

Le Marché Japonais

Le Japon, resté jusqu'en 2000 l'un des marchés les plus dynamiques, a traversé ensuite une forte "crise". Il commence seulement à se réveiller.

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, au début de 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, 1ère destination en Europe, accueille 800 000 séjours (-7% en 2013 et +19% en 2014), de 6,6 nuits. Paris capte la plus grande part des séjours.

La Côte d'Azur

Le marché japonais ne figure qu'au 19ème rang, alors qu'il occupait le 10ème rang en 2001. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à 1,5%. La Côte d'Azur accueille 4% des nuitées hôtels en France. La part de marché est faible et en baisse.

Principales régions d'origine : 70% proviennent du Kanto (Tokyo), 15% du Kansai (Osaka), 10% du Chubu.

Chiffres clés

- 61 000 séjours de 4 nuits en moyenne, dont :
- 48 000 séjours en hôtels et résidences
- 20 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 30 résidences secondaires

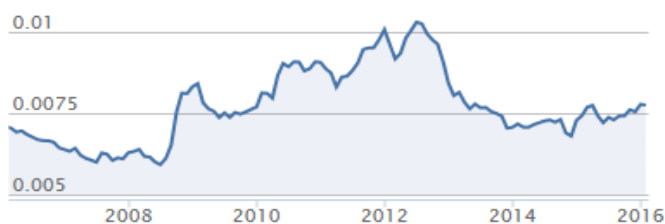
Dépense : 118€/jour, 728€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : 53% réservent leur vol entre un et deux mois avant le séjour, 16% moins d'un mois avant

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 42%, juillet-août = 20%, hiver = 30%. Pointe juin (30%)

Visiteurs avion : correspondance à Paris 57%, Francfort 9%, Londres 6%, Amsterdam 5%, Rome 4% (résas via GDS : Paris 42%, Francfort 11%, Amsterdam 10%, Dubai 9%)

Pouvoir d'achat du Yen en France



😊 Points forts

- en phase de reprise après avoir atteint un niveau plancher
- contribution maximale en hiver, notamment en Février (près de 4% des étrangers) avec fort potentiel supplémentaire
- forte dépense par personne (dép moy. : 118€/jour), notamment en shopping
- profite surtout au secteur marchand (plus faible taux de visiteurs hébergés en non marchand)
- 6 séjours hôtels sur 10 en 4-5*
- 92% de touristes très satisfaits (1er rang des marchés)

Ce marché n'inclut que le Japon, soit une population de 127 millions d'habitants (âge moyen : 43 ans, record mondial).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : + 0,8%/an

Dépenses à l'étranger

14,5 milliards €, au 17ème rang mondial en 2014 (9ème en 2012) - Tendance annuelle moy. 2005-2014 : -4,5%

Nombre de jours de congés payés

10 + 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 (65%, au 2ème rang)
- majoritairement de loisirs
- 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 et d'individuels, actifs
- à forte motivation shopping (sur la Côte d'Azur : 67%)
- à motivation culturelle (1er rang pour le taux de visite de musées)



A mi février 2016, l'évolution du pouvoir d'achat des Japonais en France (€ pour 1 Yen) apparaît favorable entre 2008 et 2012, mais en net repli ensuite. La perte sur 5 ans dépasse les 10%, mais le pouvoir d'achat est relativement stable sur 3 ans et se redresse de 6% sur la dernière année

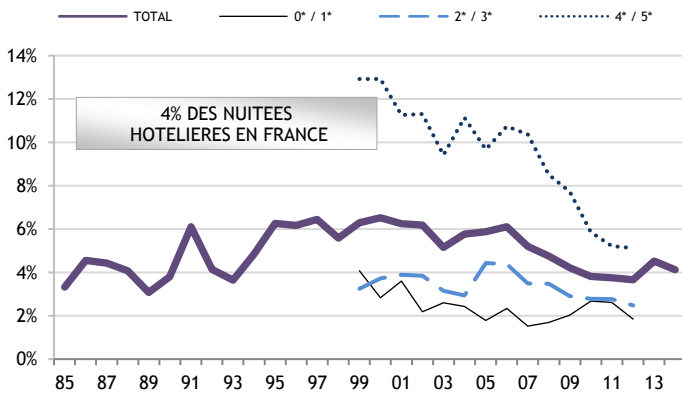
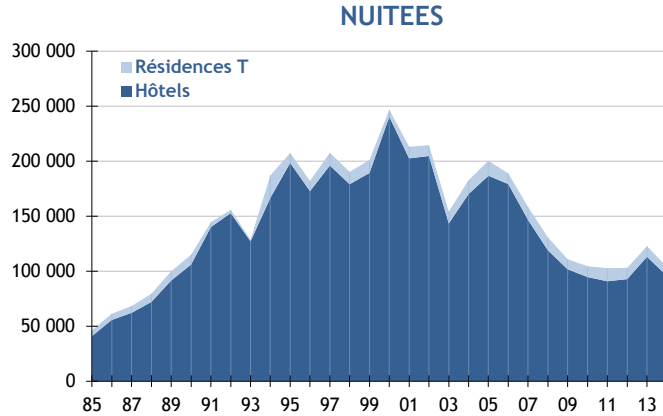
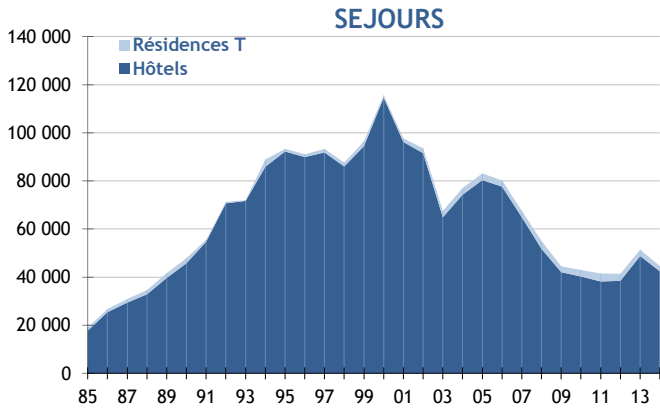
5 ans	-10,77%
3 ans	-1,70%
1 an	+5,63%
6 mois	+8,50%

☹️ Points faibles

- temps et coût du transport, sans desserte directe
- politique actuelle de Yen faible et forte baisse des dépenses à l'étranger
- multi-destinations et forte focalisation sur Paris
- le marché qui présente sur la Côte d'Azur la plus faible durée de séjour avion (6 nuits)
- fidélisation difficile (65% de primo)
- séjours très centrés sur Nice (plus d'un sur deux)
- faibles 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 littéralement explosé jusqu'en 2000, à près de 120 000, puis sont progressivement retombés, jusqu'en 2011, au niveau de vingt ans auparavant. La chute a concerné toutes les catégories d'hôtels, mais la faible demande en résidences a poursuivi sa progression jusqu'en 2011. Après une reprise de la demande en 2013, l'année suivante a enregistré une rechute. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 5% des séjours et 8% des nuitées, une très faible part.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

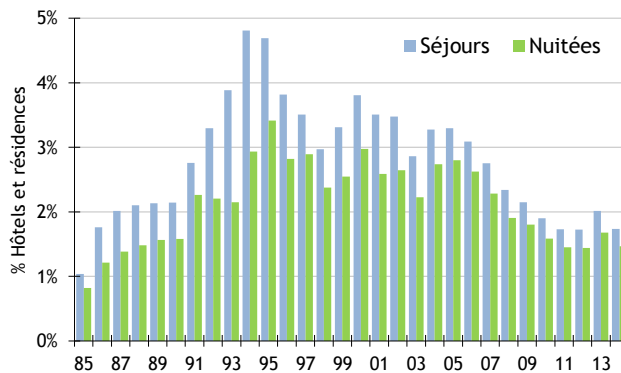
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Japonais en réalisent encore peu sur la Côte d'Azur, soit seulement 4,1% en 2014, car Paris absorbe la quasi-totalité du flux. La part Côte d'Azur avait toutefois doublé entre 85 et 2000 jusqu'à 6.5%. La baisse s'est accélérée entre 2006 et 2012. Il s'agit donc d'un marché à reconquérir, et on observe une évolution récente dans ce sens.

