

Le Marché Japonais

Le Japon était jusqu'en 2000 l'un des marchés les plus dynamiques, mais a traversé ensuite une forte crise, qui perdure. La demande vers la France a fortement chuté. En 2017-18, il commence seulement à retrouver un peu de vigueur.

Le profil des visiteurs diffère fortement des autres clientèles : davantage centré sur la visite des sites, mieux réparti sur l'année. L'essentiel de la fréquentation était, durant la décennie 2000, le fait de groupes mais la clientèle est à présent plus individuelle, même si le taux d'intermédiation reste très élevé.

La France accueillait 780 000 séjours japonais en 2014, tombé à 400 000 en 2016 puis 500 000 en 2017, de 6,6 nuits. Paris capte la plus grande part des séjours.

La Côte d'Azur

Le marché japonais ne figure qu'au 23ème rang, alors qu'il occupait le 10ème rang en 2001. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite actuellement à 1%. La Côte d'Azur accueille 4% des nuitées hôtels en France. La part de marché est faible et en chute jusqu'en 2012, avant de connaître un léger rebond.

Principales régions d'origine : 70% proviennent du Kanto (Tokyo), 13% du Kansai (Osaka), 10% du Chubu, 4% de Hokkaido.

Chiffres clés

- 40 000 séjours de 4 nuits en moyenne, dont :
- 30 000 séjours en hôtels et résidences
- 13 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 30 résidences secondaires

Dépense : 118€/jour, 728€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 41%, juillet-août = 19%, hiver = 30%. Pointe en juin (13%)

Visiteurs avion : 48% repartent sur des vols vers Paris (en baisse), 14% Francfort (hausse), 8% Londres, 8% Dubai, 5% Rome, 4% Zurich, 3% Munich, 2% Amsterdam (en baisse)

Pouvoir d'achat du Yen en France



😊 Points forts

- en phase de reprise après avoir atteint un niveau plancher
- excellente répartition des séjours sur l'année (hiver = 30%), avec contribution maximale en Février (2% des étrangers), au 1er rang des marchés pour le taux de séjours réalisés en Février, et fort potentiel supplémentaire en hiver
- dépense élevée : 118€/jour, notamment en shopping (2ème rang des marchés pour le taux de shopping)
- profite surtout au secteur marchand (plus faible taux de visiteurs hébergés en non marchand)
- 7 séjours hôtels sur 10 en 4-5*

Ce marché n'inclut que le Japon, soit une population de 123 millions d'habitants (âge moyen : 43 ans, record mondial). La population baisse de 0,4 million chaque année et avance en âge (27% ont plus de 65 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2016 : + 0,8%/an

Dépenses à l'étranger

16 milliards €, au 18ème rang mondial en 2017 (9ème en 2012) - Tendance annuelle moy. 2005-2017 : -2,6%

Nombre de jours de congés payés

10-20 (dans les faits 9 en moy.) + 16 jours fériés = 26

Visa nécessaire pour la France : NON si -3 mois

Particularités du calendrier : 'golden week' fin avril-début mai, fin année scolaire en mars, grandes vacances en août.

C'est un marché...

- de longue distance, donc de primo-visiteurs (54%)
- majoritairement de loisirs (80%)
- de courts séjours hôtels (principal segment : 4-6 nuits) ; 1er rang pour le taux de Loisirs Marchand, au dernier pour la durée de séjour
- pour l'hôtellerie 3-4-5*
- de groupes (en baisse) et d'individuels
- à forte motivation shopping (sur la Côte d'Azur : 67%)
- à motivation culturelle (1er rang pour le taux de visite de musées), et francophile



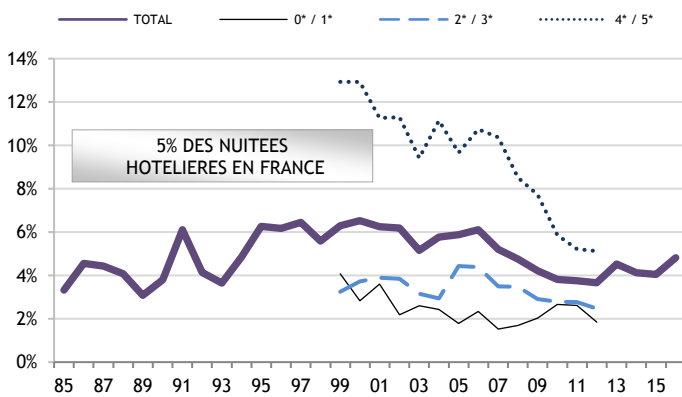
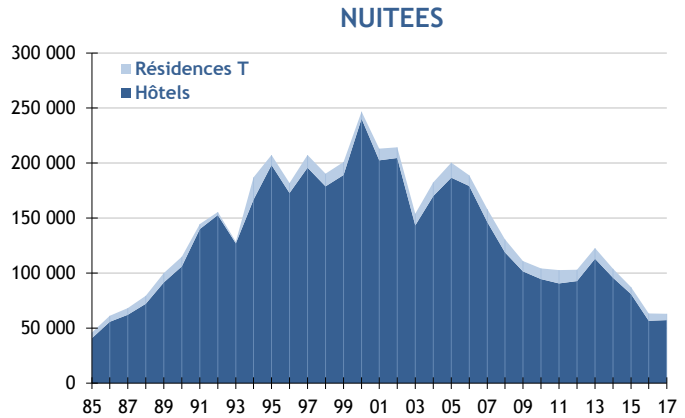
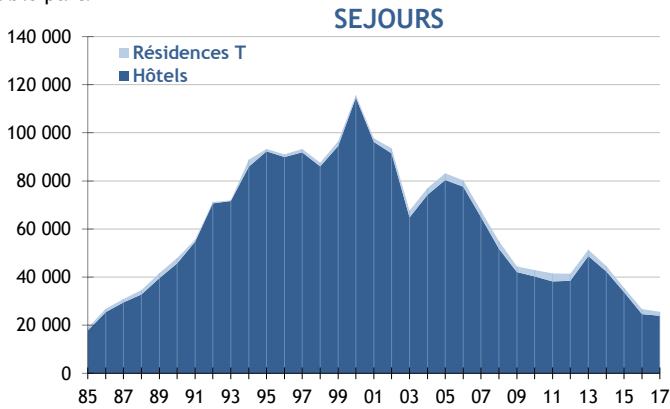
L'évolution du pouvoir d'achat des Japonais en France (€ pour 1 Yen) a été très favorable entre 2008 et 2012, mais a subi un net recul en 2013-14 (-36%). Le rebond de 2015-16 (+31%) était insuffisant pour rattraper la perte et il n'a pas duré. Entre mi 2016 et septembre 2018 le pouvoir d'achat perd de nouveau 14%

