

Designed by
Bourgogne



WORKSHOP ONLINE SAKIDORI

22-24 Juin 2021

Emmanuelle Hézard, 29 Juillet 2021



Contexte 2021

Le Japon a l'habitude de faire face à des situations graves : l'île est placée dans la zone la plus dangereuse d'un point de vue sismique et si l'on considère les risques de tsunamis. Le Japon a donc une résilience fondamentale basique car ils savent qu'une catastrophe est une possibilité.

De plus, de par ses habitudes comportementales, la population a l'habitude de maintenir des distances sociales. Le port du masque fait partie du quotidien des Japonais pour se protéger de la pollution et des pollens.

Enfin, les Japonais ont un rapport à l'hygiène proche de la maniaquerie.

Les voyageurs japonais, tendances 2021 pour leurs voyages

Les Japonais sont des insulaires qui ont été privés de voyages et ne peuvent pas quitter le pays depuis 16 mois déjà, ils vont voyager dès que ce sera possible même si on ne connaît pas encore le calendrier. Les repeaters et les millenials repartiront les premiers. Ils attendent

avec impatience de pouvoir voyager et ont une vraie envie de France. Ils espèrent pouvoir revenir à partir de début 2022 au plus tard.

Même si la vaccination est partie tardivement, son accès est facilité avec des vaccinodromes qui se mettent en place. Ils ont également la possibilité de se faire vacciner au sein des grandes entreprises ou si non ½ journée de congés est accordée pour aller se faire vacciner. L'immunité est visée pour cet automne ce qui permettra ensuite au gouvernement japonais d'autoriser la sortie du pays.

Si aujourd'hui 12 vols directs entre la France et le Japon opèrent seulement contre 45 en 2019, aucune ligne n'a été fermée, la reprise sera donc beaucoup plus facile et rapide que sur d'autres marchés.

Ce qui a évolué dans leur manière d'envisager leur voyage en France :

La priorité sera donnée à la mono-destination qui se découvrira de manière plus lente.

Il y aura certainement plus de voyages individuels mais les groupes devraient revenir simultanément. Ils seront en revanche plus petits : entre 10 et 20 personnes maximum.

Certains voyageurs restent craintifs vis-à-vis des grandes villes et ne souhaitent plus forcément passer par Paris.

Ce qui subsistera dans les voyages des Japonais vers la France :

Le taux d'intermédiation était déjà élevé sur ce marché et leurs voyages continueront encore davantage à être encadrés par des agences fiables et professionnelles, gage de sécurité. Les clientèles de la France seront toujours les seniors, les repeaters et les femmes. Ils privilégieront toujours les thématiques patrimoine, oenotourisme et gastronomie et la découverte des jolis villages, des paysages spectaculaires, l'élégance et l'artisanat.

Les Japonais ont très peu dépensé pendant toute la crise et auront envie de dépenser encore plus que par le passé dès qu'ils pourront revoyager ; l'économie quant à elle se porte bien et une croissance de 5% est attendue en 2021.

C'est un marché qui reste très stable et qui, compte-tenu du profil des clientèles peut voyager sur les 12 mois de l'année.

Les tour operators et les agences de voyages ont plutôt bien résisté grâce à des aides de l'état qui se poursuivront jusqu'en septembre et à une diversification de leur activité : ex HIS a élargi son activité à la restauration après la fourniture d'électricité, Veltra vend du vin ... Certaines agences se sont regroupées ex : Kuoni, Tumlare, JTB, G2 Travel

Les aides de l'état devraient les soutenir jusqu'à la fin des Jeux Olympiques à savoir fin août.

Les agences et les Tour operators cherchent dès à présent à créer de nouveaux programmes pour une reprise des voyages début 2022.

Le workshop Sakidori

Comme en 2020 il a eu lieu en version online et la cible était double : BtoB et presse.

Comme pour un workshop en présentiel, les Tos/agences ainsi que les journalistes ont pris rendez-vous avec nous et de notre côté nous avons pu solliciter des rencontres.