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 accrue entre 85 et 95, passant de 1% seulement à près de 5% des séjours étrangers. Elle est ensuite redescendue à environ 2,5%, le point bas ayant été atteint en 2011 à 1,7%. Le marché a chuté tandis que les autres clientèles se renforçaient. En 2013, la part remonte un peu à 2%, et à l'avenir ce marché pourrait compter un peu plus dans le tourisme étranger azuréen.

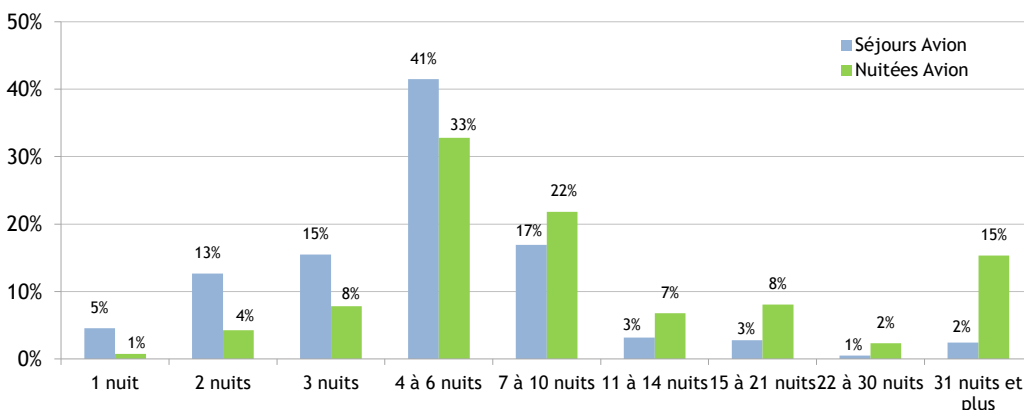
La part des nuitées est nettement plus faible que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour très courte.

CONTRIBUTION DES JAPONAIS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

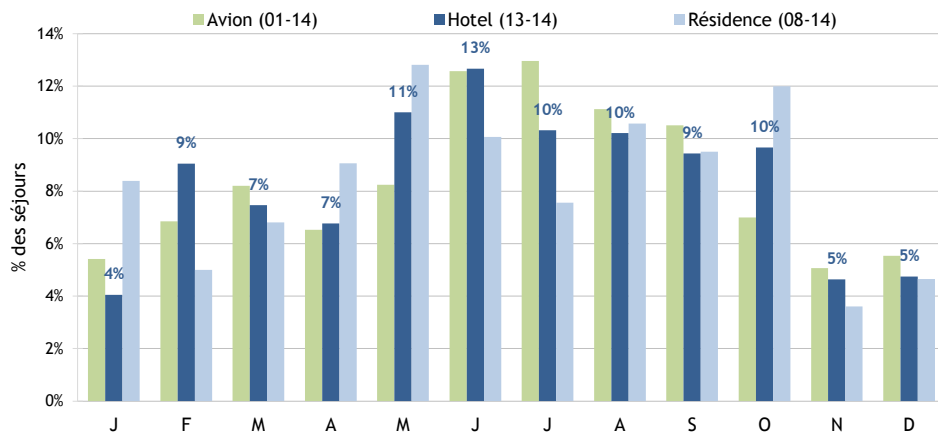


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Japonais est faible sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent seulement 6 nuits en moyenne (6,3 pour le Loisirs et 4,7 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent toutefois 12 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent un tiers du total. Dans l'hôtellerie, les séjours sont très courts, soit 2,4 nuits en moyenne, et atteignent 3,6 dans les résidences de tourisme. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit 4 séjours sur 10. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais pèsent pour près de 2 nuitées sur 10. 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	2,3
	Résidences	3,6
	Hôtels+Rés.	2,4
Avion 07-14	Moyenne	6,0
	Loisirs	6,3
	Dont Héb marchand	5,4
	Dont Héb non-march	12,0
	Affaires	4,7
	Dont MICE	5,1
	Dont Autres affaires	4,5



Hotels + Résidences		
13-14	SEJOURS	NUITEES
J	4,2%	4,5%
F	8,9%	8,5%
M	7,4%	7,5%
A	6,9%	6,9%
M	11,2%	11,2%
J	12,5%	12,3%
J	10,1%	9,8%
A	10,2%	11,3%
S	9,4%	9,5%
O	9,8%	9,7%
N	4,6%	4,2%
D	4,8%	4,7%

Les séjours japonais sont les mieux répartis sur l'année, mais avec un niveau 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, avec Juin en tête devant Juillet-Août, ce qui est inhabituel. Octobre bénéficie d'une forte fréquentation aussi, notamment en résidences. Les Japonais sont au dernier rang des marchés pour le taux de séjours avion en Mai.

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.

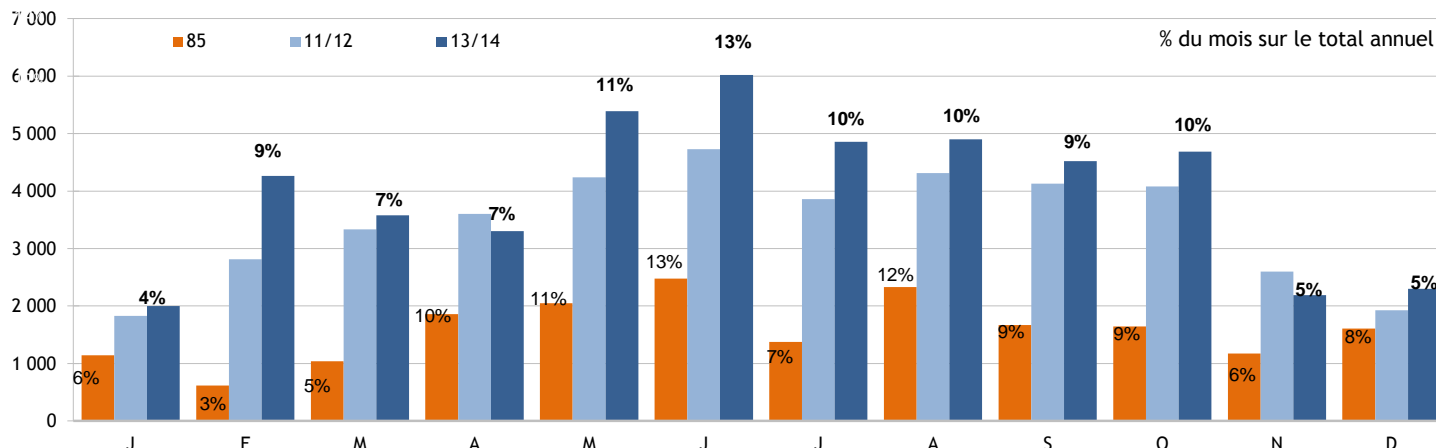
Les nuitées hébergements sont très bien réparties entre Février et Octobre, et la progression du flux est régulière entre Février et Juin, le mois de pointe. Juillet apparaît relativement faible (10%), mais Septembre-Octobre pèsent pour près de 20%. La période de Juin à Septembre représente seulement moins de 43% du total

NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES

Déc-Jan	Reste de l'hiver		
Hiver 29%	9%	20%	
Eté 71%	Avril-mai-juin 30%	Juillet-Août 21%	Sept-Oct 19%

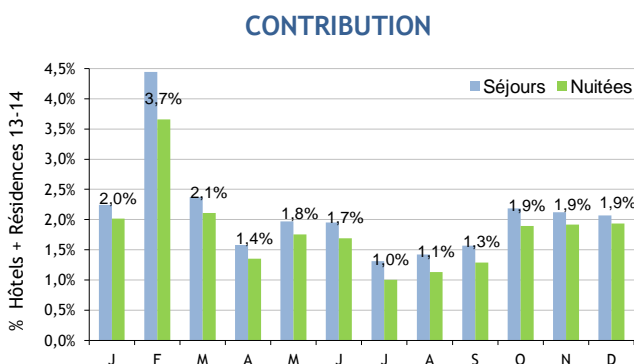
L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une croissance exceptionnelle de la demande toute l'année, mais plus limitée sur Décembre. Elle est surtout marquée en Février (+600%), Mars et Juillet (+250%) et Septembre-Octobre (+180%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Février-Mars, Juillet et Octobre.

EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



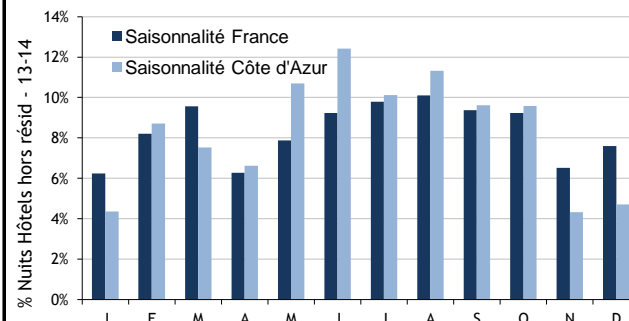
POTENTIEL MENSUEL

La part des Japonais sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 1% en Juillet à 3,7% en Février. Le marché japonais représente une cible importante pour tous les mois entre Octobre et Mars, en particulier Février-Mars. Le reste de l'année, sa contribution est réduite. La part de marché Côte d'Azur/France est faible en hiver (seulement 2,7% en Décembre). 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.



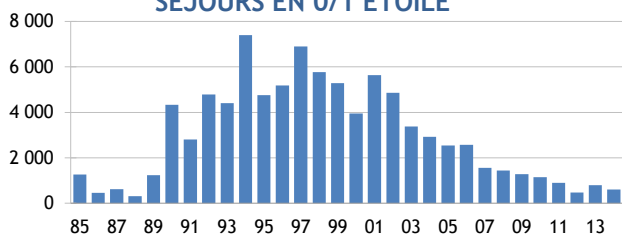
PDM 06/F	
J	3,0%
F	4,6%
M	3,4%
A	4,6%
M	5,9%
J	5,8%
J	4,5%
A	4,9%
S	4,4%
O	4,5%
N	2,9%
D	2,7%

POTENTIEL SUR LA FRANCE

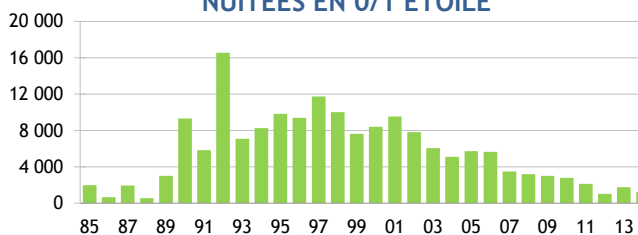


OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

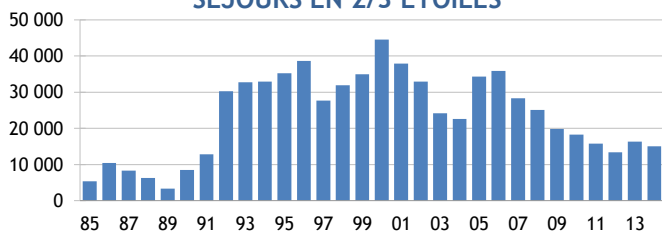
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



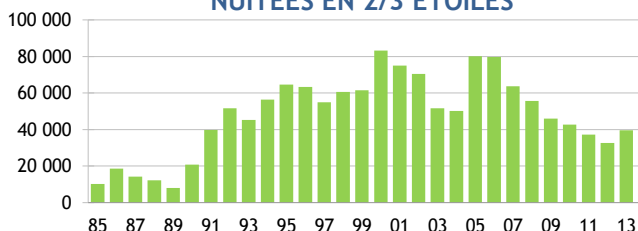
NUITEES EN 0/1 ETOILE



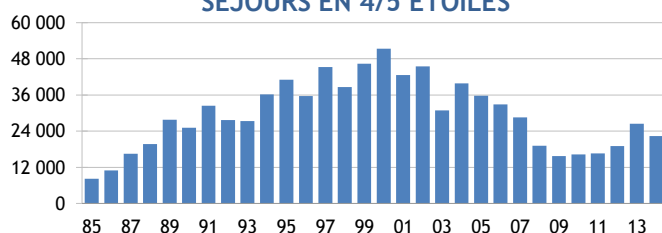
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



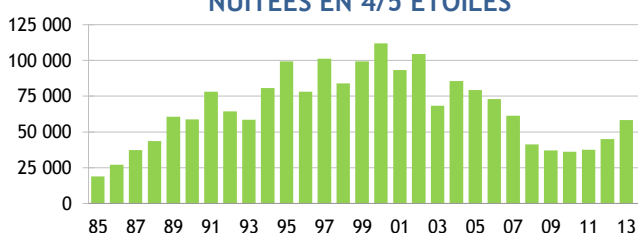
NUITEES EN 2/3 ETOILES



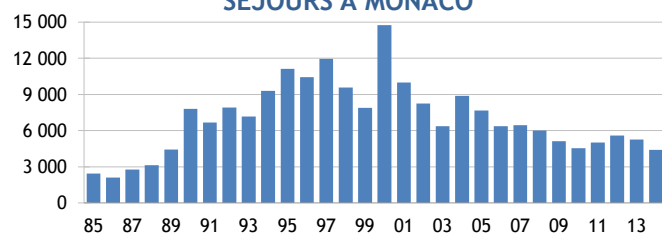
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