😞 Points faibles

- temps et coût du transport, sans desserte directe
- politique du Yen faible et baisse des dépenses à l'étranger
- multi-destinations et forte focalisation sur Paris
- marché qui présente la plus faible durée de séjour avion (6 nuits)
- fidélisation difficile (54% de primo visiteurs)
- séjours encore centrés sur Nice (plus d'un sur deux)
- faible taux de pratique d'activités (avant dernier rang des marchés pour le taux de sports et activités)

OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

Les séjours japonais en hôtels et résidences ont explosé entre 1985 et 2000, de moins de 20 000 à près de 120 000, puis sont retombés, en plusieurs vagues de chute et jusqu'en 2016, au niveau de trente ans auparavant. La chute a concerné toutes les catégories d'hôtels, mais la faible demande en résidences n'a été que peu affectée. Deux petits rebonds temporaires ont été observés en 2004-05 puis 2013 et en 2017 la demande se stabilise. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 7% des séjours et 10% des nuitées, une faible part.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Japonais en réalisent encore peu sur la Côte d'Azur, soit seulement 4,8% en 2016, car Paris absorbe la quasi-totalité du flux.

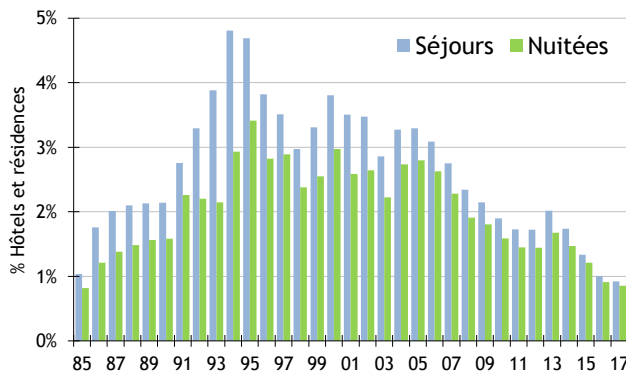
La part Côte d'Azur avait doublé entre 85 et 2000 jusqu'à 6.5%. La baisse s'est accélérée entre 2006 et 2012. Il s'agit donc d'un marché à reconquérir, et on observe une évolution récente dans ce sens (+ 1 pt de part entre 2012 et 2016).

Si la part était à fin 2012 un peu plus élevée en catégories 4-5* (5%), elle restait faible et en forte baisse. La part en 2-3* se maintenait mieux, et la part en 0-1* progressait, tout en restant très faible.

La part des Japonais dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences s'était rapidement renforcée 85 et 95, passant de 1% seulement à près de 5% des séjours étrangers. Elle est ensuite redescendue progressivement. Le marché a chuté tandis que les autres clientèles se renforçaient. En 2013, la part a un peu remonté à 2%, mais elle tombe en dessous des 1% à partir de 2016 (0,9%). A l'avenir ce marché pourrait compter un peu plus dans le tourisme étranger azuréen.

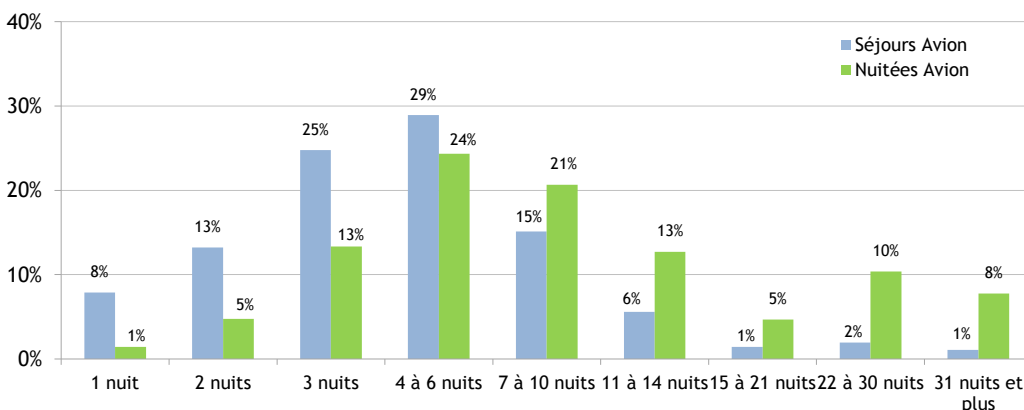
La part des nuitées était nettement plus faible que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour très courte. Ce n'est plus le cas ces dernières années.

CONTRIBUTION DES JAPONAIS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

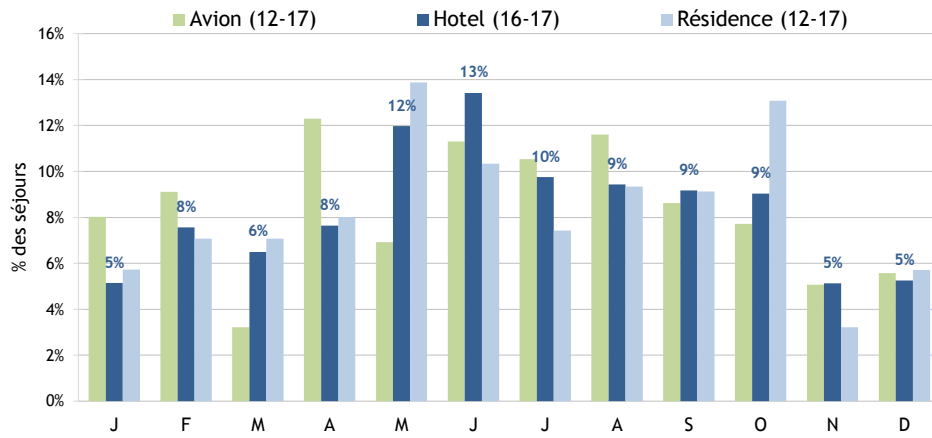


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Japonais est très faible sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent seulement 5,8 nuits en moyenne. Les séjours Loisirs non Marchand sont toutefois bien plus longs : plus de 13 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) regroupent 46% du total. Dans l'hôtellerie, les séjours sont très courts, soit 2,4 nuits en moyenne, et ils atteignent 3,6 dans les résidences de tourisme. Pour les séjours avion, le principal segment est le 4-6 nuits, soit 4 séjours sur 10. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais pèsent pour près du quart des nuitées. Les perspectives d'évolution restent limitées en raison notamment de la faible durée des congés effectifs et du phénomène de multi-destinations au cours du même voyage.



