

PRESENTATION DES MARCHES ASIATIQUES

ASEAN, CHINE, COREE, JAPON

JEUDI 27 JANVIER 2022

LES MARCHES DE L'ASEAN

Indonésie, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande et Viêtnam



▼ Avant la pandémie, l'Asie du Sud-Est était un marché en croissance

| Marché | Arrivées | Nuitées | Excursionnistes |
|--------------------|----------|-----------|---------------------------------|
| Singapour* | 145 036 | 1 304 633 | 18 226 |
| Indonésie | 126 331 | 726 719 | 7 062 |
| Philippines | 124 474 | 1 027 520 | 30 636 |
| Malaisie* | 166 758 | 904 568 | 13 431 Fort potentiel |
| Thaïlande | 104 140 | 1 225 991 | 10 017 |
| Viêt Nam | 82 913 | 956 510 | 14 386 |

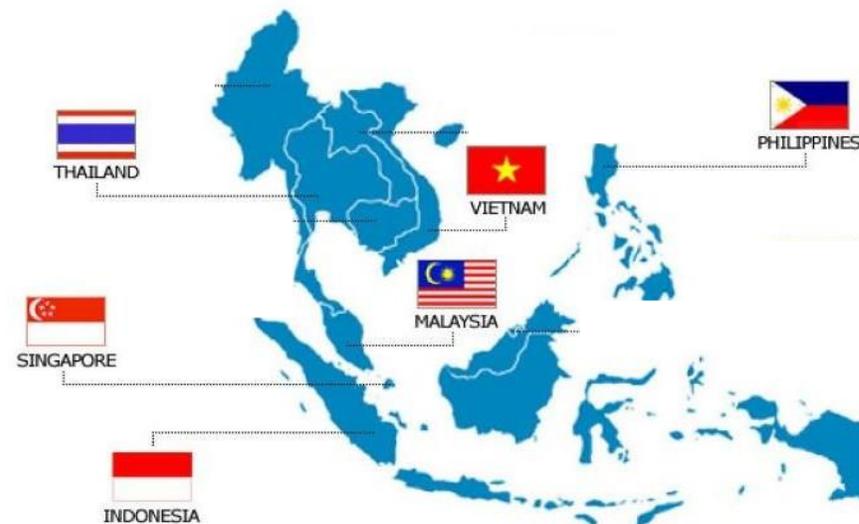
*Dispensés de visa Schengen

Les liens avec la France

- Renforcement d'un environnement favorable pour les affaires : accord de libre échange avec l'UE avec Singapour depuis 2019 et avec le Viêt Nam depuis 2020, le partenariat RCEP depuis 2022.
- Avant la crise sanitaire; Vols directs de Singapour, Bangkok, Ho Chi Minh Ville et Hanoi à CDG.
- En 2019, 2 millions de Français ont visité l'ASEAN ; la 2^e nationalité européenne après les Allemands.

Données : Arrivées : Moyenne annuelle 2016-2018 pour Singapour, Indonésie, Philippines, Malaisie et Thaïlande. Moyenne annuelle 2013-2018 pour le Viêt Nam.

Source : IMF, DGE, Banque de France, enquête EVE



Les 6 grands marchés ASEAN composent 95% du PIB total de l'ASEAN : Indonésie, Thaïlande, Philippines, Singapour, Malaisie et Viêt Nam.

Conjoncture Économique

Les perspectives de l'Asean demeurent prometteuses ; la région est en bonne voie pour devenir la quatrième économie mondiale d'ici 2030.

- **Avant la pandémie**, l'Asie du Sud-Est avait atteint **une croissance annuelle collective** d'environ **5%**, maintenue pendant de nombreuses années
- **Rebond** attendu entre **3,9-5,9% en 2022**

Opportunités

- **Singapour, meilleur élève de la zone ASEAN**: le PIB par habitant est le plus élevé d'Asie après celui de Macao, le taux de dose de rappel atteint déjà 48% en janvier 2022...
- Plus de la moitié de la population de l'Asie du Sud-Est a moins de 30 ans. **Le pic de population** de la région est attendu **en 2038**.
- Indonésie: 4e population mondiale.
- **Philippines** : **4e population chrétienne** dans le monde.
- Facilité de langue: **Anglais** est la **langue de travail**.
- En termes de PIB par habitant, Singapour et la Malaisie surpassent déjà économiquement la Chine en 2018.

Défis

- **Viellissement du marché Singapour** ; En 2035, 25% de la population de +65 ans.
- **Contrainte du visa Schengen**
- **Marché relativement peu mûr** : Manque d'intérêt profond pour l'histoire de l'Europe
- **Barrière gastronomique** : Pendant le voyage, les touristes d'ASEAN préfèrent que leurs repas incluent à 50% environ de la cuisine asiatique.
- **Le sport? C'est dûr!** Les visites en ville, le ski, l'alpinisme, le vélo sont encore considérés comme des activités trop sportives pour la plupart des touristes de la région.

Situation Sanitaire

- **Restrictions en France pour les voyageurs vaccinés en provenance d'ASEAN?**

Les 6 marchés sont tous dans la catégorie Orange par la classification du gouvernement français. Les certificats numériques Covid de Singapour et Thaïlande sont reconnus en UE.

- **Quarantaine au retour de France ?** – mise à jour le 21 janvier

- Singapour et Thaïlande : Pas de confinement depuis le 21 janvier et à partir du 1^{er} février respectivement.
- Indonésie, Philippines et Malaisie : Entre 5 et 7 jours
- Viêt Nam : les vols commerciaux ne sont pas encore autorisés depuis la France

- **Démarchage en présentiel possible ?**

En provenance de France : A ce stade, l'entrée dans les pays avec le visa touriste n'est possible qu'à Singapour et en Thaïlande. La priorité est encore aux RDV en ligne par nos acteurs locaux (l'information par Business France local).