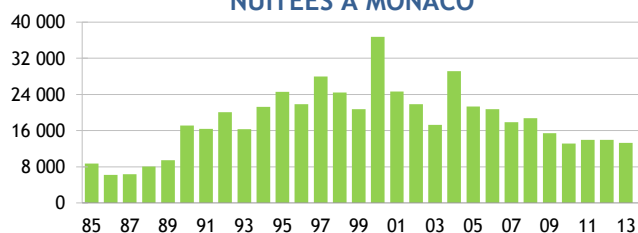
NUITEES EN 4/5 ETOILES



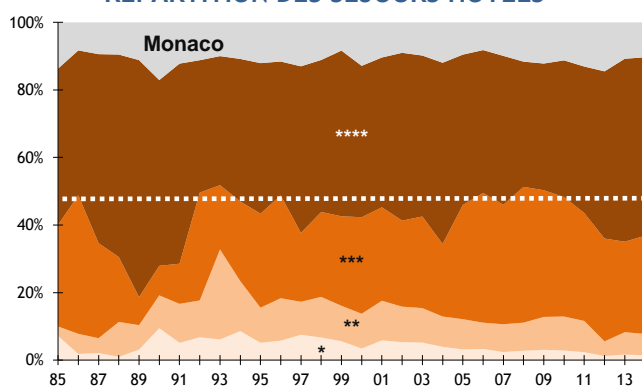
SEJOURS A MONACO



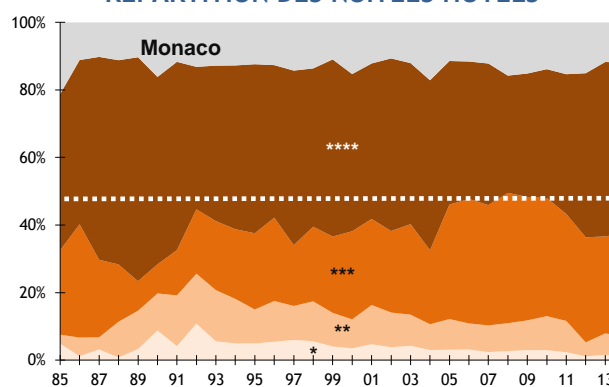
NUITEES A MONACO



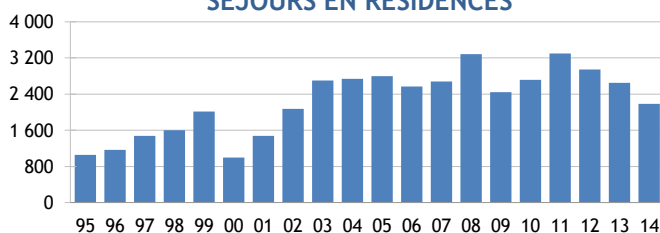
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



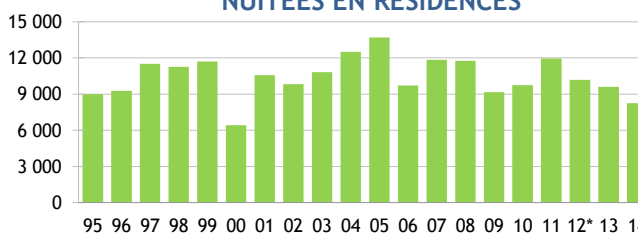
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



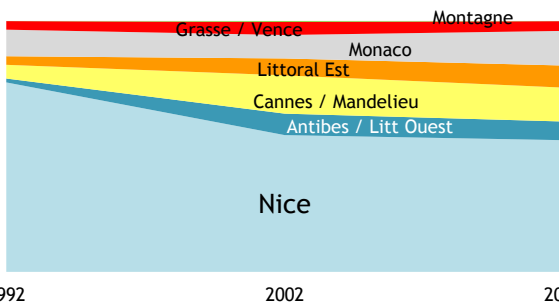
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



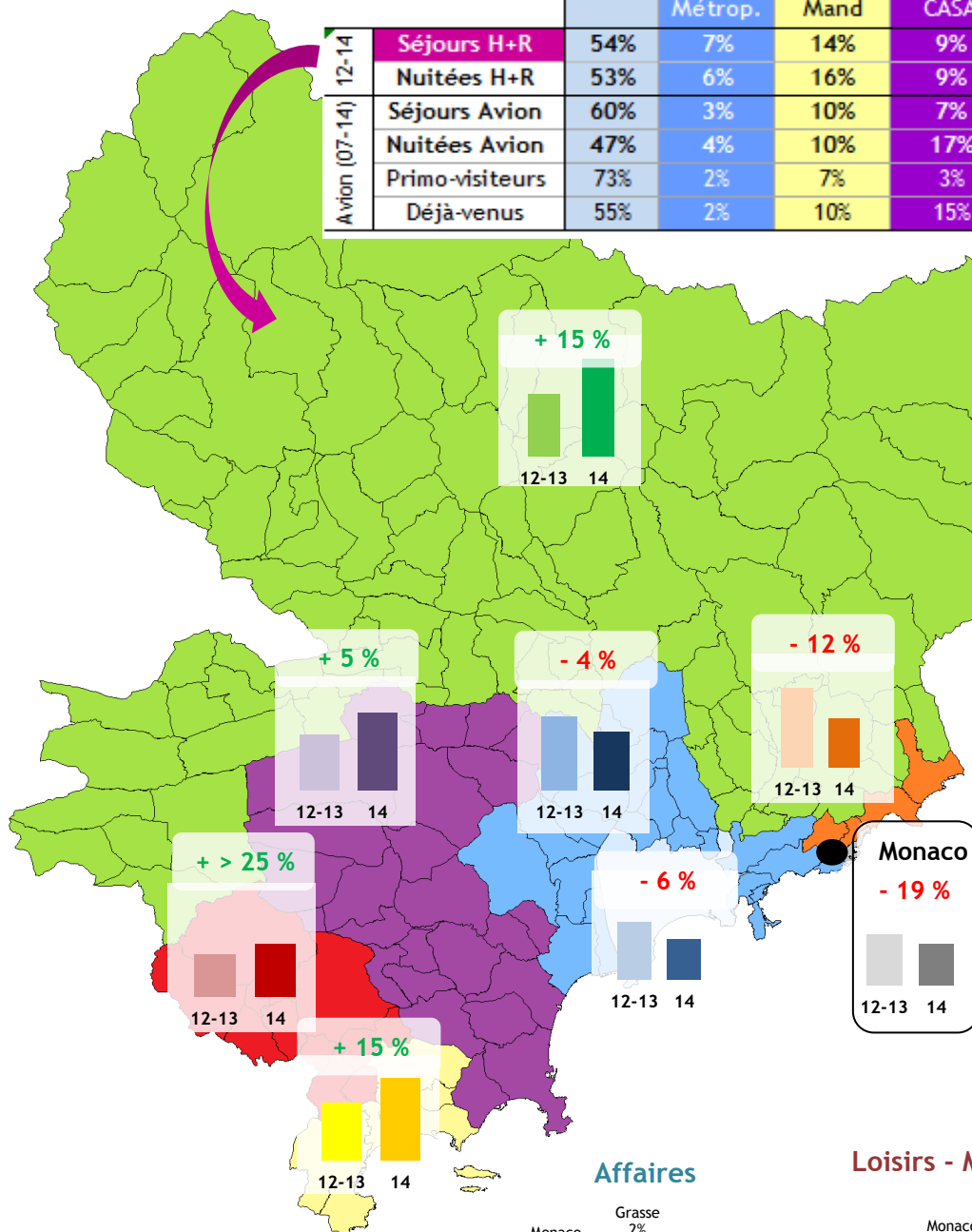
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



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
12-14 Séjours H+R	54%	7%	14%	9%	3%	11%	1%	0%
12-14 Nuitées H+R	53%	6%	16%	9%	3%	12%	1%	1%
Séjours Avion	60%	3%	10%	7%	2%	16%	1%	1%
Nuitées Avion	47%	4%	10%	17%	2%	17%	3%	1%
Primo-visiteurs	73%	2%	7%	3%	2%	11%	1%	1%
Déjà-venus	55%	2%	10%	15%	1%	14%	2%	0%

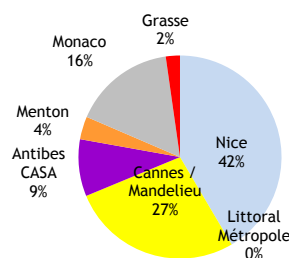


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (54% des séjours hébergements et 60% des séjours avion, second plus fort taux parmi les marchés, suivie de Cannes-Mandelieu (14% et 10%, plus faible taux parmi les marchés pour le segment avion) et de Monaco (11% et 16% pour l'avion, devant Cannes). Antibes-CASA accueille moins d'un séjour sur 10, mais 17% 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 au dernier rang des marchés, et à l'avant dernier rang pour Antibes et Mandelieu.