	Durée	Nuits
	Hôtels	2,4
	Résidences	3,6
	Hôtels+Rés.	2,4
Avion 07-14	Moyenne	5,8
	Loisirs	5,9
	Dont Héb marchand	5,0
	Dont Héb non-march	13,1
	Affaires	4,4
	Dont MICE	4,4
	Dont Autres affaires	4,4



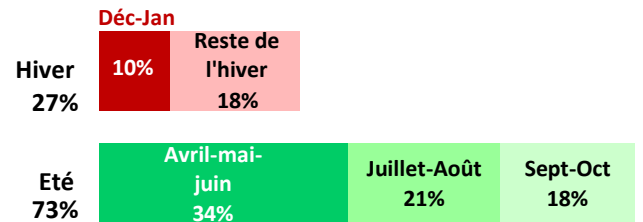
Hotels + Résidences		
16-17	SEJOURS	NUITEES
J	5,3%	5,0%
F	7,8%	7,3%
M	6,5%	5,9%
A	7,7%	7,5%
M	12,1%	12,9%
J	13,3%	13,4%
J	9,8%	10,0%
A	9,2%	10,6%
S	8,9%	9,0%
O	9,3%	9,4%
N	5,0%	4,4%
D	5,2%	4,8%

Les séjours japonais sont les mieux répartis sur l'année, mais avec un niveau un peu plus bas entre Nov. et Janvier. Dès Février en revanche la demande est forte. Des pointes peu marquées sont observées, à des mois différents selon le segment, mais surtout les mois de printemps. Juin dépasse Juillet-Août, ce qui est inhabituel. Octobre bénéficie d'une forte fréquentation aussi, notamment en résidences. Les Japonais sont au 1er rang des marchés pour le taux de séjours avion réalisés en Février.

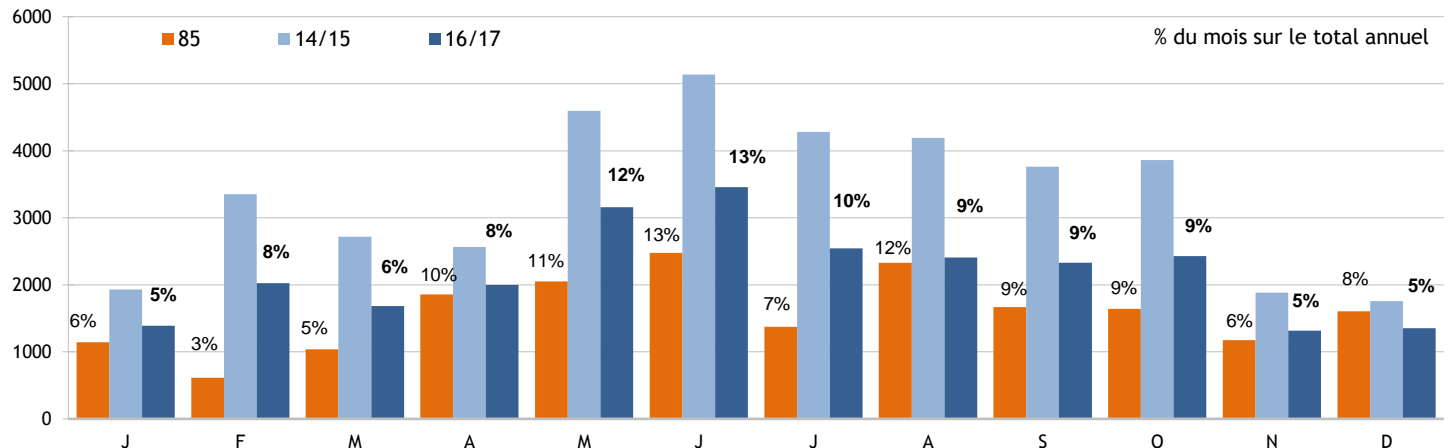
Attention : les taux indiqués portent sur les séjours hôtels ; les séjours en hôtels-résidences sont affectés au mois d'arrivée, tandis que les séjours par avion sont affectés au mois de départ, l'enquête étant réalisée à l'embarquement.

Les nuitées hébergements sont très bien réparties entre Février et Octobre, avec une pointe en Juin. Juillet apparaît relativement faible (10%), mais Septembre-Octobre pèsent pour près de 19%. La période de Juin à Septembre représente seulement moins de 43% du total annuel, l'un des taux les plus bas parmi les L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une croissance exceptionnelle de la demande toute l'année, puis une rechute générale. Au final, la croissance résiduelle est surtout marquée en Février (+230%), Juillet (+85%), Mars (+62%), Mai (+54%) et Octobre (+48%). L'évolution est en revanche négative en Décembre (-16%) et nulle en Août. Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2016/17 une croissance de la part des séjours réalisés en Février-Mars, Mai et Juillet au détriment des autres mois.