Nous avons reçu 27 demandes de RDVs et nous avons pu en honorer 16 soit 4 avec des journalistes et 12 avec le BtoB assurés par Emmanuelle Hézard et Sho Sato, notre représentante au Japon. Nous allons poursuivre les RDVs avec les 11 autres contacts en fin d'été.

La presse avait principalement besoin de suggestions et d'angles de reportages sur les thématiques vin, gastronomie et patrimoine. Les futures Cités : la cité internationale de la

gastronomie et les cités des vins d'une part mais aussi la nouvelle Maison du Comté d'autre part, ont retenu toute leur attention.

Concernant le BtoB, plus de la moitié des RDVs ont été des contacts que nous connaissions déjà et qui souhaitaient un point sur les nouveautés pour enrichir et diversifier leur programmation. L'optimisme était au RDV et l'envie de France et plus particulièrement de Bourgogne était bien présente.

Ils ont montré beaucoup d'intérêt pour l'ouverture en 2022 de la Cité Internationale de la Gastronomie de Dijon et les nouveaux hôtels qui arrivent sur la ville ainsi que pour les Cités des Vins de Chablis, Beaune et Mâcon qui suivront.

La nouvelle maison du comté et la ville de Besançon et son patrimoine horloger ont également inspirés fortement les Tos et les agences japonais.

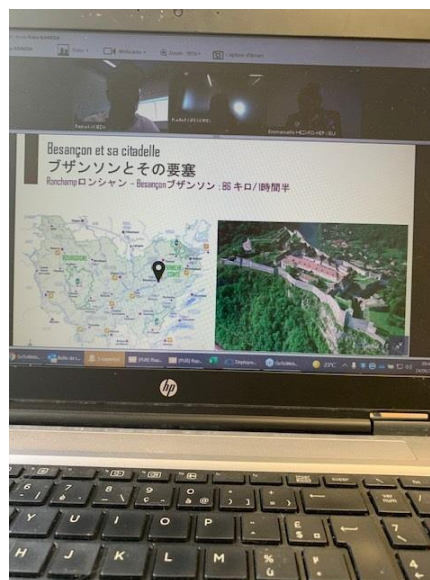
Le patrimoine fait toujours partie des thématiques plébiscitées et plus particulièrement les jolis villages, les sites inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco.

Concernant es hébergements, la demande porte sur des hôtels 4 et 5* ou à défaut un très bon 3*.

Le webinaire de formation, en collaboration avec AURA

Nous avons pu proposer un webinaire de formation le jeudi 24/06 auquel 209 agents de voyages et tour operators ont participé.

Nous avons pris la décision de partager cette session avec le CRT Auvergne-Rhône-Alpes pour partager les coûts mais surtout parce que l'association de nos 2 destinations a du sens pour les Japonais qui, en arrivant de Paris, viennent en Bourgogne avant de continuer sur la Vallée du Rhône. Nous avons mis en avant un itinéraire à travers nos sites Unesco suivant d'un parcours à travers les Plus Beaux Villages de France en AURA.



Conclusion et préconisations

Si les touristes japonais ne peuvent pas encore revenir en Europe, on peut espérer leur retour en début d'année prochaine. Ils attendent avec impatience d'être autorisés par leur pays à quitter leurs frontières et ils ont hâte de retrouver les destinations françaises.

Dans cette attente de nombreuses agences ont développé les itinéraires en ligne avec des lives chez nos prestataires. Ces lives sont une introduction à la programmation qu'ils vont proposer pour 2022.

Les voyageurs japonais sont une clientèle à forte valeur ajoutée qui peut venir en Bourgogne toute l'année. Ils sont très éduqués et très respectueux. La tendance est de visiter une seule destination en 2022 et non plus plusieurs pays au cours d'un voyage. Nous pouvons donc espérer un allongement du temps de séjour en Bourgogne.

Ils nous faudra les accueillir chaleureusement car ils craignent un rejet des clients venus d'Asie.