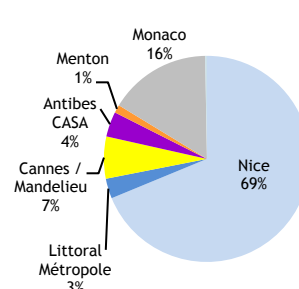
Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 73% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 11% Monaco), et que 69% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. 30% des séjours Loisirs non Marchand sont hébergés à Antibes-CASA. Pour le segment Affaires, Nice en accueille 42% et Cannes 27%.

En 2014 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur Grasse, Cannes et la Montagne, mais une forte chute à Monaco et Menton.

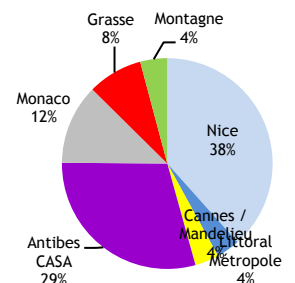
Affaires



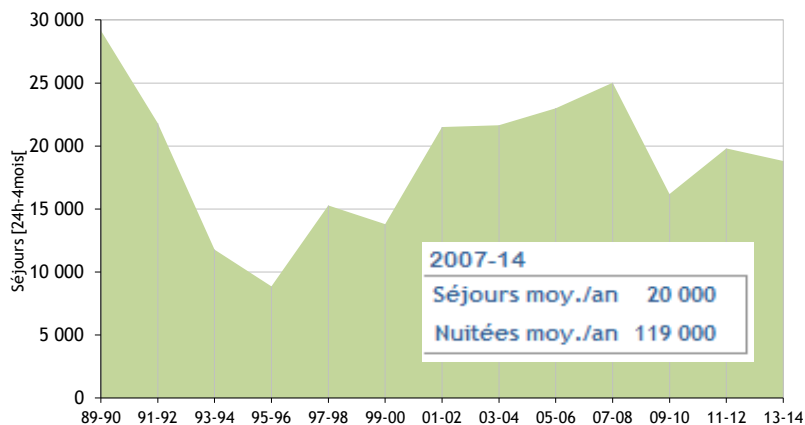
Loisirs - Marchand



Loisirs - Non Marchand



OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR



Si la quasi-totalité des Japonais arrivent en Europe par avion, encore assez peu, environ 35%, utilisent ce mode jusqu'à Nice-Côte d'Azur. Le flux de circuits autocars reste important et l'absence de liaison aérienne directe vers l'Extrême-Orient pénalise la destination, éloignée des grands itinéraires européens.

Entre 90 et 96, 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 depuis 2009.

Les séjours avion durent en moyenne seulement 6 nuits, la plus faible parmi les marchés. Pour les 3 cibles Motifs le principal segment est de loin le séjour de 4 à 6 nuits. Pour les séjours Loisirs non Marchand, les durées sont nettement plus élevées (plus de 2 semaines pour un quart des séjours), en moyenne 12 nuits.

Le taux de satisfaction est excellent avec 92% de "très satisfaits" et seulement 1% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs est très élevé, au second rang des marchés, avec 65%, voire plus des 3/4 des séjours Loisirs Marchand (marché de longue distance, fidélisation plus difficile).

La dépense moyenne est assez élevée à 118€ par jour/pers. et 728€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 8% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 27%. La clientèle est âgée de 41 ans en moyenne, donc assez jeune. Le principal segment âge en Loisirs est le 30-39 ans (29%).

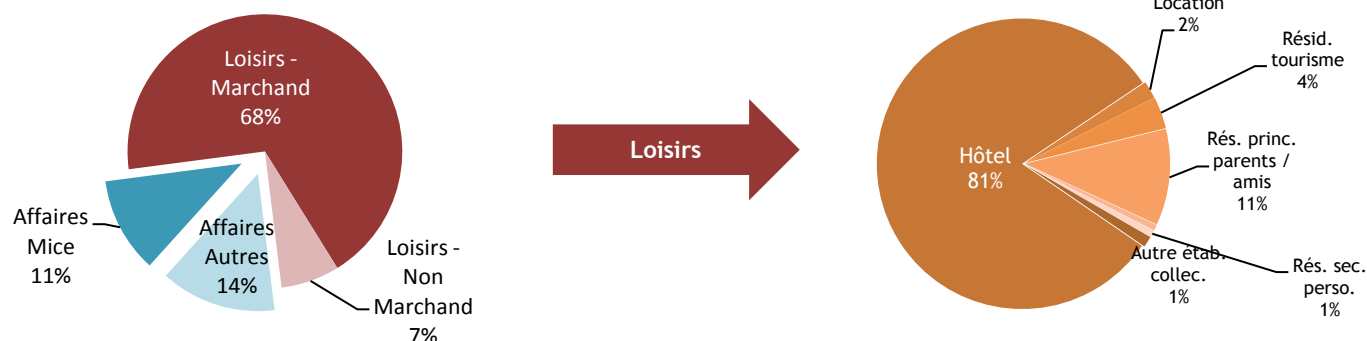
2007-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	6,0	5,4	12,0	4,7
Age moyen	41	40	39	45
Nb Personnes	1,9	2,0	1,5	1,6
Taux 1 ^{ère} visite	65%	76%	34%	45%
Dépense/séjour	728 €	709 €	673 €	876 €
Dépense/jour	118 €	129 €	57 €	201 €
> 200€ / jour	27%	29%	10%	30%
De 30 à 200€ /jour	65%	65%	72%	60%
<30€ / jour	8%	6%	18%	10%
Satisfaction				
Très satisfaits	92%	93%	99%	88%
Satisfaits	6%	5%	1%	11%
Non entier. satisfaits	1%	3%	0%	1%