NUITEES 2016/17 - HOTELS ET RESIDENCES



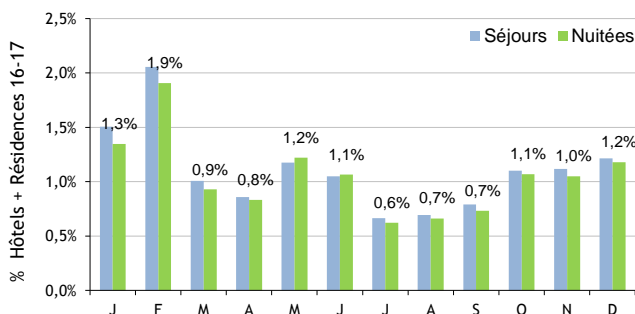
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

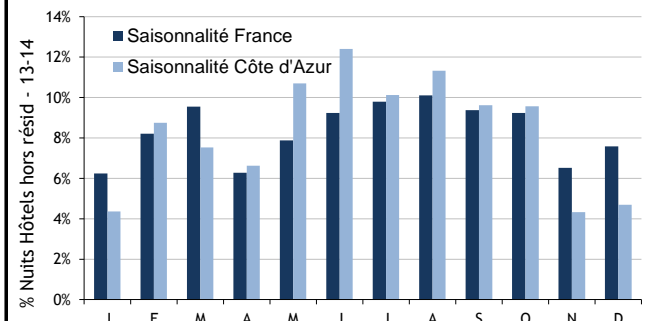
La part des Japonais sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 0,6% en Juillet à 1,9% en Février. Le marché japonais représente une cible intéressante pour tous les mois entre Octobre et Février. Le reste de l'année, sa contribution est très réduite. La part de marché Côte d'Azur/France est faible en hiver (seulement 2,7% en Décembre) mais atteint son maximum en Mai avec près de 6%. Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un potentiel élevé sur les mois de Novembre à Janvier ainsi qu'en Mars, avec une présence importante en France mais bien moindre sur la Côte d'Azur.

CONTRIBUTION



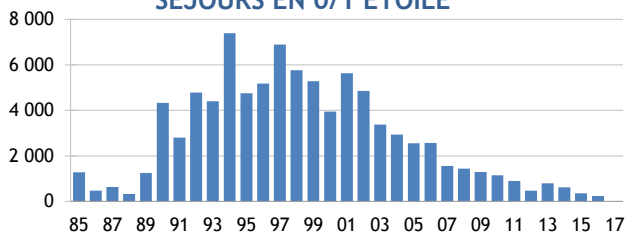
PDM 06/F	
J	3,0%
F	4,6%
M	3,4%
A	4,6%
M	5,9%
J	5,8%
J	4,5%
A	4,9%
S	4,5%
O	4,5%
N	2,9%
D	2,7%

POTENTIEL SUR LA FRANCE

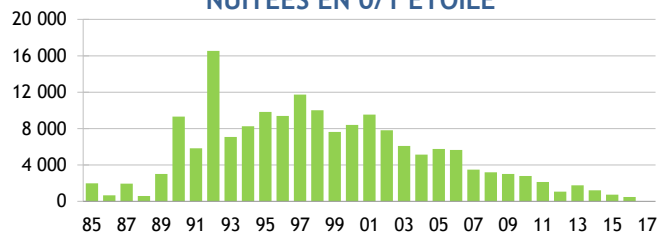


OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

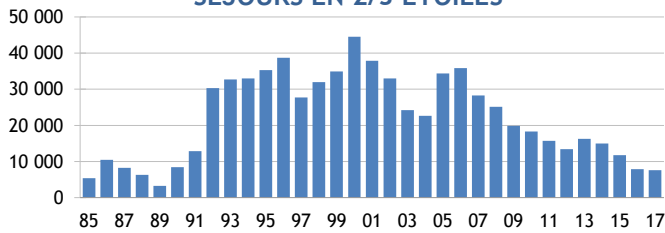
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



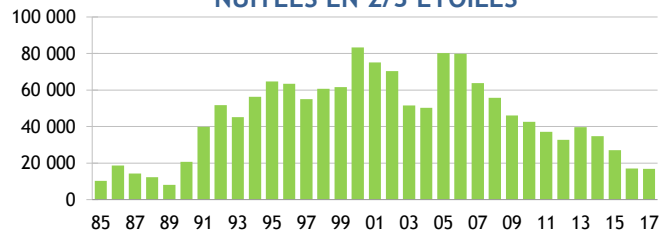
NUITEES EN 0/1 ETOILE



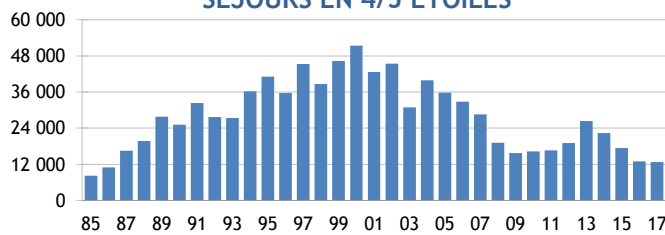
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



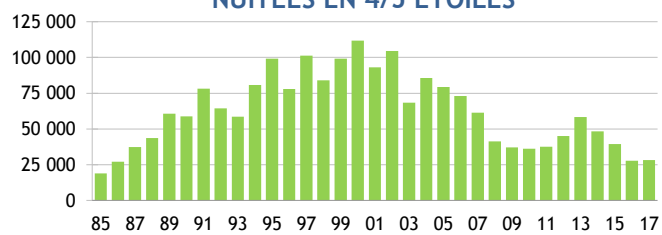
NUITEES EN 2/3 ETOILES



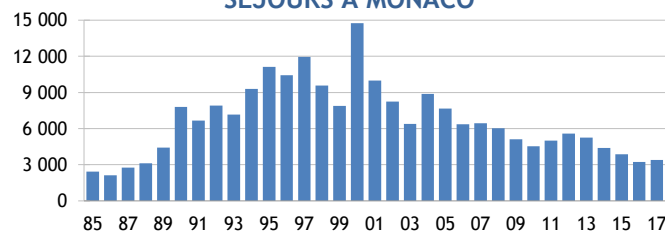
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