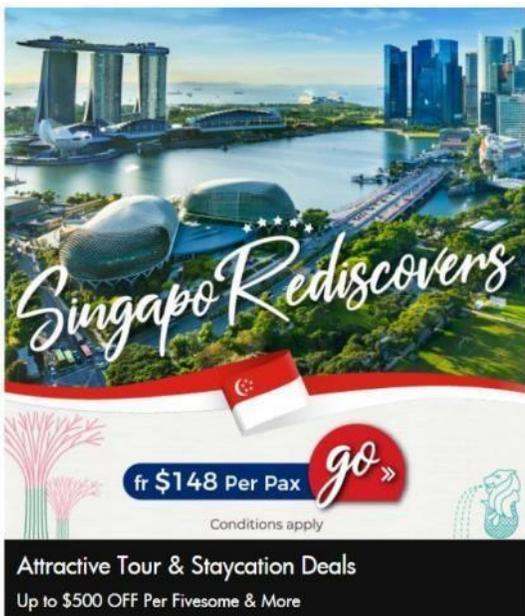
| Marché | Taux de 2 vaccinations complètes | Sinovac majoritairement administré? | Campagne de dose de rappel? | Nécessité de conversion du passe vaccinal en France? | Éligibilité pour la 3e dose après la 2e dose |
|--------------------|---|--|------------------------------------|---|---|
| Singapour | 86% | Non | 48% | Non | A partir de 5 mois |
| Indonésie | 58% | Oui | En cours | Oui | A partir de 6 mois |
| Philippines | 49% | Oui | En cours | Oui | A partir de 3 mois |
| Malaisie | 78% | Oui | 23% | Oui | A partir de 3 mois sauf Jassen |
| Thaïlande | 65% | Oui | 15% | Non | A partir de 3 mois sauf vaccins chinois |
| Viêt Nam | 70% | Non | En cours | Oui | A partir de 3 mois |

Impact de la crise sanitaire

- **Capacité aérienne internationale de l'ASEAN** vers la France métropolitaine : **-62% entre janvier-mars 2022** par rapport à 2019 (source : OAG)
- **Augmentation de demandes concernant les conditions d'entrée en France** par les agences > l'information sur les destinations
- **Intérêt** pour la possibilité **d'annulation/report gratuit de voyage**

Le cas de Singapour

- En 2019, 400 agents étaient membres de la National Associations of Travel agents in Singapore, ils ne sont plus que 200 en 2021.
- Agences maintenues à flot en 2021 par les programmes de soutien des gouvernements, ajout d'offres domestiques et diversification de produits (images ci-dessous).



Singapo Rediscovered

fr \$148 Per Pax **go** »

Conditions apply

Attractive Tour & Staycation Deals
Up to \$500 OFF Per Fivesome & More

IES SINGAPORE | CONSUMER LOG

Over 82,000 people have taken 'cruises to nowhere' from S'pore



Ms Serene Tan with husband Jingwei Chia and daughter Avery on board Quantum of the Seas. PHOTO COURTESY OF SERENE TAN



UOB Travel Travel Concierge Corporate MICE

Book With Us Plan With Us About Us Promotions Support My Account

Vaccinated Travel Lanes Travel Offers Travel Safe Bundles



Travel Safe Bundles

We've prepared some travel bundles that cover the essential items you'll need when you travel overseas again. From travel insurance with Covid-19 coverage to PCR tests in Singapore, let UOB Travel help you travel with peace of mind.

[Find out more](#)

Tendances 2022

Changements majeurs

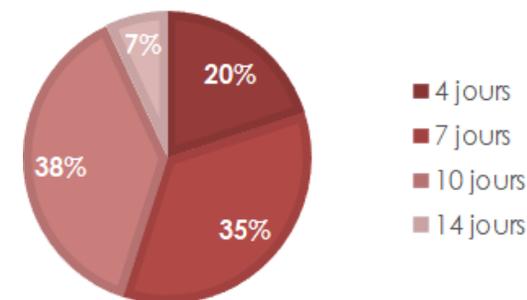
- Petits groupes de 5-12 pax sur 7-10 jours en France
- Envie de voyager > craintes du covid
- Augmentation du budget nécessaire par voyage avec des ajouts de tests obligatoires, transports en petit groupe, assurance etc.
- Prise de conscience du tourisme durable dans le tourisme de loisir
- Appétence pour les destinations et activités méconnues mais authentiques.

Tendances stables

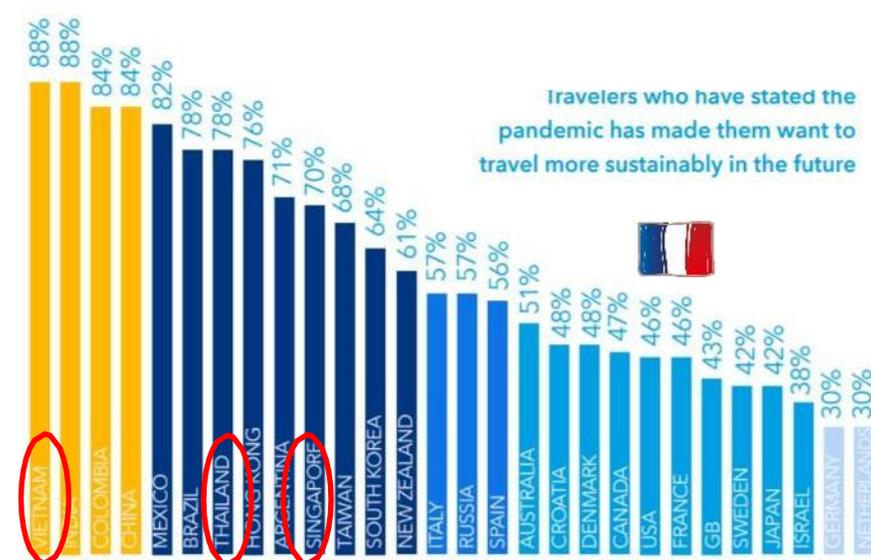
- A la recherche du shopping, nature et visites de villes
- Le MICE est motivé par des intérêts touristiques plutôt traditionnels, contrairement au tourisme de loisir qui accorde une certaine importance au tourisme durable
- La spiritualité, thématique forte aux Philippines et en Indonésie

La reprise concernera surtout la classe aisée, le segment luxe, les familles et les repeaters

DURÉE DU SEJOUR EN FRANCE



Source : 84 professionnels sur Hong Kong, Singapour et Taïwan en mai 2021. Enquête par Atout France.

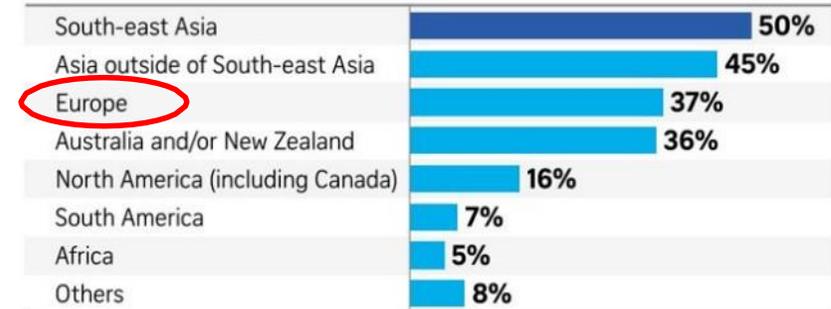


Le rapport 2021 sur le tourisme durable de Booking.com mené en mars 2021 sur 30 pays.