SEGMENTATION CIBLES

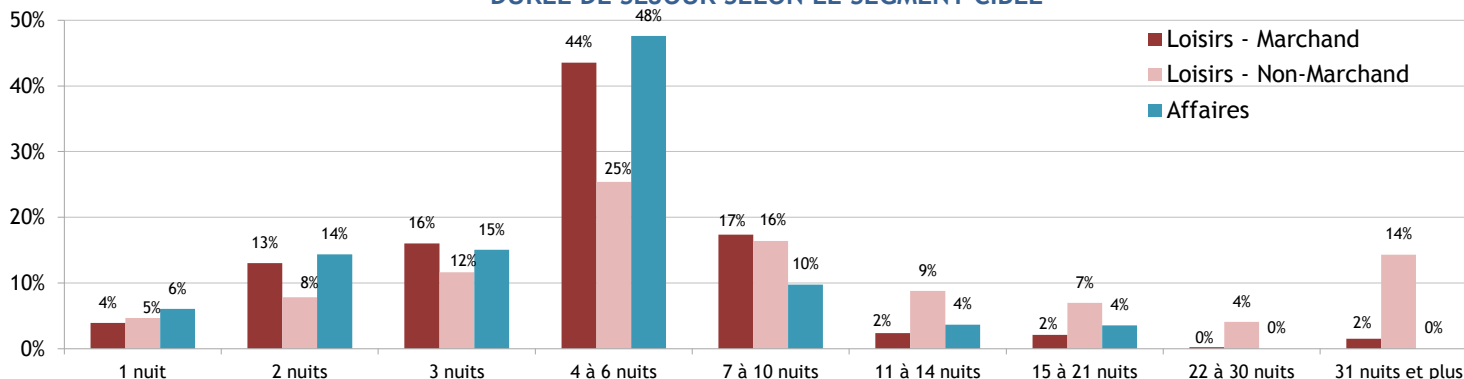
Le segment Loisirs Marchand regroupe près de 7 séjours sur 10 (1er rang parmi les marchés). La part du Loisirs Non Marchand est très réduite, avec seulement 7% (dernier rang). Le segment Affaires représente le quart des séjours avion, dont plus d'un séjour sur 10 pour le MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 81% (1er rang parmi les marchés), devant les parents et amis (11%). La location ne concerne que 6% des séjours japonais, surtout en résidences

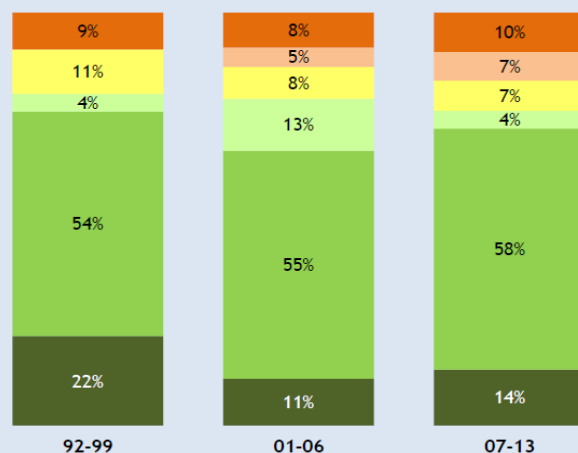
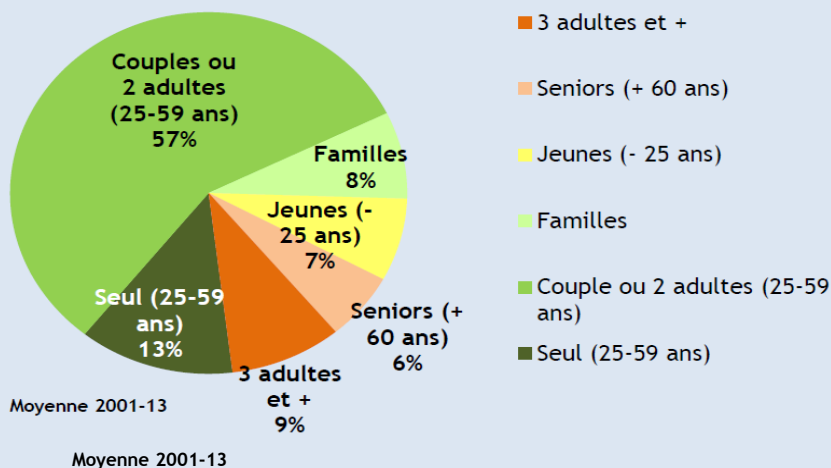
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGERMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



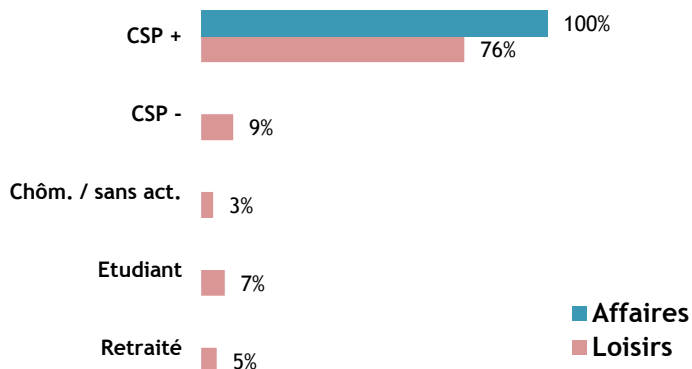
TYPOLOGIE LOISIRS AVION



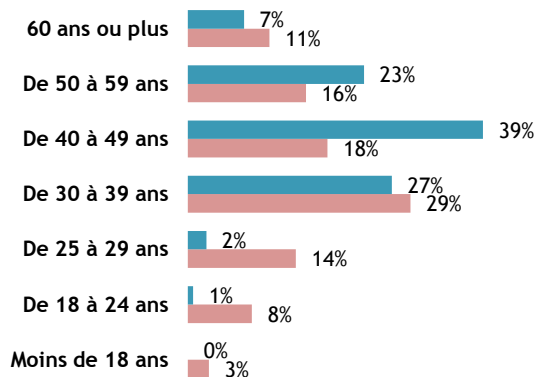
Les Japonais à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 57% des cas. Les autres cas se répartissent de façon assez équilibrée. 13% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et près d'un sur 10 voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Familles représente 8% (incluant 1,1 enfant en moyenne), devant le segment Jeunes (7%) et le segment Seniors (6% seulement).

Sur deux décennies à fin 2013 (données 2014-15 en cours de traitement), l'évolution est favorable au segment "couples-2 pax" ainsi qu'aux Seniors (de moins de 1% à 7% actuellement). On note en revanche une baisse de la part des Jeunes, passés de 11% à seulement 7%.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



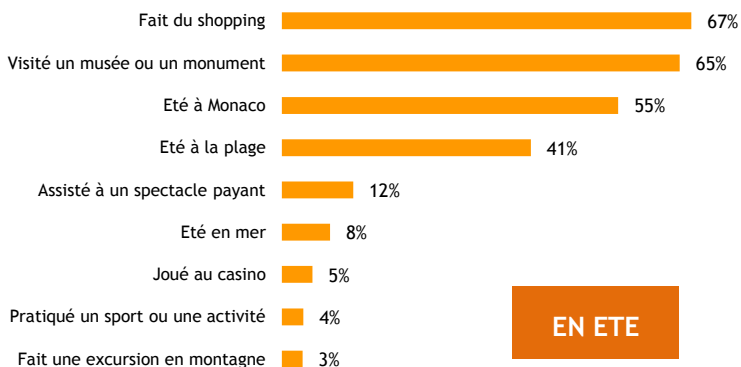
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

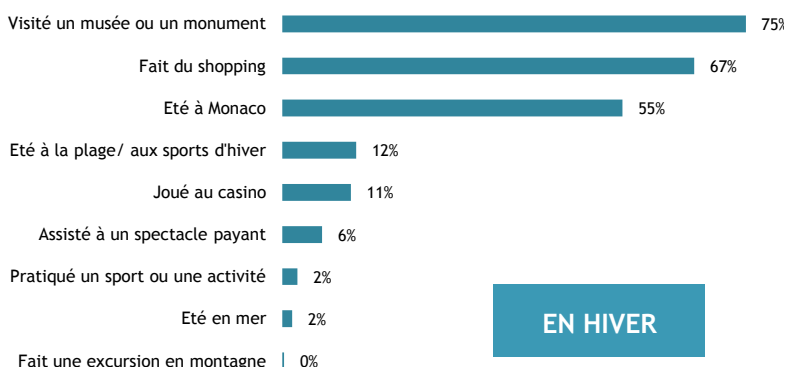
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (67%), la visite de musée-monument (65%) et Monaco (55%). Très peu pratiquent un sport ou une activité (avant-dernier rang parmi les marchés). En hiver, c'est la visite de musée-monument qui vient en tête avec un fort taux de 75%, devant le shopping (67%) et la visite à Monaco (55%). Sur l'année entière 7% jouent au casino. Pour le taux de visite des musées, le Japon figure au 1er rang.

ACTIVITES DECLAREES

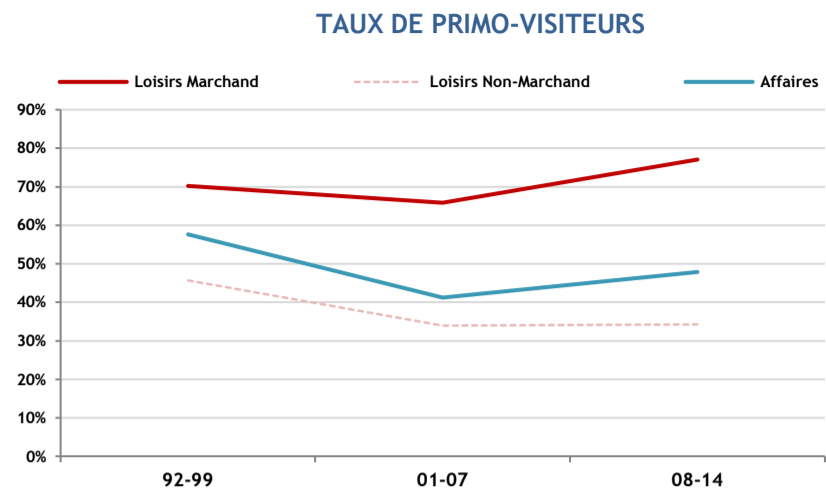
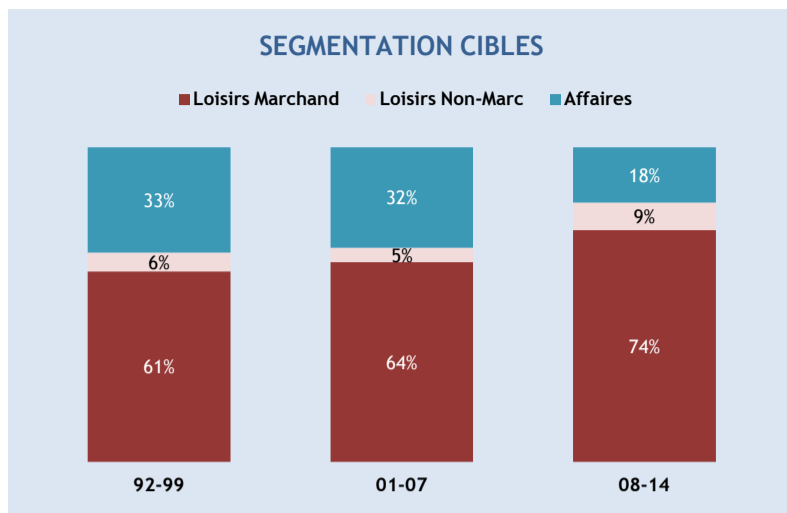


EN ETE

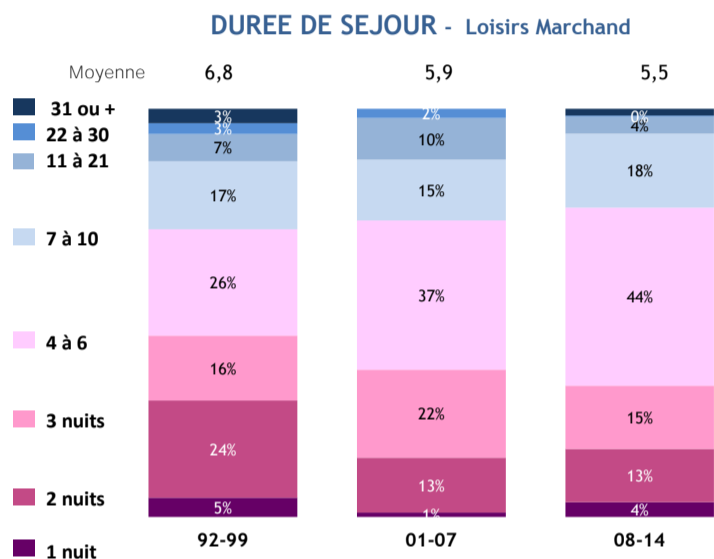
ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER



Tendances Visiteurs avion Loisirs



SEGMENTATION CIBLES

Progression régulière de la part du Loisirs Marchands, et plus récemment du Loisirs non Marchand, au détriment du motif Affaires

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression depuis 2001 pour le Loisirs Marchand, à un très haut niveau, mais plutôt en baisse pour le Loisirs non Marchand et l'Affaires

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

En baisse d'une nuit. La part des courts séjours a chuté au profit des 4-6 nuits, devenus nettement majoritaires. La part des 7-10 nuits se maintient mais celle des plus longs séjours est en baisse.

ZONES DE SEJOUR

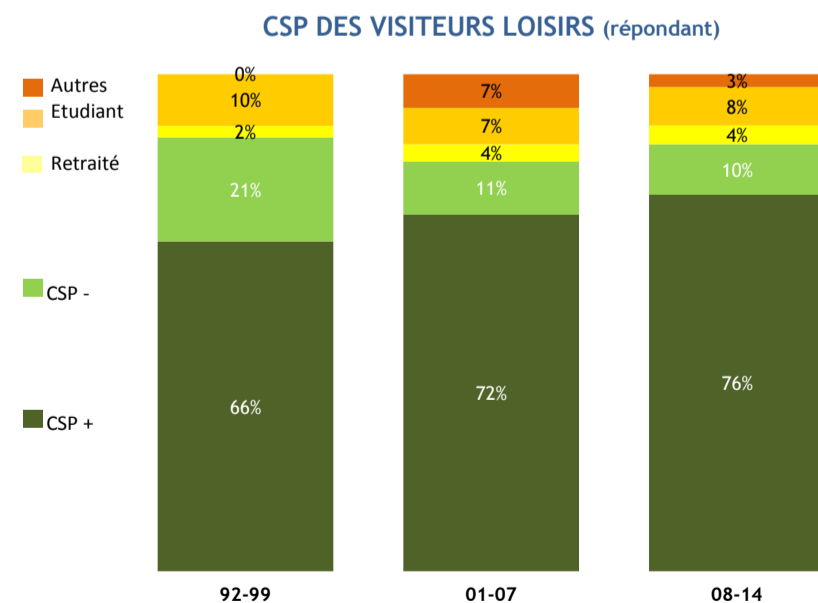
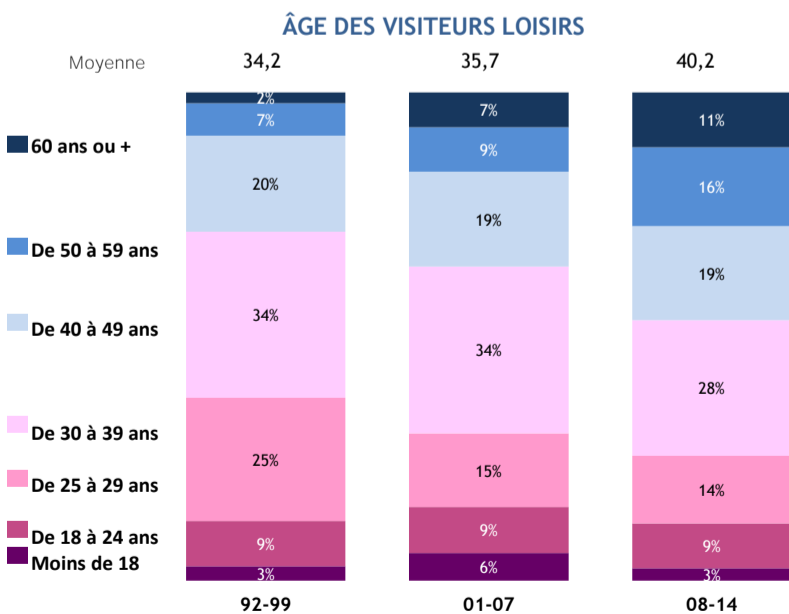
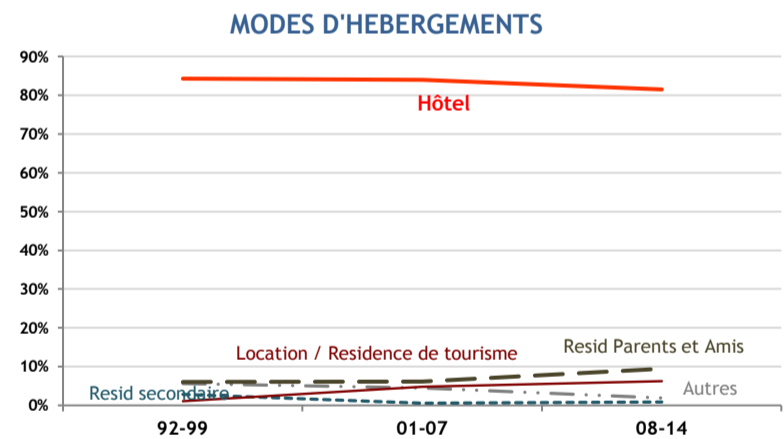
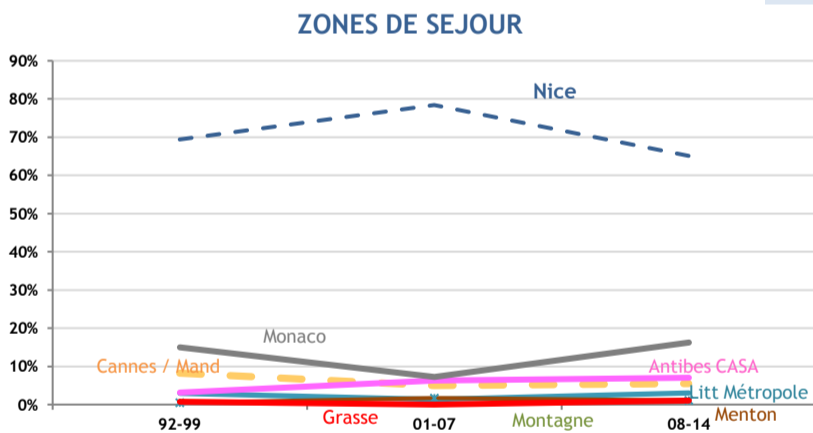
Nice se maintient largement en tête. Cannes chute au profit d'Antibes. Monaco a chuté puis rebondi, tout en restant devant Cannes.

MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel se maintient à plus de 80%. Les séjours chez parents et amis et en location progressent sensiblement

AGE/CSP

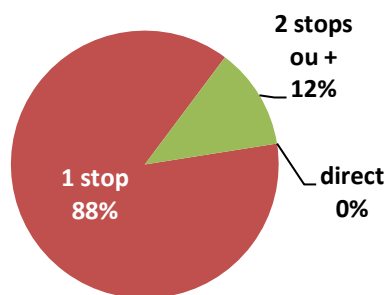
Age moyen en nette hausse. Baisse régulière des jeunes de -30 ans, hausse sensible des plus de 50 ans. Forte hausse des CSP+. Relative stabilité des inactifs.



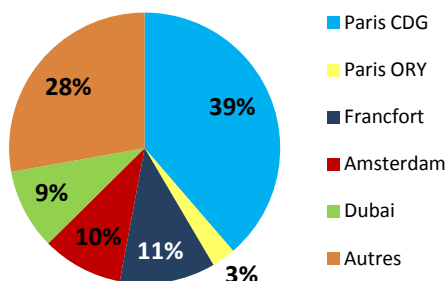
Les séjours avion réservés via les GDS

La base de données ForwardKeys® agrège les données de réservations aériennes des principaux GDS mondiaux (global distribution systems, tels qu'Amadeus et Sabre, utilisés par les agences de voyages), et extrait le flux en réception à l'aéroport de Nice Côte d'Azur. Une petite partie de ces séjours sont effectués hors du département des Alpes-Maritimes. Seuls les séjours avec aller et retour réservés simultanément sont pris en compte, et le séjour est affecté au marché du pays d'embarquement du vol aller, qui peut différer du pays de résidence du passager. La base de données n'inclut pas les réservations effectuées en direct auprès des compagnies aériennes. Il faut aussi souligner que la plus grande partie de l'offre des compagnies low cost n'est pas vendue via les GDS

Stops pour arriver à Nice Côte d'Azur



Hubs de correspondance

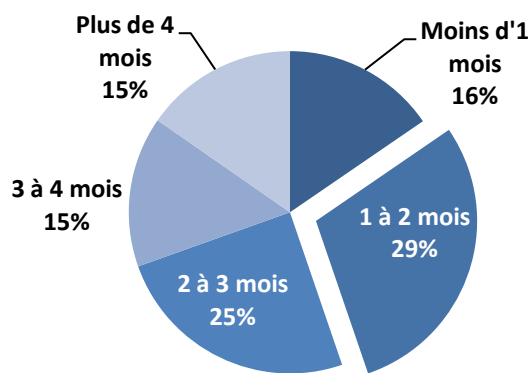


Les séjours FRANCE sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont tous effectués via un ou plusieurs autres aéroports, Paris en tête (42% pour les 2 aéroports).

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	9 650	8 873	9 809	9 283		→
France	188 153	200 372	228 260	227 852		→
Part de marché Nice (%)	5,1	4,4	4,3	4,1		→
Durée des séjours Nice Côte d'Azur						
courts (1-3 nuits)	2 598	2 517	2 557	2 525	26,6	→
moyens (4-8 nuits)	5 662	4 983	5 884	5 294	58,5	→
longs (9-21 nuits)	1 098	1 037	1 103	1 189	12,0	→
très longs (+22 nuits)	292	336	265	275	2,8	→
Part des groupes 6 pax et +	11,1	6,0	7,4	3,7	5,6	→

Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée



Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés le plus souvent plus de 2 mois avant la date d'arrivée. Près de 3 sur 10 sont réservés un ou deux mois avant. Seuls 15% réservent plus de 4 mois à l'avance, et 16% réservent dans le mois qui précède.

Les pics de réservation sont en semaines 1 à 9 (plus du quart), avec une seconde vague en semaines 14 à 20 (soit près de 20%).

Les pics d'arrivée sont en semaines 13, 17, 21, 24 (pointe annuelle), 32, 37, 40 et 52

Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice