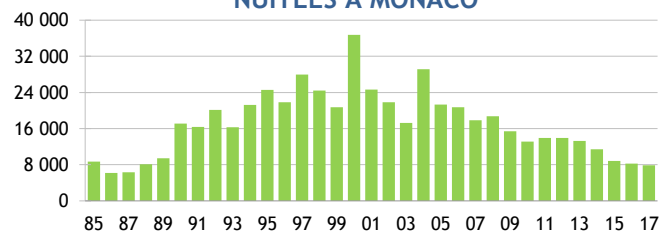
NUITEES EN 4/5 ETOILES



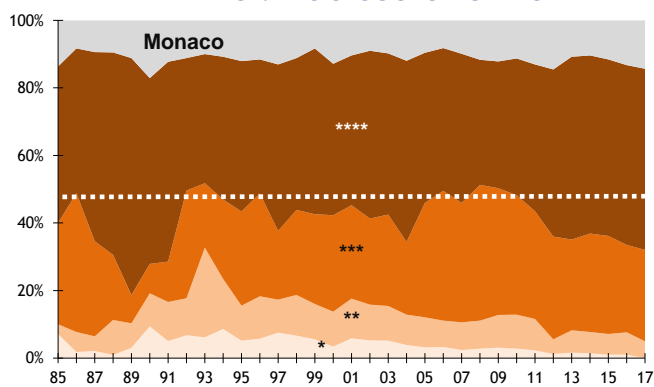
SEJOURS A MONACO



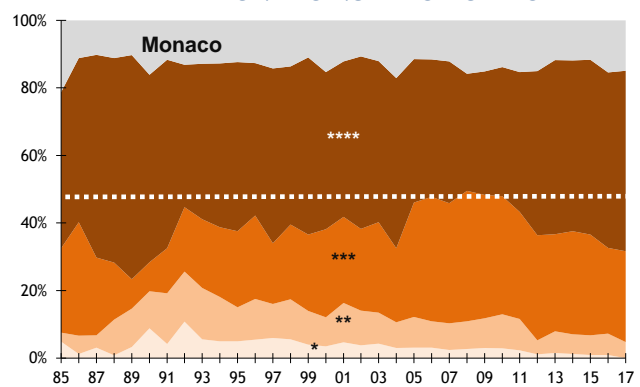
NUITEES A MONACO



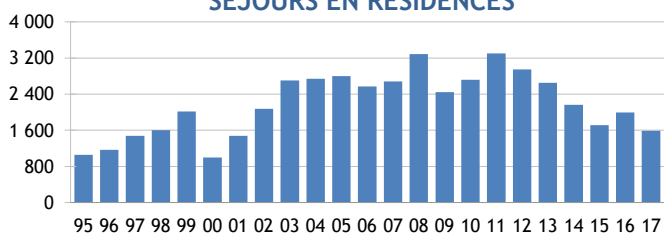
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



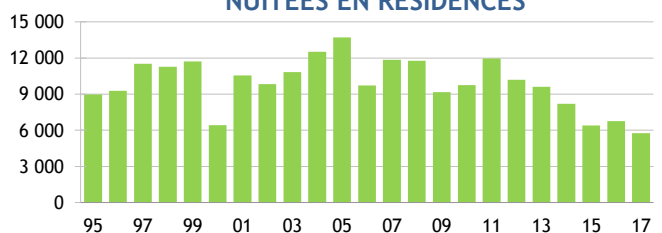
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



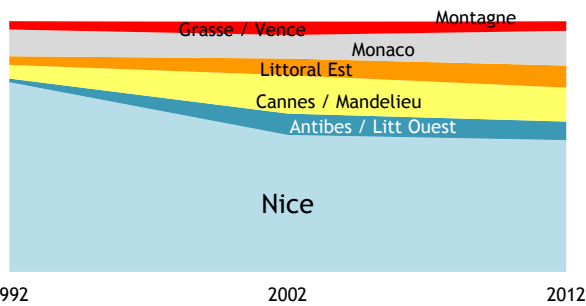
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



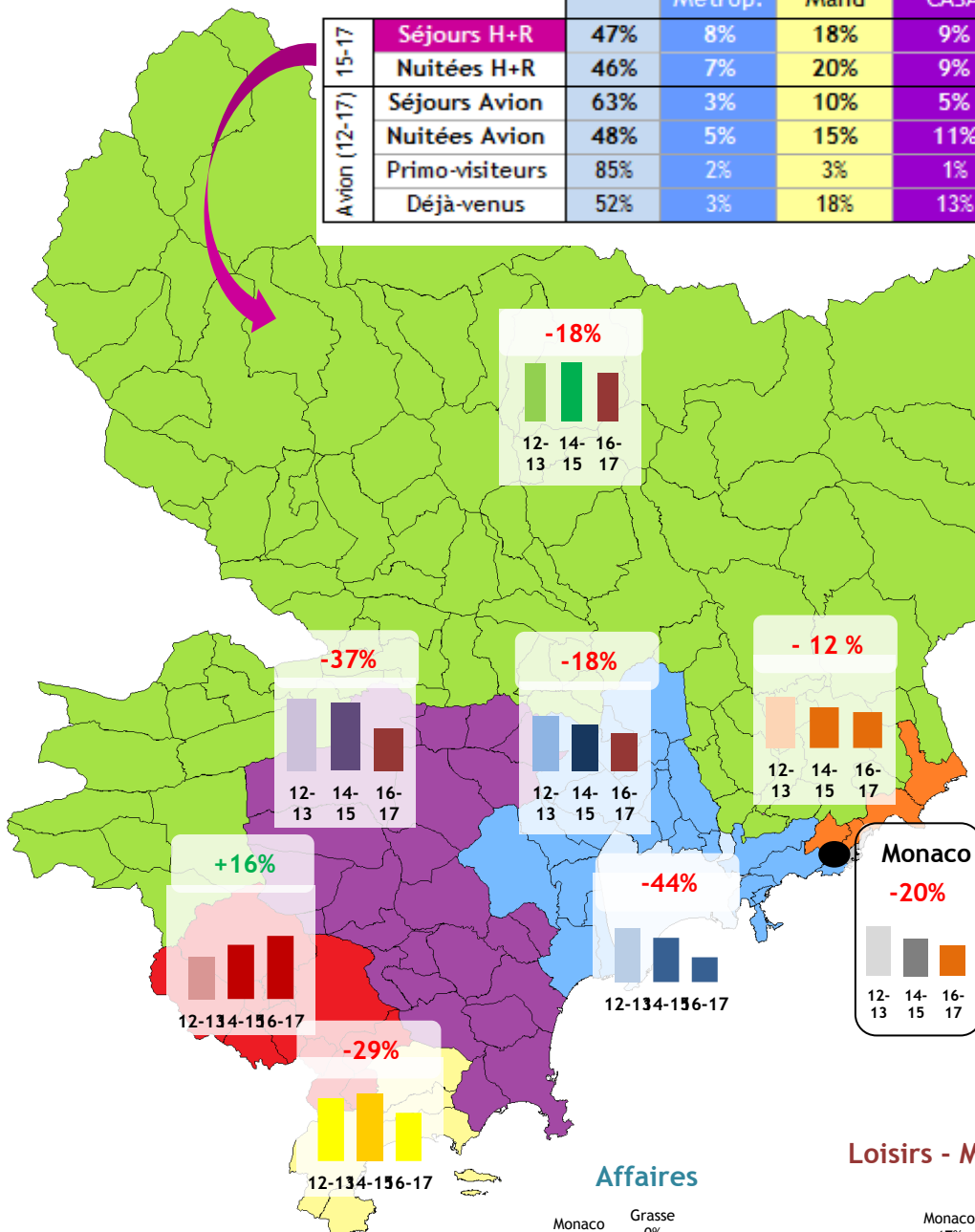
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Japonais se concentraient sur Nice, pour plus de la moitié de la fréquentation, voire les deux-tiers en 1992. Cette part élevée était en grande partie due au passage des groupes autocars du fait que les voyageurs programmaient surtout cette ville.

Ce segment s'est toutefois fortement réduit, et entre 92 et 2012 la part de Nice est en forte baisse au profit des autres zones, surtout de Monaco et Cannes (respectivement 15% et 12% des séjours et nuitées).

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
15-17								
Séjours H+R	47%	8%	18%	9%	3%	12%	2%	1%
Nuitées H+R	46%	7%	20%	9%	4%	12%	1%	1%
Séjours Avion	63%	3%	10%	5%	2%	16%	0%	0%
Nuitées Avion	48%	5%	15%	11%	3%	18%	0%	0%
Primo-visiteurs	85%	2%	3%	1%	2%	7%	0%	0%
Déjà-venus	52%	3%	18%	13%	2%	12%	0%	0%

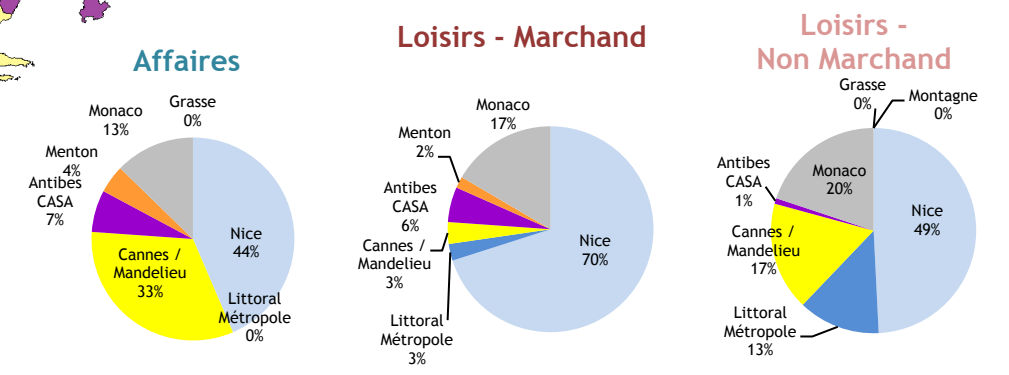


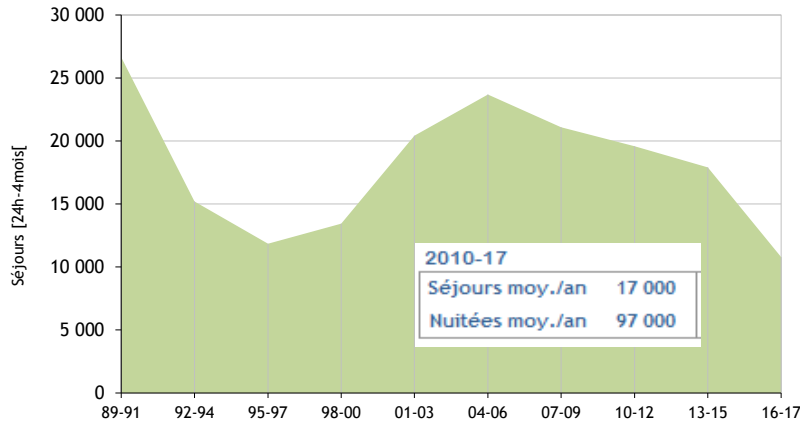
Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2015-17 sont : Nice (47% des séjours hébergements et 63% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (18% et 10%) et de Monaco (12% et 16% pour l'avion, devant Cannes). Antibes-CASA accueille moins d'un séjour sur 10, mais 11% des nuitées avion du fait d'une durée de séjour plus longue. Les autres zones n'ont qu'une part très limitée.

Pour le taux de séjours avion à Cannes, les Japonais sont à l'avant dernier rang, et au dernier pour la Métropole Littoral Ouest. Ils sont a contrario au 2ème rang pour le taux de séjours à Nice et à Monaco.

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 85% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 7% Monaco), et que 70% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. 17% des séjours Loisirs non Marchand sont hébergés à Cannes. Pour le segment Affaires, Nice en accueille 44% et Cannes 33%.

En 2016-17 (voir carte), on note une progression des séjours hébergements sur Grasse, mais une forte chute sur toutes les autres zones, et notamment à Nice.





Si la quasi-totalité des Japonais arrivent en Europe par avion, encore assez peu, un tiers seulement, utilisent ce mode jusqu'à Nice-Côte d'Azur. L'absence de liaison aérienne directe pénalise la destination, éloignée des grands itinéraires européens.

Entre 90 et 97, alors que la fréquentation augmentait, les séjours avion ont diminué. Cela s'explique par la baisse relative de la part des groupes avion. Actuellement, le volume des séjours réalisés par avion jusqu'à Nice est proche de 20 000 sur l'année, avec une baisse sensible sur la dernière décennie.

Les séjours avion durent en moyenne moins de 6 nuits, la plus faible parmi les marchés. Pour les 3 cibles Motifs le principal segment est de loin le séjour de 4-6 nuits. Pour les séjours Loisirs non Marchand, les durées sont nettement plus élevées (plus de 2 semaines pour un tiers des séjours), en moyenne 13 nuits.

Le taux de satisfaction est bon, avec 84% de "très satisfaits" et seulement 2% d'insatisfaits, mais en net recul. Le taux de primo-visiteurs est élevé, soit 54%, mais en baisse, le marché ayant du mal à se renouveler.

La dépense moyenne est assez élevée à 109€ par jour/pers. et 739€ par séjour. Le segment "basse contribution" ne concerne que 3% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 27%. La clientèle Affaires dépense 200€ par jour.

La clientèle est âgée de 43 ans en moyenne, et le principal segment âge en Loisirs est le 30-39 ans (25%).

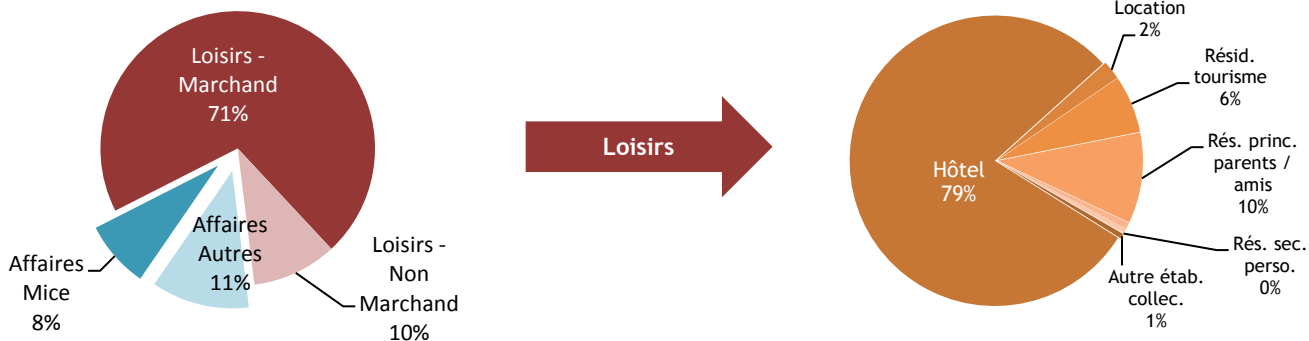
2012-17	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	5,8	5,0	13,1	4,4
Age moyen	43	42	43	46
Nb Personnes	1,9	2,0	1,5	1,6
Taux 1 ^{ère} visite	54%	59%	21%	59%
Dépense/séjour	739 €	692 €	682 €	805 €
Dépense/jour	109 €	130 €	51 €	200 €
> 200€ / jour	27%	27%	11%	31%
De 30 à 200€ /jour	70%	68%	72%	60%
<30€ / jour	3%	5%	16%	9%
Satisfaction				
Très satisfaits	84%	89%	98%	88%
Satisfaits	14%	10%	2%	11%
Non entièr. satisfaits	2%	2%	0%	1%

SEGMENTATION CIBLES

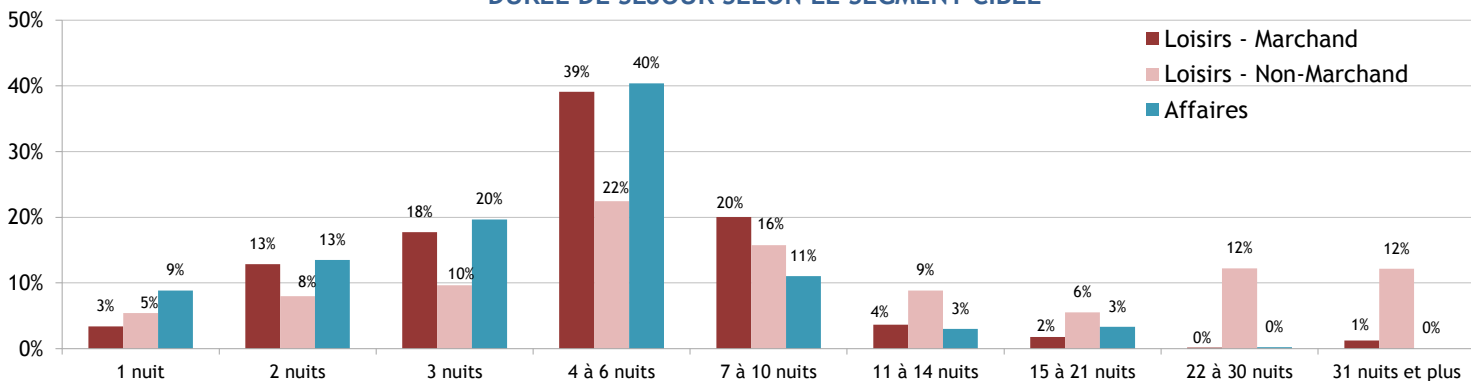
Le segment Loisirs Marchand regroupe plus de 7 séjours sur 10 (1er rang parmi les marchés). La part du Loisirs Non Marchand est réduite, avec seulement 10% (dernier rang). Le segment Affaires représente le 5ème des séjours avion, dont moins d'un séjour sur 10 pour le MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 79% (1er rang parmi les marchés), devant les parents et amis (10%). La location ne concerne que 8% des séjours japonais, surtout en résidences de tourisme.