Orientations stratégiques

- **La reprise commence par le marché de Singapour** ...mais sans oublier l'importance des marchés **Indonésie et Philippines** de par leur taille (**63% de la population** d'ASEAN).
- **Renforcement du segment luxe** et familles multi-générationnelles.
- Thématiques qui résistent bien à la crise : **le shopping et la spiritualité**
- **Importance inchangée des agences de voyages**, plus rassurantes en matière de sécurité sanitaire.
- Appétence inchangé pour le voyage et les **destinations européennes, la première destination plébiscitée hors de l'Asie** par les Singapouriens.
- **Concurrence** s'accroissant avec les pays européens, notamment avec **la Suisse et l'Espagne; profitons du multi-destinations** avant de développer le mono-destination.

If you intend to travel outside Singapore for leisure, which region do you intend to travel to?



Enquête menée par le journal national The Strait Times à Singapour en janvier 2022. 1 000 répondants singapouriens +16ans.



10 853 Indonésiens ont voyagé à l'étranger du 23 au 27 décembre 2021, malgré les avertissements répétés du gouvernement de ne pas aller à l'étranger pendant la propagation d'Omicron.

LES MARCHES CHINOIS



CHINE HONG KONG TAIWAN

CHINE CONTINENTALE, HONG KONG ET TAIWAN

Des marchés...



Qui ont bien **maitrisé la crise sanitaire**



Toujours **puissants sur le plan économique**



Prêts à revoyager **dès que possible**

En chiffre...

Nombre de **touristes en France**
(sources Eve/Euromonitor) :

2019

CHINE

2 millions visiteurs

HONG KONG

+ 170 000 visiteurs

TAIWAN

+ 154 000 visiteurs

Une approche ...



Ambitieuse mais adaptée :

En fonction de la situation du marché (covid, positionnement de la France, segments de clientèle)



Transversale :

Avec le développement de thématiques nouvelles (self-drive...) et des angles d'approche diversifiés mais forts sur les 3 marchés (gastronomie, œnotourisme ...)



Flexible :

En proposant des actions dans des formats plus souples correspondant à la situation, notamment le digital



Conjointe :

A l'écoute des besoins des partenaires et en étroite collaboration avec tous les marchés de la zone, pour des actions plus globales. (guides, e-learning, démarchage hybride...avec des tarifs packagés à discuter)

— CONJONCTURE ECONOMIQUE & SITUATION SANITAIRE

CHINE CONTINENTALE

Belle croissance de 8,1% en 2021 et une nette augmentation de sa production industrielle.

La Chine s'oriente vers un ralentissement. **Taux de croissance estimé à 5.6% en 2022 (FMI).**

Depuis le début de la pandémie:

136 027 cas confirmés / 5 700 morts

Vaccination complète (2 doses): 86%

Vaccination (3 doses): 23%

La campagne de vaccination (3^e dose) s'est intensifiée ces derniers temps avec l'apparition du variant Omicron en Chine continentale.

Politique Zero Covid – mesures strictes mises en place pour prévenir l'arrivée des différents variants

Arrivée en Chine : **Quarantaine minimum 21 jours obligatoire en hôtel dédié**

HONG KONG

Hong Kong : **Croissance de 6,4%(2021) et 3%(2022)**. Le gouvernement a débloqué des aides pour les professionnels de l'industrie du tourisme.

Depuis le début de la pandémie:

13 000 cas confirmés / 213 morts

Vaccination complète (2 doses): 70,5 %

Vaccination (1 dose): 77,9%

Suite à l'apparition de l'Omicron, et aussi à l'intensification de la communication autour du vaccin de la part du gouvernement, **un vrai engouement s'empare de la population hongkongaise**. On constate une **nette hausse des primo vaccinés** et le gouvernement augmente considérablement ses capacités de vaccination.

Autorisation vaccin Sinopharm pour les enfants de 5 à 12 ans

TAIWAN

Taiwan : **Croissance de 6,09%(2021) et 4.15%(2022)**

Depuis le début de la pandémie:

17,820 cas confirmés / 851 décès

Vaccination complète (2 doses): 72,51 %

Vaccination (1 dose): 80,77%

Une troisième dose a été proposée à ceux qui ont reçu leur 2^e dose depuis 12 semaines.

Le gouvernement applique la politique du Zéro Covid pour protéger la communauté.

Quarantaine obligatoire de 7 jours à l'hôtel, 7 jours au domicile et 7 jours en auto-surveillance pour la période janvier-février 2022.

— CONTEXTE DISTRIBUTION / INTERMEDIATION

CHINE CONTINENTALE

HONG KONG

TAIWAN

Le secteur de la distribution est à l'arrêt sur l'international et se réinvente sur le marché domestique. Les contacts clés sont toujours actifs et sont prêts à reprogrammer les destinations.



RASSURER

La **sécurité** dans toutes ses dimensions

(sanitaires, physiques).

Un must : **les garanties assurances annulations, les protocoles sanitaires** mis en place dans les lieux culturels etc...



CREER DE LA VALEUR AJOUTEE

Valoriser de nouvelles **offres inédites, mettre en avant les avantages, privilèges et bénéfices associés à une offre (carte de membre, offres spéciales Vips etc...)**



POSITIONNER

La France et ses destinations sur une approche **culture patrimoine, art de vivre et tourisme de savoir faire**



FACILITER LA REPROGRAMMATION

1- Cibler et repérer les agences qui seront les plus agiles demain sur le **segment du sur-mesure pour les Fits et petits groupes.**

2- AMPLIFIER la FORMATION produits/destination aux nouveaux AVTO pour pallier les départs de ces deux dernières années

— ETAT DES FLUX / VOLS ET PERSPECTIVES

CHINE CONTINENTALE

Connectivité aérienne :

6 vols hebdomadaires

Air France dispose de 3 vols hebdomadaires dont 2 Paris-Shanghai et d'un Paris-Tianjin-Pékin. China Eastern, China Southern et Air China assurent également une liaison aérienne hebdomadaires. Selon le nombre de cas Covid à bord à l'arrivée en Chine, suspension de vols de 2 à 4 semaines (circulaire du régulateur chinois de l'aviation civile du 16/12/2020).

Tendances 2022:

Les **restrictions sur les voyages ne seront pas levées avant les Jeux olympiques d'hiver de Pékin 2022 du 4 au 20 février et les Jeux paralympiques du 4 au 13 mars**. La réouverture dépendra aussi des Jeux asiatiques à Hangzhou en septembre et le 20e Congrès national du Parti en octobre-novembre

France très bien positionnée : Apres le Japon, la France arrive en deuxième position et **prend la première place de la destination préférée des Chinois en Europe pour la reprise**

Le premier voyage outbound post Covid en France serait majoritairement **culturel** suivi par des **activités de plein air, (mer et montagne, nature, glamping) (DT China Market Monitor Nov.2021)**. Les auto-tours (avec recherches en ligne des plus belles routes et itinéraires) sont très prisés. Art de vivre et savoir faire, deux thématiques qui devraient être mis en avant

HONG KONG

Connectivité aérienne :

L'interdiction d'entrée à Hong Kong est prolongée jusqu'au 4 février pour les personnes ayant séjourné plus de 2h dans l'un des huit pays visés (**France, Australie, Canada, États-Unis, Inde, Pakistan, Royaume-Uni et Philippines**). Air France et Cathay Pacific ont les vols entre Hong Kong et la France depuis le 6 décembre et le 31 décembre 2021 respectivement.

Tendances 2022:

La France : 1^{re} destination en Europe pour les touristes Hongkongais (enquêtes ANTOR)

De nouvelles motivations de voyages : slow-tourisme, nature et activités de plein air

TAIWAN

Connectivité aérienne :

AF : aucun vol, à l'arrêt depuis le 1er juin 2020, BR : 1 vol TPE/CDG, le seul vol hebdomadaire toujours maintenu vers l'Europe depuis Taiwan

D'autres compagnies aériennes avec correspondance sur une base hebdomadaire:

KLM 1 vol, Emirates 4 vols, Turkish Airlines 3 vols et Singapore Airlines 7 vols.

Voyage outbound interdit depuis mars 2020.

Tendances 2022:

La France : 1^{re} destination en Europe pour les touristes taiwanais

Activités appréciées : culture, gastronomie, art de vivre, luxe et shopping

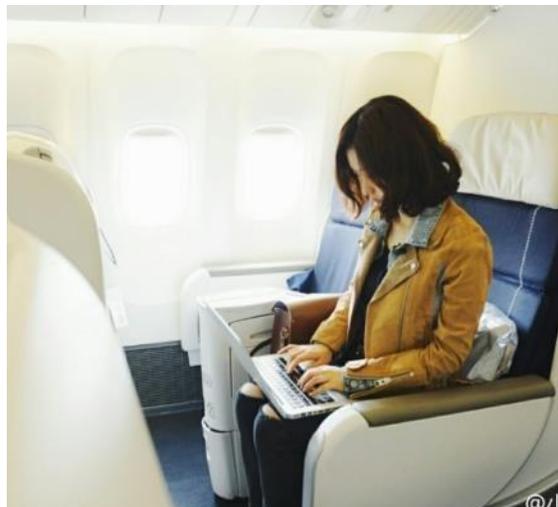
De nouvelles tendances : slow tourisme, nature dont montagne et vélotourisme

— EVOLUTION DE LA CLIENTELE POST-CRISE

CHINE CONTINENTALE

HONG KONG

TAIWAN



GEN Z

Etudiants en Europe
Déjà présents

REPEATERS

Clientèle captive adeptes de
voyages indépendants (autotours)

MILLENIALS

79% des voyageurs susceptibles de
voyager rapidement à la reprise y
compris sur des événements et
voyages d'affaires

FAMILLES

commodités de transport,
activités éducatives et
culturelles

La Covid, accélérateur de changement fin 2021: une clientèle nouvelle émergente jeune et à fort pouvoir d'achat post 80's et 90's sur les nouvelles villes de Tiers 1 en Chine* Sur les 3 marchés, plus de millenials et FITs, des petits groupes privés, du sur-mesure et des activités expérientielles atypiques à forte valeur ajoutée pour une clientèle qui sera beaucoup plus exigeante sur un marché ultra concurrentiel. Nécessité d'une présence forte sur les réseaux sociaux, livestreaming et mini-videos, OTA et forums.

LE MARCHE SUD COREEN



Introduction

LIENS HISTORIQUES ENTRE LA CORÉE DU SUD ET LA FRANCE

136e anniversaire de l'établissement des relations diplomatiques en 2022



CULTURELS

Culture/Gastronomie/Vin français très suivis par les Coréens

- **Le vin français est le vin le plus consommé** en Corée. Consommation du vin français en Corée en janvier-octobre 2021 : **+102 %** vs 2020
- **Gastronomie, marques françaises** gagnent en popularité en Corée.
- **4 villages créés de concept «Provence** » en Corée du Sud.
- **Expositions** tenues en Corée en 2020-2022 liées à la France : Picasso, Matisse, Monet, Renoir, Chagall, Daniel Buren, Josette Mercier..

Popularité de la K-culture en France

- **Parasite** : Palme d'Or à Cannes en 2019
- **Squid Game (Netflix)** : 1er rang sur Netflix France en 2021
- **Groupe BTS**: plus de 13,2 millions de fans dans le monde entier, 160 000 spectateurs lors de leur dernier concert en France en 2019.



COMMERCIAUX

- Au sein de la région Asie-Océanie, la Corée du Sud est le 5ème client de la France et son 4ème excédent. (avril 2021)
- La France est l'un des principaux investisseurs étrangers en Corée et le 4ème investisseur européen.
- Le commerce bilatéral en 2020 : 8,6 Mds € avec un excédent de 1 Md € en faveur de la France



POLITIQUES

- Visite d'Etat du Président MOON en France (2018)
- Dialogue stratégique entre les deux ministres des affaires étrangères (2019)
- Échange Moon-Macron lors du sommet bilatéral dans le cadre du G20 (2021)

— Conjoncture économique

Population **51,82 millions d'habitants (2021)**
Séoul et sa métropole : 26 millions / 7,5 millions de Coréens à l'étranger (dans 193 pays) 14 000 en France

PIB par habitant **45 363 USD / capita (2020) – 10^{ème} puissance mondial**

Prévision de croissance 2022 : +3,3%



L'économie coréenne face à la crise : une résilience à l'épreuve du choc de la demande mondiale

| Secteur | Positionnement 2020-2021 |
|----------------------------|---|
| Construction navale | 1er rang mondial (42,6% de commandes CGT dans le monde)(2020) |
| Indice d'innovation | 1er rang mondial selon Bloomberg & Commission Européenne (2021) |
| Semi-conducteur | 2ème rang mondial , 56,9% de part de marché |
| Automobile | Voitures à l'hydrogène : dans le top 5 des puissances mondiales (2020) |
| L'industrie manufacturière | Dans les 5 plus grandes puissances du monde (2020) |
| Marché de Luxe | 7ème rang mondial (2021) |
| 5G Phone | 1er rang mondial de part de marché (2020) |
| Gouvernement numérique | 1er rang mondial selon OCDE (2020) |

Situation Sanitaire en Corée du Sud



STATUT VACCINAL au 21 janvier 2022

(plus de 18 ans)

1ÈRE DOSE

96,5%

2E DOSE

95,2%

3E DOSE

55,3%

Vaccins utilisés en Corée du Sud : Jansen, Pfizer, Astra-Zeneca, Moderna, Novavax.

Sources : KCDA



PLAN SANITAIRE

- Distanciation sociale appliquée jusqu'au 6 février 2022
- Passe vaccinal mis en place dans certains lieux publics (cafés, restaurants...)
- La 3e dose booster (Pfizer ou Moderna uniquement) est accessible à toute personne doublement vaccinée depuis 3 mois et ayant plus de 18 ans.



VOYAGES FRANCE ↔ CORÉE DU SUD

- La Corée du Sud est classifiée en tant que le **pays «vert»** par le gouvernement français. **Les Coréens vaccinés et non-vaccinés peuvent rentrer en France** présentant un test PCR ou antigénique négatif datant de moins de 48 heures à l'embarquement.
- Quarantaine de 10 jours remise en place depuis le 3 décembre 2021 pour tous les arrivants en Corée du Sud. L'exemption de quarantaine entrée en vigueur le 5 mai 2021, pour les personnes dûment vaccinées, même coréennes, est temporairement suspendue.
- **Les voyages individuels continuent** tout de même, notamment chez la clientèle MZ et MICE.
- Connectivités aériennes : **6 vols direct par semaine** (Korean Air, Air France) et **32 vols indirects** par semaine (KLM, Qatar, Emirates, Finnair, Turkish Airlines, Ethiad Airways).

Contexte touristique



Reprise de voyages à l'étranger depuis l'été 2021

Augmentation importante du trafic des vols internationaux

+21.2% du nombre vols internationaux en sept 2021 vs sept 2020

+69.9% du nombre de passagers en déc 2021 vs juin 2021

Nombre de passagers pour la France : +53.4% vs 2020

Nombreux départs des groupes coréens pour la France (oct-déc 2021)

1) Hanjin Travel : Produits Tour de France 2) Very Good Tour : Sud de la France, Paris et Normandie 3) Blooming Tour : Sud de la France

4) Lotte Tour : Paris et Normandie 5) Hyecho Travel : Chamonix

6) Hana Tour (groupe de MICE) : Paris -> reporté en mars/avril 2022



Taux de remplissage 2021 pour les vols Séoul-Paris

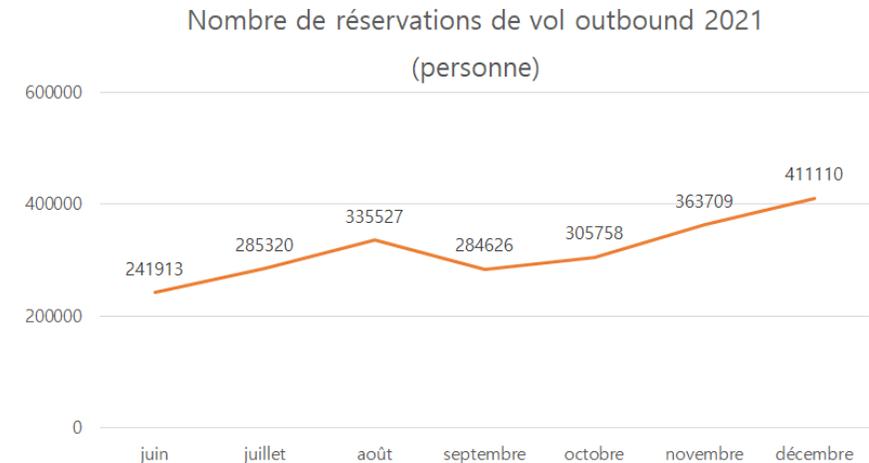
AIRFRANCE

OCT 45%, NOV 50%, DEC 40%

KOREAN AIR

OCT 41%, NOV 52%, DEC 33%

Sources : Incheon Airport, Korea Travel Times, Agences de voyages, TOs



Tendances du secteur touristique

- **Agences de voyages** : restructuration et innovation, développement de nouvelles plateformes et de nouveaux produits (ex. produits pour les vaccinés)
- **TO généralistes** : restructuration des réseaux fournisseurs

Tendances de programmation 2022

- **Forte augmentation** des voyages mono-destination en France
 - Limitation des circuits à un ou deux pays maximum en raison contraintes/ restrictions sanitaires à l'entrée et dans les différents pays
 - Phénomène de bipolarisation des produits haut et bas de gamme
 - Développement des produits thématiques

— Tendances 2022

👉 **Les prévisions 2022 pour le tourisme sont positives** du fait d'une vaccination rapide (3e dose en cours, 4e dose à l'étude), de **l'augmentation des demandes de voyages** suite aux engagements 'Travel Bubble' vers certaines destinations, et de **l'augmentation des offres pour les voyageurs vaccinés**.

👉 Dès la levée de la quarantaine obligatoire au retour (remise en place depuis le 3 décembre 2021), **les voyages à l'étranger repartiront très vite à l'instar de 2021. Les Coréens sont vaccinés avec le booster et des vaccins reconnus par la France.**

👉 Les professionnels du tourisme coréens estiment que **les plateformes OTA seront la clé de voûte de leur stratégie de développement à moyen et long terme**. Les TOs et les agences de voyages traditionnelles coréennes telles que Hana Tour, Yellow Balloon Tour et Interpark ont développé leurs propres plateformes OTA pour suivre l'évolution des tendances de voyages en Corée.



Évènements prévus en 2022 pouvant avoir une influence sur les flux vers la France

• **Jours fériés favorables aux voyages et TO**

- Les 1er et 9 mars (**9 jours**) : Jour du Mouvement pour l'Indépendance, Élection Présidentielle
- Les 5 et 8 mai (**4 jours**) : Journée des Enfants, Anniversaire de Bouddha
- Les 1er et 6 juin (**6 jours**): Élections Régionales, Jour du Souvenir
- Du 9 au 12 septembre (**4 jours**) : Fête de la Moisson "Chuseok"
- Les 3 et 9 octobre (**10 jours**): Jour de la Fondation de la Nation, Jour du Hangeul



Augmentation des voyages à l'étranger

• **Deux élections prévues**

- Le 9 mars : Élection Présidentielle
- Le 1er juin : Élections Régionales

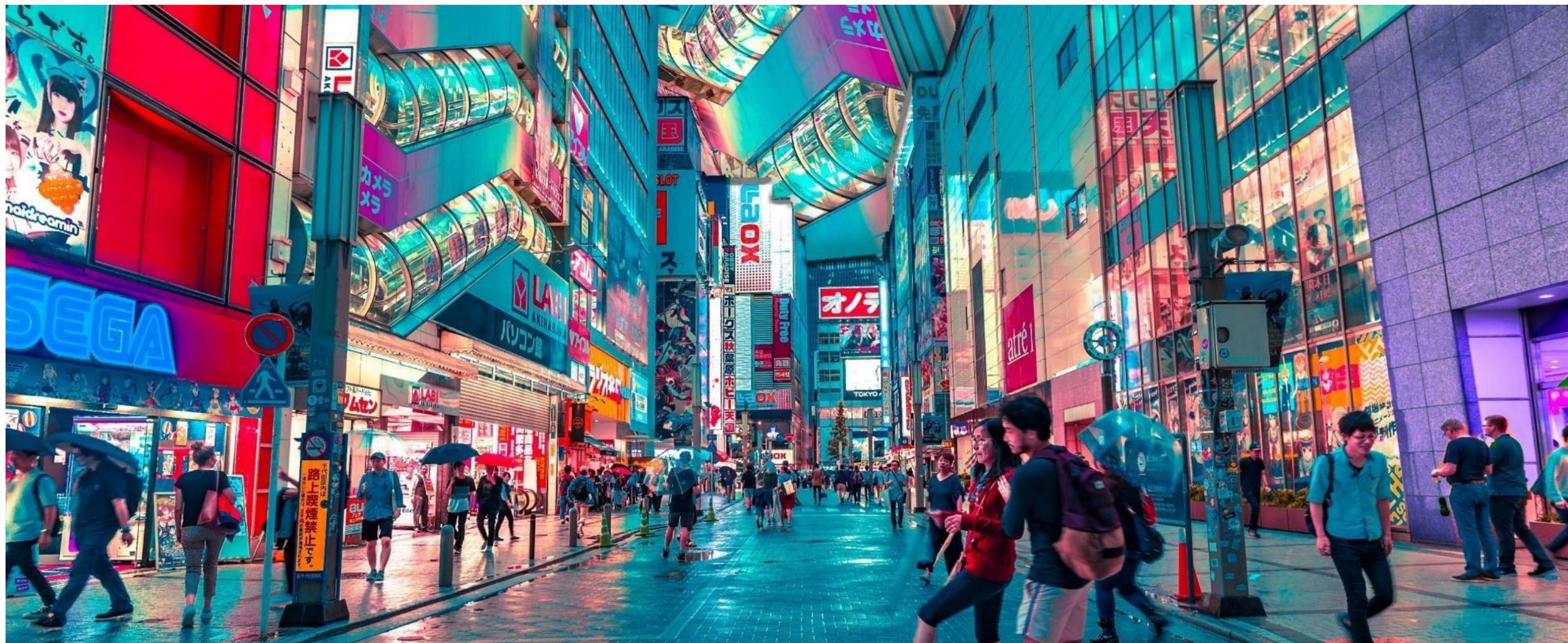


Prévision d'une croissance des voyages incentives après les élections

— Orientations stratégiques

| Cibles phares pour le marché coréen | | Intérêts majeurs | Actions spécifiques pour la région PACA |
|---------------------------------------|---|---|---|
| Clientèle FIT | <ul style="list-style-type: none"> • MZ • Couples • Jeunes femmes | <ul style="list-style-type: none"> • Nature, Art & culture, Plages, Gastronomie, Shopping, Festivals, Vélo, Sport, Golf, Lieux Instagrammables (Hébergements, cafés, restaurants...) | <ul style="list-style-type: none"> • Accueils d'influenceurs • Campagnes online avec des KOLs |
| Clientèle Groupes | <ul style="list-style-type: none"> • Seniors : notamment pour des programmes mono-destination • Famille | <ul style="list-style-type: none"> • Sites historiques et touristiques, Nature, Montagne, îles, Parcs... • Les seniors recherchent, avant tout, des destinations où la distanciation sociale est respectée. • Vols Charters | <ul style="list-style-type: none"> • Campagne de programmation de la région avec des agences de voyages/TOs • Eductour TOs • Accueils de Presse |
| Clientèle à forte contribution | <ul style="list-style-type: none"> • MZ • Honeymooners • Seniors en petit groupe | <ul style="list-style-type: none"> • Expériences insolites et exclusives, Produits/Programmes haut de gamme, Shopping, Golf, Gastronomie, Oenotourisme • En Corée du sud, le nombre de réservations d'hôtels 5* et 4* a augmenté de 54% en 2021 (vs 2020). • Vols Charters | <ul style="list-style-type: none"> • Accueils d'influenceurs • Campagne de promotion ciblant les honeymooners • Magazine dédié Luxe : « Explore France » |

LE MARCHÉ JAPONAIS



LE JAPON EN QUELQUES CHIFFRES

Général :



3eme économie mondiale
126,3 M habitants



PIB par tête : 35 200 EUR (2020)



3,4% de croissance sur l'exercice 2021-2022
(Prévisions BoJ)

Une monnaie valeur-refuge



Entreprises riches et stable : peu de faillites
Evolution lente des modes de travail
Taux de chômage 2,8%(novembre 2021)

Tourisme :



32,5% de seniors à l'aise financièrement et libres de voyager
(+ de 65 ans avec + de 180 000€ d'épargne par foyer. Chiffre du ministère de l'intérieur, 2020)



12 millions de 20-29 ans



20,1 millions de séjours à l'étranger en 2019, record historique



Une croissance rapide avant le covid : +5,9% de séjours à l'étranger en 2019

— CONTEXTE SANITAIRE

Mesures mises en place

1. Fortes **restrictions aux frontières** : nombre de vols et nombre de passagers plafonnés.
2. Quarantaine obligatoire dont **6 jours dans un hôtel** désigné par le gouvernement
3. Suivi strict des montées des cas de covid : mise en place rapide de **l'état d'urgence ou de pré-état d'urgence** au cas par cas pour chaque région

Vers la réouverture ?

1. Possibilité pour les Japonais et résidents étrangers de **sortir et entrer sur le territoire**
2. Assouplissement de la quarantaine passée **de 14 à 10 jours** pendant la semaine du 10 février
3. Population **vaccinée à 79,2%**, assez peu de cas, peu d'hospitalisations et des restrictions moins strictes que lors des premiers états d'urgence

DISTRIBUTION / DESSERTE

Distribution :

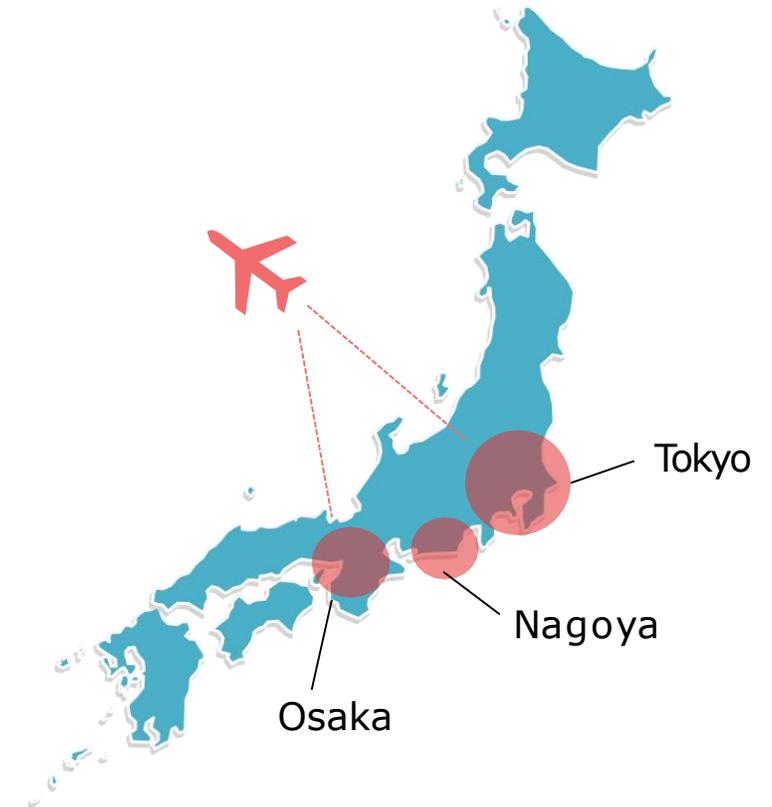
- Un certain nombre de faillites mais **pas parmi les grands acteurs**
- Réduction de salaires, chômage partiel, fusions, réorganisations, acquisitions, déménagements...
- L'industrie endure grâce aux **aides publiques**, à la diversification d'activités, aux réductions de masse salariale, aux partenariats avec d'autres secteurs (vaccination, retail, agriculture...)

Desserte :

AF : 10 vols par semaine (Janvier 2022) : planning de vol revu tous les 2 mois. Augmentation envisagée en prévision d'une reprise des flux en juin

JAL : vols quotidiens (Haneda-CDG)

ANA : 3 vols par semaine (Haneda-CDG)



Desserte Japon - France :
Haneda Airport (Tokyo)-CDG
Narita Airport (Tokyo)-CDG
Kansai Airport (Osaka)-CDG

FORMAT DE LA REPRISE

Voyage en
groupe



- + Encadré par le guide et l'agence de voyage en cas de problème
- Déplacement en groupe, contact prolongé avec beaucoup de personnes

Voyage
individuel



- + Déplacement seul, peu de contacts
- Seul sur place en cas de problème

Séniors



- + Ne peut pas repousser éternellement son voyage
- + Budgets importants
- + Génération de grands voyageurs
- Craint fortement le corona

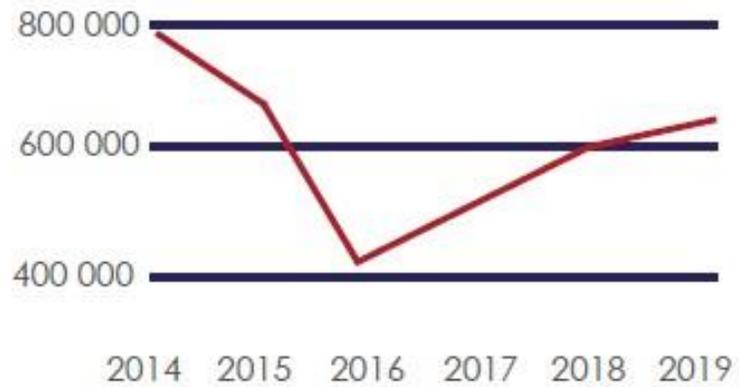
Jeunes



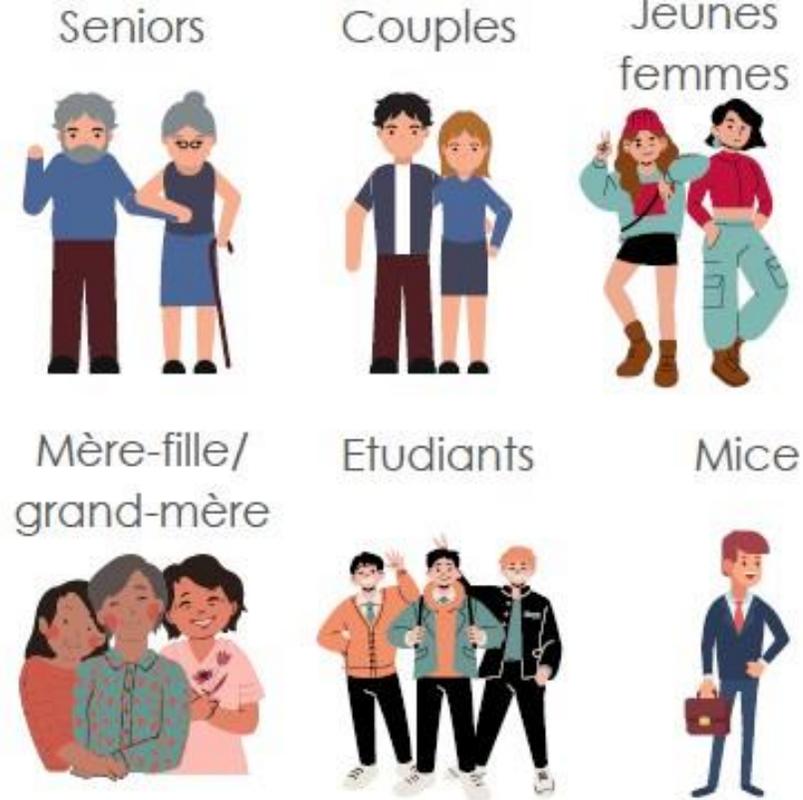
- + Ne craint pas tant que ça le corona
- Dépendance financière
- N'est pas habitué à voyagé
- Peut repousser son voyage

LA CLIENTELE JAPONAISE

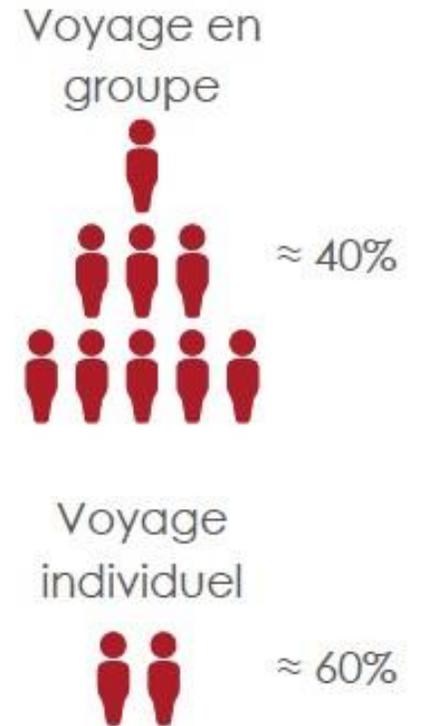
Nombre de touristes



Segments de clientèle



Type de voyage

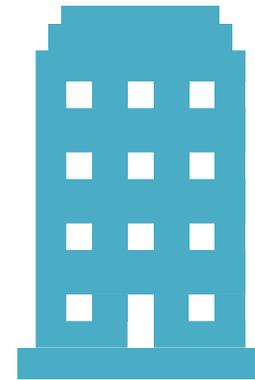


Taux d'intermediation $\approx 85\%$

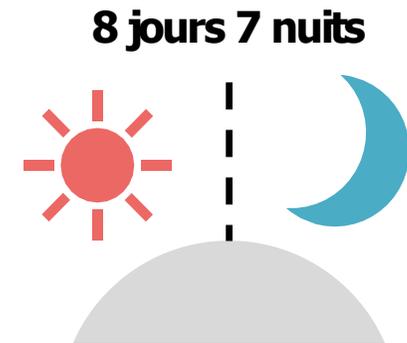
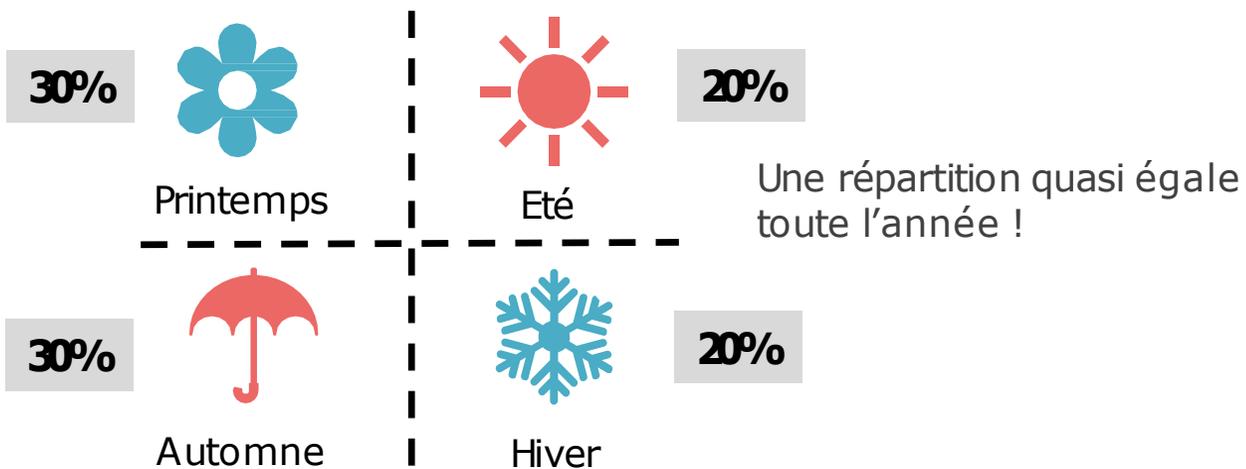
LES HABITUDES DE VOYAGE DES TOURISTES JAPONAIS



- Pour les actifs, un calendrier rythmé par les jours fériés (principalement fin mai et mi-septembre)
- Pour les retraités et femmes au foyer, des disponibilités toute l'année
- Pour les jeunes, début d'année avec les vacances universitaires



Une clientèle appréciant le confort et les hébergements de grand standing



8 jours 7 nuits

Des séjours qui ont tendance à se rallonger. Près de 7 nuitées en moyenne !

— CE QUE RECHERCHE LA CLIENTELE JAPONAISE

Diversité des paysages



Monuments célèbres et inscrits au patrimoine de l'Unesco



Art



Mode



Gastronomie



Culture (art de vivre)



Thématiques niches :

- Ski
- Golf
- Architecture
- Cyclisme,
- Randonnée
- Spiritualité....

RUGBY WORLD CUP 2023

Plusieurs occasions de gagner en visibilité grâce à la compétition dès 2022 :

- Des **matches amicaux** Japon-France à Tokyo et en région
- Accord de principe de **collaboration avec la fédération japonaise** de rugby pour faire de la communication croisée (actions Atout France)
- Evènement avec une **agence officielle locale** et **l'équipe nationale** japonaise (actions Atout France)
- Début de la communication B2C au travers d'une **campagne en ligne à J-365** (actions Atout France)



— MONTÉE DE L'OUTDOORS ET DU TOURISME DURABLE

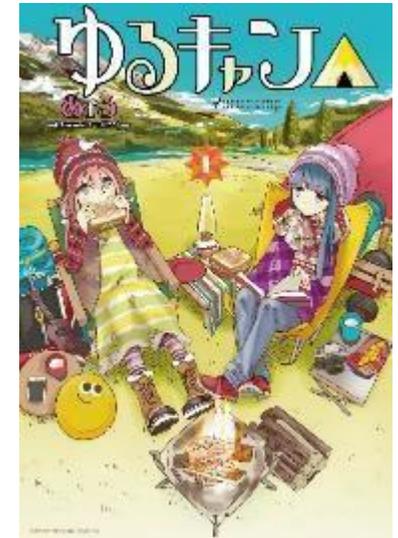
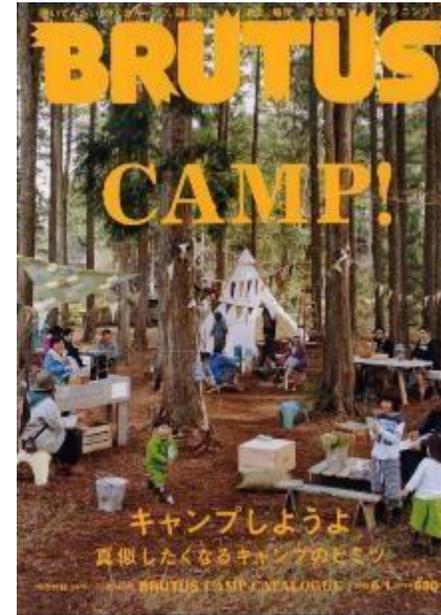
L'outdoors a grandement gagné en popularité, notamment grâce au **boom du camping**. Publicité utilisant pour scène un camping, émissions spéciales outdoors, magazines sur le camping et même manga : l'outdoor devient une partie intégrante de la culture japonaise, tiré par le **besoin d'évasion en période de covid**.

La pratique du vélo au Japon :

54% des japonais possèdent un vélo (2020), 7^{ème} pays du classement vélo/personne, devant la France. *

17% des possesseurs de vélo ont un vélo avec **assistance électrique** (chiffre en augmentation par rapport à 2018) *

55% des Japonais ont déjà fait du tourisme à vélo**



* Ministère du Territoire, des Infrastructures, des Transports et du Tourisme

** Recensement national sur la pratique du vélo 2021. 10 000 interrogés

— MONTÉE DE L'OUTDOORS ET DU TOURISME DURABLE

Le durable est primordial lorsqu'il s'agit du voyage



Je veux voyager plus durablement, en conséquence de la pandémie



Booking.com

Quels efforts voulez-vous faire en voyage pour être durable ?



Booking.com



Field Style, plus grand salon outdoors du Japon : près de 50 000 personnes par édition avant covid

A T O U T
F R **A** N C E

Agence de développement
touristique de la France