pour plusieurs grands groupes français.