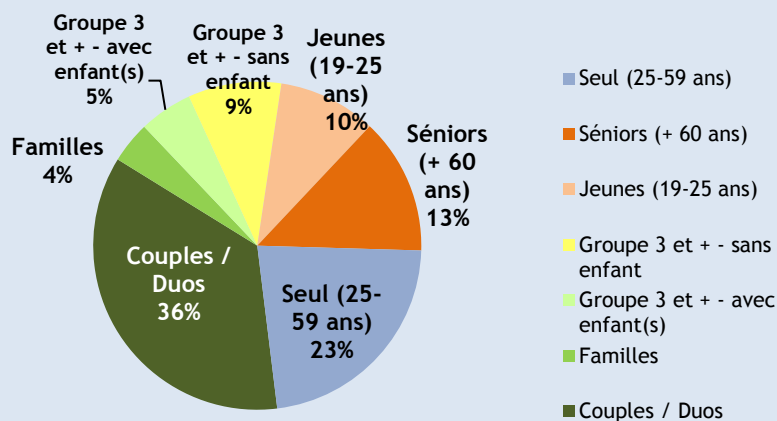
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



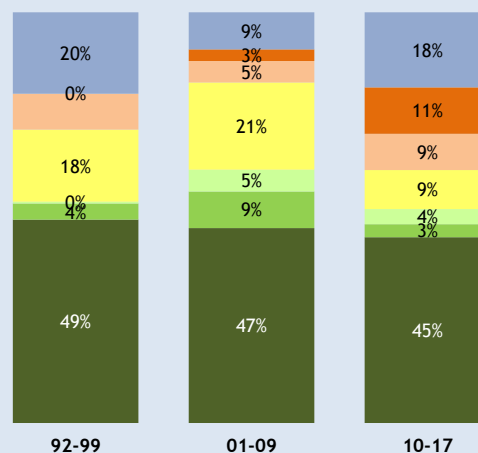
DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



TYPLOGIE LOISIRS AVION



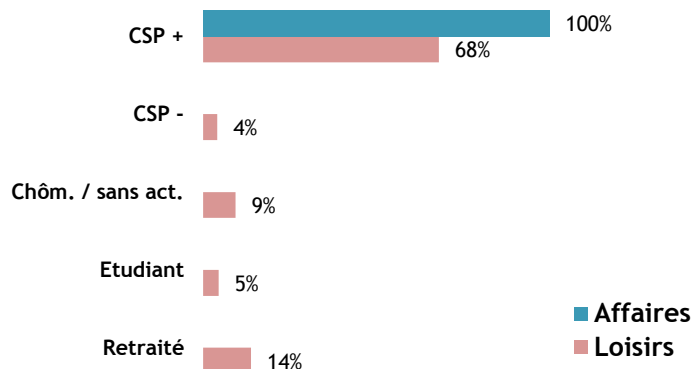
Moyenne 2012-17



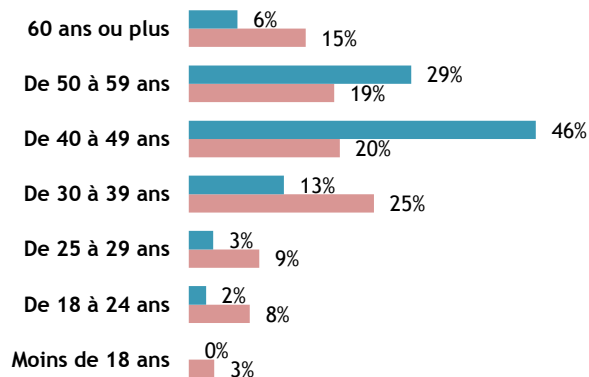
Les Japonais à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 36% des cas. 23% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et près d'un sur 10 voyageant à 3 adultes ou plus, sans enfant (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Familles représente 9% (incluant 1,1 enfant en moyenne), derrière le segment Jeunes (10%) et le segment Séniors (13%).

Sur les dernières décennies, l'évolution est favorable au segment "Séniors" au détriment des autres profils, mais la part du segment Couples-Duos n'a subi qu'une érosion restée majoritaire. Sur les dernières années toutefois (2012-17), cette part tombe à 36%. La part des voyageurs seuls a chuté puis rebondi. La part des groupes est mal captée par cette enquête mais néanmoins en chute sensible.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



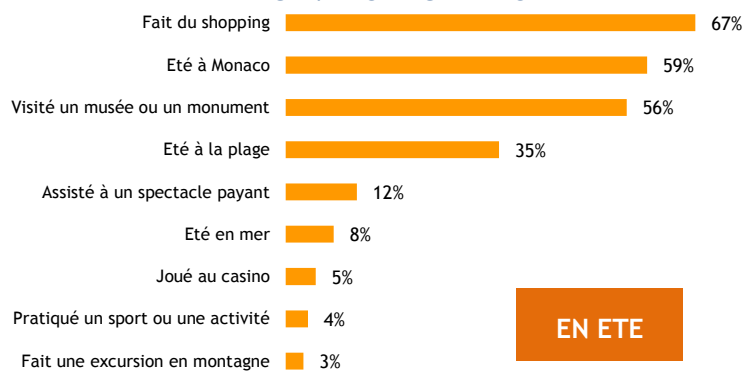
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

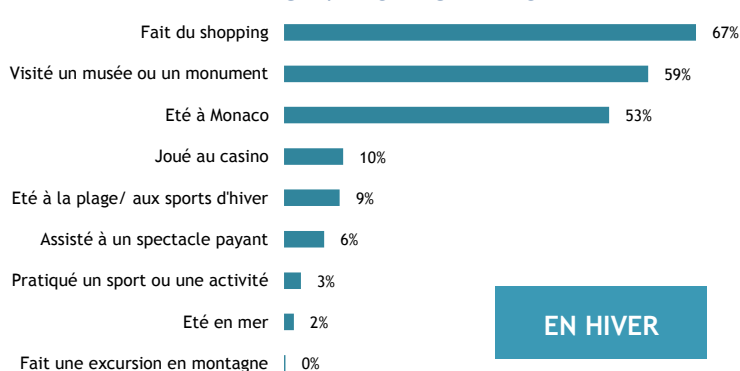
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (67%), la visite de Monaco (59%) et la visite de musée-monument (56%). Très peu pratiquent un sport ou une activité (avant-dernier rang parmi les marchés). En hiver, c'est le shopping qui vient en tête avec 67%, devant la visite de musée-monument (59%) et la visite à Monaco (53%). Sur l'année entière, 10% assistent un spectacle payant (au 2ème rang des marchés) et 7% jouent au casino. Pour le taux de visite des musées, le Japon figure au 1er rang, et au second pour le shopping.

ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER