



Présentation

Marché Japonais 2019

- Atout France
- CRT Paris Ile-de-France

Présentation Atout France



SOMMAIRE

CONTEXTE ET FONDAMENTAUX DU MARCHÉ

LA FRANCE SUR LE MARCHÉ JAPONAIS

L'ACTUALITE ET LES PERSPECTIVES D'AVENIR

PRÉAMBULE

- ✓ Le marché japonais vers l'Europe et la France a été impacté en 2015 et 2016 comme jamais dans son histoire...
- ✓ ...Mais la reprise s'est manifestée dès 2017 et la France a retrouvé une croissance forte. Même si le retour à la normale n'est pas encore complet, la crise est clairement derrière nous
- ✓ Une crise est aussi une période d'opportunités et celle-ci a permis des avancées inédites sur le marché japonais avec nos partenaires de l'industrie et des médias
- ✓ La nécessité de soutenir la reprise mais aussi celle de s'adapter aux changements plus structurels, comme la séniorisation de la population ou le relatif renfermement des jeunes, nous obligent à repenser de façon plus dynamique notre approche marketing
- ✓ La crise des gilets jaunes est un nouveau et très réel problème mais démontre aussi la résilience du marché et la solidité de notre attractivité
- ✓ 2019, une année marquante car **le Japon change d'ère**

A bronze statue of a leaping dog (Inu no Kaminari) is the central focus, positioned in front of a series of orange torii gates. The dog is depicted in a dynamic, leaping pose, with its mouth open and a wooden pipe protruding from it. The background features a traditional Japanese shrine setting with more torii gates and a stone structure. The text "CONTEXTE ET FONDAMENTAUX DU MARCHÉ" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the image.

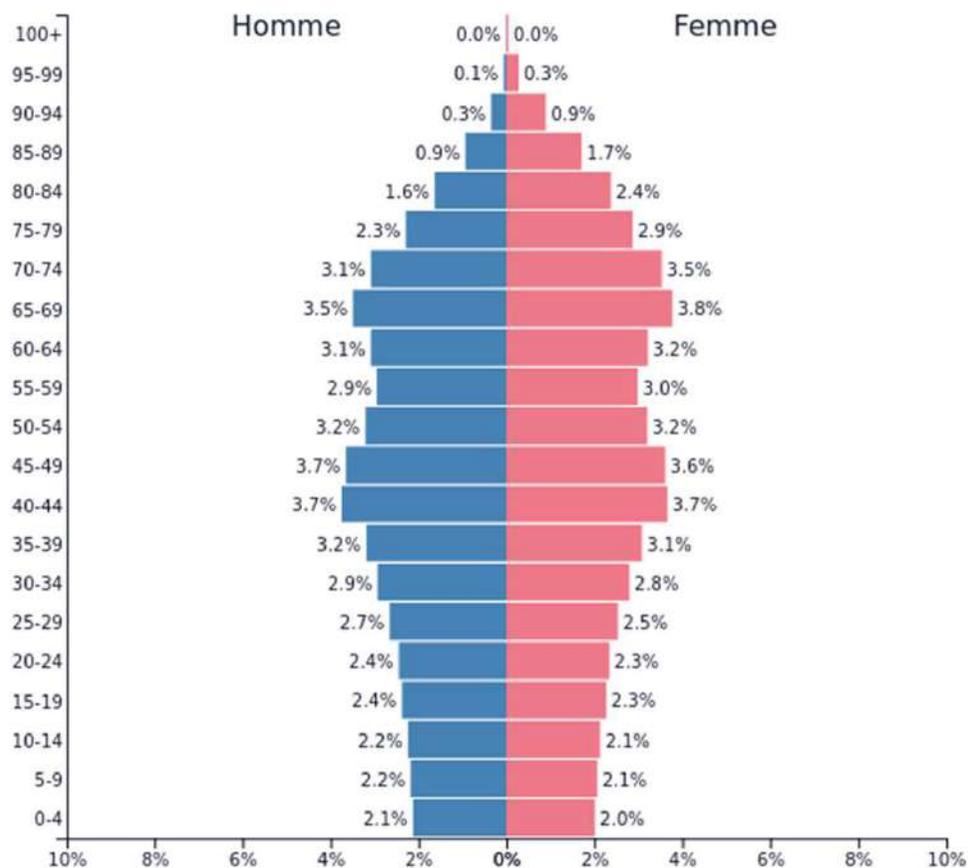
CONTEXTE ET FONDAMENTAUX DU MARCHÉ

1. CONTEXTE ECONOMIQUE & SOCIAL

CONTEXTE ECONOMIQUE & SOCIAL

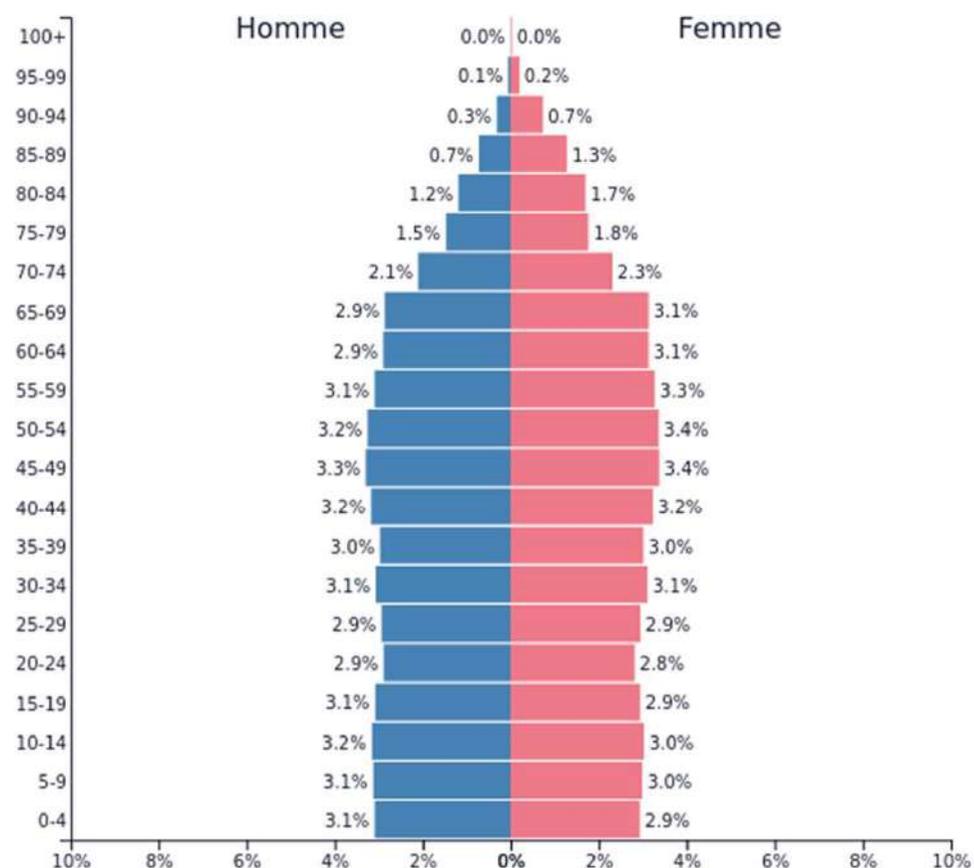
- ✓ **Stabilité politique** : le Premier Ministre Shinzo Abe, une stabilité impressionnante
- ✓ Les relations diplomatiques entre le Japon et l'Asie sont *relativement* calmes
- ✓ **La 3^e puissance économique mondiale**
- ✓ **Politique économique (Abenomics)** : des ambitions (soutenir la natalité, accompagner le vieillissement de la population, développer le tourisme inbound, soutenir la croissance par la dépense publique, mieux répartir la richesse entre les générations, améliorer le mode de travail...) mais un succès partiel
- ✓ **La croissance est réelle** : 0.5% à 1%
- ✓ La consommation des ménages ne repart pas, l'inflation non plus
- ✓ **Le chômage est inexistant (2,5%)** mais la précarité importante, notamment chez les jeunes
- ✓ Les exportations soutiennent la croissance, les entreprises investissent à l'étranger
- ✓ Les problèmes de main d'œuvre sont devenus une réalité
- ✓ **Prendre des congés, l'éternel problème malgré les réformes du mode de travail**

DEMOGRAPHIE



Japon - 2017
Population: **126,045,211**

PopulationPyramid.net



France - 2017
Population: **64,938,715**

PopulationPyramid.net

2. CONTEXTE TOURISTIQUE

CONTEXTE TOURISTIQUE

⇒ Inbound 2018 : de nouveaux records

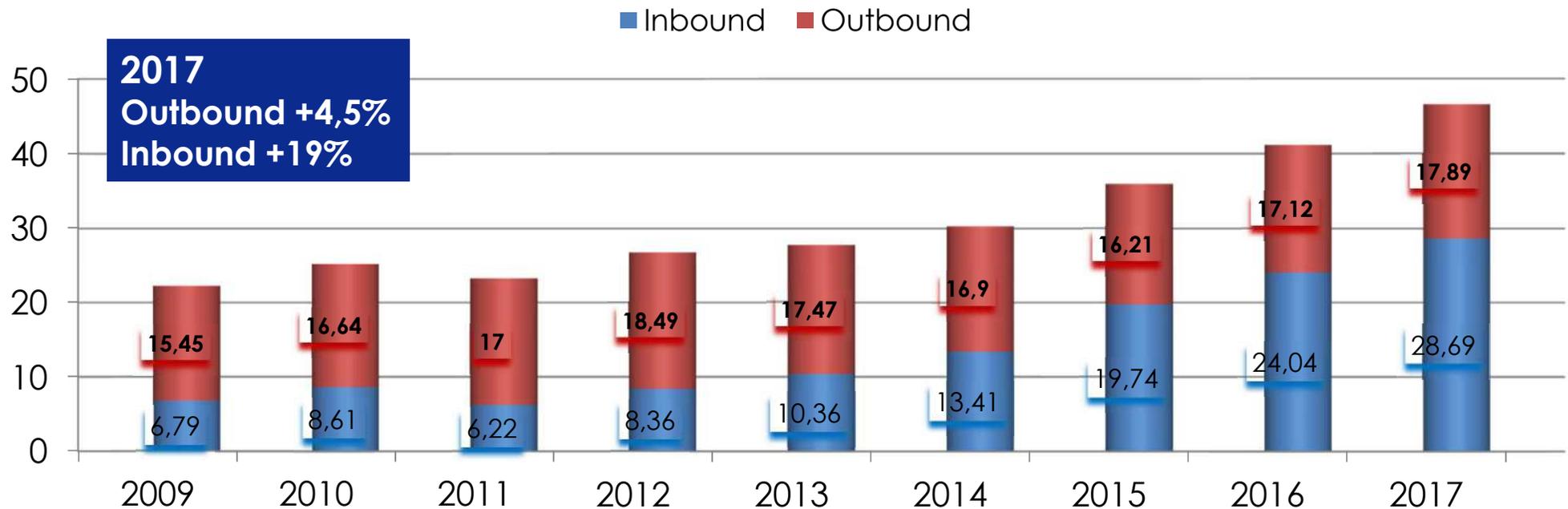
- Nouveau record des arrivées de voyageurs étrangers :
- 31,1 M (+7,7% vs 2017) après 5 années déjà record
- Chiffre record des touristes européens au Japon : plus de 310 000 visiteurs français en 2018 ...contre 70 000 il y a 6 ans !
- L'effet Yen
- L'effet génération manga
- Maintien de la croissance à +7,7% début 2019
- Objectif 2020 (Année des JO) revu à la hausse : 40 M de touristes !

CONTEXTE TOURISTIQUE

⇒ Outbound 2018 : une croissance soutenue

- 19 M de séjours à l'étranger (+6%) : la croissance annuelle accélère (+4.5% entre 2017 et 2016) mais elle est surtout générée par les destinations proches
- Plus que les jeunes, ce sont les seniors qui permettent cette progression
- Principales destinations : Corée (incertaine), Hawaii, Taiwan, Asie du Sud-est... En Europe : France, Italie, Allemagne, Espagne...

INBOUND VERSUS OUTBOUND



Rupture historique : en volume, depuis 2015, le Japon est devenu une destination plus qu'un marché émetteur

Un ensemble de raisons : le taux du Yen, la croissance économique des voisins chinois, coréens et de l'ASEAN, la facilitation des visas, des efforts de promotion...

3. FONDAMENTAUX DU MARCHÉ

LES BASSINS ÉMETTEURS

- Un **bassin très dominant** pour toutes les clientèles :

Tokyo

- Un **bassin secondaire** et plus en retrait : **Osaka - Kobe**

- **Nagoya**, un marché intéressant pour le tourisme d'affaires

- **Fukuoka**, le bassin de clientèle le plus jeune

...et le reste



CATEGORIES D'ACTEURS ET CADRE JURIDIQUE

⇒ TO versus AGV

- Des rôles complémentaires
- 5 grands TO
- Une dizaine de grandes agences de voyage mais un marché morcelé et de nombreuses agences spécialisées

⇒ Le cadre juridique

- Les agences de voyage sont responsables du moindre changement de programme ...Mais le droit évolue un peu
- Annulation sans frais jusque 30 jours avant le départ: lobbying de la JATA

PRINCIPAUX TOUR-OPERATEURS

1. MIKI TOURIST

Tour-opérateur japonais appartenant au groupe H.I.S.
Vend ses excursions via internet sous la marque MYU BUS

2. KUONI JAPAN

Tour-opérateur ayant fusionné avec Gulliver's Travel, fait désormais partie du groupe JTB
Egalement de plus en plus de ventes B2C

3. G2 TRAVEL JAPAN

Tour-opérateur en développement issu de la fusion Kuoni / Gulliver. Depuis sa création en 2013, "Gulliver's 2" renforce sa présence auprès des agences de voyages

4. TUMLARE

Spécialiste des voyage en Europe de l'ouest

5. EMI TRAVEL

Spécialiste des produit autour de Paris, excursions, expériences, etc.

PRINCIPALES AGENCES DE VOYAGE

1. Groupe JTB

JTB World Vacations, JTB Media Retailing, JTB Royal Road, JTB Merchandizing ...

2. H.I.S

Agence dynamique qui travaille souvent avec les médias

3. HANKYU TRAVEL INTERNATIONAL

Agence traditionnelle basée à Osaka

4. CLUB TOURISM - KINKI NIPPON TOURIST

Club Tourism - spécialiste du voyage séniors / Kinki Nippon Tourist - spécialiste du voyage d'affaires en groupes ou FIT

5. NIPPON TRAVEL AGENCY

Agence traditionnelle très orientée mass market et primo-visiteurs

LA VENTE EN LIGNE : LES O.T.A.

1. Plateformes généralistes

Expédia, Rakuten Travel, Rurubu Travel, AB-Road (groupe Recruit)

2. Spécialistes hôtels

Agoda, Booking.com, Hotels.com

3. Agences en ligne

Tabikobo

Veltra (spécialiste des excursions)

ST-World (jeunes)

Apple World (excursions et hôtels)

Globe-Trotter (section voyage du guide *Chikyu no Arukikata*)

JHC (excursions et hôtels)

IACE Travel

DeNA Travel

La part de marché du Online (domestique + étranger) est de l'ordre de 40% en valeur

A photograph of two women in traditional Japanese kimonos sitting at a table. The woman on the left is wearing a kimono with a green and white floral pattern and is holding a small object. The woman on the right is wearing a yellow kimono with a purple and orange floral pattern and is holding a green cup. The scene is set indoors with a window in the background. The text "LA FRANCE SUR LE MARCHE JAPONAIS" is overlaid in white on the image.

**LA FRANCE SUR LE
MARCHE JAPONAIS**

1. POSITIONNEMENT

DESTINATION FRANCE : UNE PLACE ESSENTIELLE

- **La destination-clef en Europe**, sans laquelle le reste de l'Europe ne peut que difficilement être vendu
- Destination **regroupant la quasi-totalité des éléments que recherchent les voyageurs japonais** (programmation culturelle et artistique, patrimoine historique, paysages, shopping, gastronomie et vin...)
- Deux pays / destinations **éloignées culturellement mais tout de même proches**, dans leur rapport à l'histoire, à la gastronomie, à la culture...
- **Une popularité au Japon qui ne se dément pas** : pâtisserie, vin, design, culture, chanson... (distincte de la popularité comme destination touristique) : sur la durée, la France maintient bien ses parts de marché
- De par son positionnement premium, prestigieuse, la France est le **meilleur générateur de marge commerciale** de l'industrie japonais du tourisme
- « **Perdre** » la France serait un coup très dur pour l'industrie japonaise du tourisme, **JATA** et les agences sont d'autant plus prêtes à travailler avec nous

ARRIVÉES DES JAPONAIS EN FRANCE

ARRIVÉES

2010	576 000	
2011	593 000	
2012	707 000	
2013	661 000	
2014	784 000	
2015	682 000	
2016	411 000	-42% !
2017	500 000	+18% (F) / +33% (PIDF)
2018	+15-20% vers 600 000 ?	

Durée moyenne de séjour : **6,6** nuitées
en légère augmentation

LA DESSERTE AÉRIENNE

- **Narita et Haneda**, 2 aéroports pour une seule ville
- **Entre 6 et 7 fréquences quotidiennes directes** au départ du Japon (Tokyo Narita, Tokyo Haneda, et Osaka) par **3 compagnies aériennes** (ANA, JAL et Air France), actuellement 45 vols / semaine
- **Problème majeur : saturation de la capacité en desserte directe**
- Fermeture du vol Narita-CDG de JAL fin octobre 2017 compensée en 2018 par une augmentation AF de + 19,8%.
- AF : une nouvelle augmentation prévue pour avril 2019
- Le tourisme étranger et le rééquilibrage des « têtes de lignes », un challenge pour le tourisme vers l'Europe
- La chance historique des dessertes indirectes :
 - QATAR Airways
 - FINNAIR et Turkish Airlines développent également leurs lignes vers l'Europe via Helsinki et Istanbul
 - IBERIA de retour depuis octobre 2016 (3 vols par semaine sur Madrid)
 - AEROFLOT est aussi une option

2. SEGMENTATION DE LA CLIENTÈLE

LA CLIENTÈLE JAPONAISE

- ⇒ Une **clientèle aisée et très agréable** : savoir-vivre, attitude, curiosité, politesse, élégance, fidélité...
- ⇒ ...N'est pas pour autant une clientèle qui ne se plaint pas !
- ⇒ Des attentes importantes liées au niveau de service au Japon
- ⇒ Une **grande vulnérabilité à l'imprévu et à l'insécurité**
- ⇒ La **gastronomie** est un sujet central
- ⇒ **Hébergement** de 3 à 5* avec une majorité en 4*
- ⇒ **Certaines choses ne changent pas** : les lits jumeaux, la baignoire, les pantoufles, la pratique de l'anglais...

LA CLIENTÈLE JAPONAISE

- ⇒ En proportion, davantage de seniors et de femmes, moins de jeunes et peu de familles avec enfants
- ⇒ De nombreux repeaters, et parfois des repeaters « extrêmes », qui doivent être différenciés des first-timers
- ⇒ Une clientèle de plus en plus diversifiée dans ses attentes, de plus en plus demandeuses d'activités...
- ⇒ Des Japonais très connectés mais qui n'achètent pas toujours en ligne
- ⇒ Un équilibre entre les groupes, dont la taille réduit progressivement, et les FIT, en progression
- ⇒ Pour tous, un taux d'intermédiation qui demeure très élevé

FOCUS : CLIENTÈLE FÉMININE

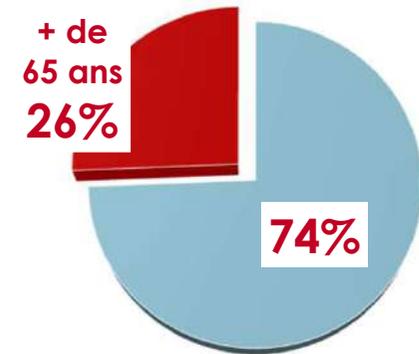
- Une offre spécifiques pour les femmes (thématiques, FIT...)
- **Joshitabi** chez **H.I.S** et **JTB**
- Ohitori Sama Tabi chez **Club Tourism** : des produits pour les femmes seules (Paris, PACA, Alsace, Pays Basque, Occitanie, Champagne)
- **Asahi Sun Tours** : voyages en groupes pour les femmes uniquement
- **HIS** : voyage à Lyon sur la gastronomie



Produit JTB pour les femmes

FOCUS : LES SENIORS

⇒ Silver Economy : **le poids des séniors s'accroît** (26% des Japonais qui représentent 45% de la consommation)



⇒ Les séniors voyagent beaucoup

- Le voyage est leur premier loisir (voyages domestiques et à l'étranger)
- Ils voyagent plus longtemps et plus facilement
- Ils sont à la recherche d'expériences sophistiquées

⇒ Les séniors dépensent 2,5 x la moyenne nationale pour leurs voyages

⇒ **Il n'y a plus une mais des clientèles seniors**

Nikko Travel, spécialiste des séniors prépare ainsi 3 catégories de produits selon la capacité motrice des clients :



Confort 1 : Pour ceux qui peuvent marcher sans restriction

Confort 2 : Pour eux qui peuvent marcher s'il n'y a pas d'escalier ou de pente

Confort 3 : Pour ceux qui ne peuvent pas marcher par eux-mêmes

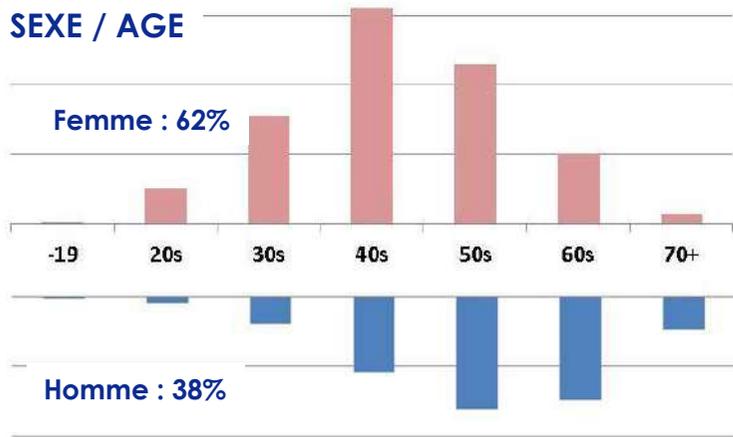
AUTRES SEGMENTS DE CLIENTÈLE

- ⇒ **Les Millenials** : un marché difficile à conquérir mais essentiel pour l'avenir
- ⇒ **La clientèle étudiante** : une saisonnalité intéressante mais en évolution, une clientèle dépendante et donc plus fragile
- ⇒ **La clientèle d'Affaires** : 15% du total ? L'utilisation de lieux originaux tels que musées et monuments historiques est de plus en plus demandée, « L'after-business » est essentiel, la concurrence allemande puissante
- ⇒ **Les voyages de nocces** : une clientèle (étonnamment) diversifiée, forte concurrence de l'Italie
- ⇒ **Les skieurs, les golfeurs, les cyclistes, les randonneurs, les oenophiles** et autres clientèles de niche

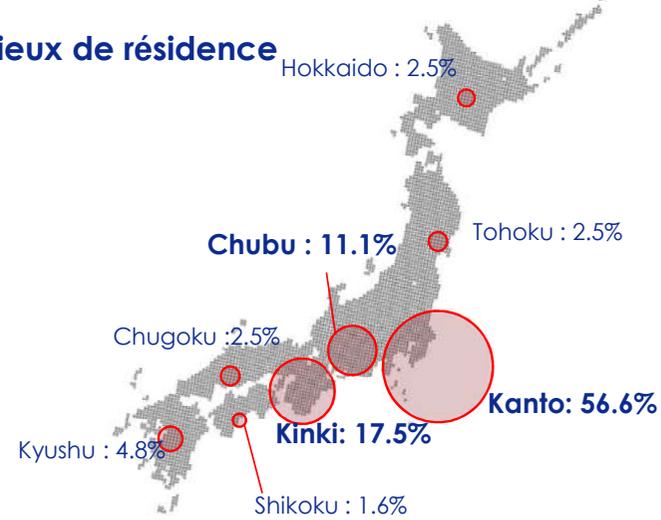
3. PROFIL DU VISITEUR JAPONAIS

PROFIL DU VISITEUR JAPONAIS EN FRANCE

SEXE / AGE

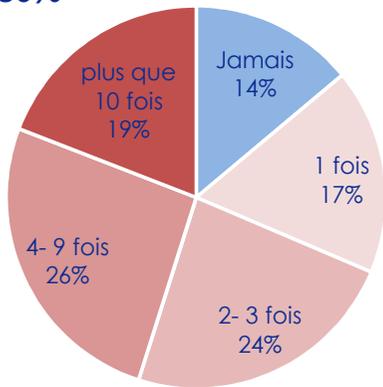


Lieux de résidence

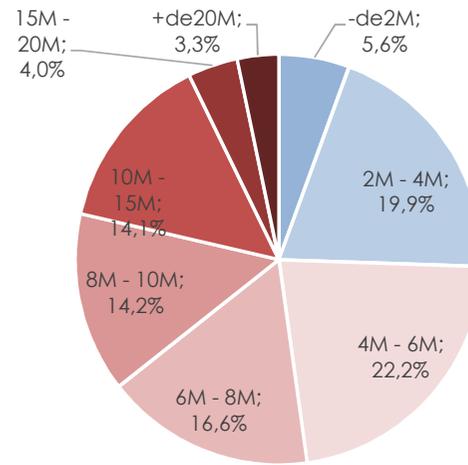


Abonnés: êtes-vous déjà allé en France?

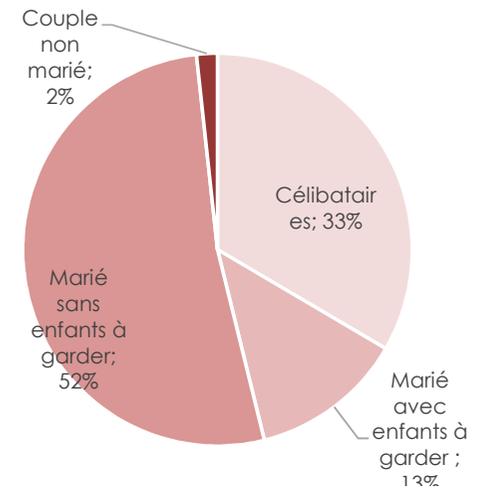
- Oui 86%



Abonnés: Revenus / foyer



Abonnés: Situation familiale



ENQUETE PROFIL ABONNÉS E-NEWSLETTER

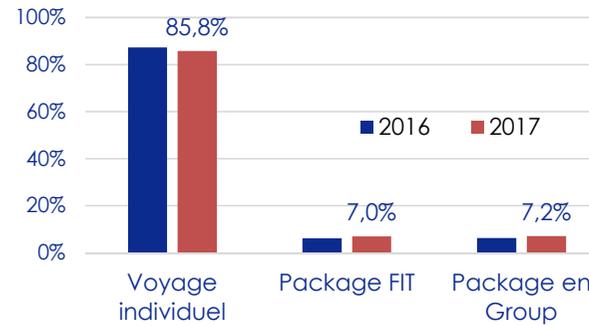
Ces données et analyses sont issues de notre enquête en ligne annuelle et sont basées sur 5 585 résultats complets (sur env. 66 500 contacts). L'enquête a été faite en langue japonaise par e-newsletter le 30 mars 2018. La population est la base de données de consommateurs d'Atout France au Japon.

PROFIL DES ABONNÉS PARTIS EN FRANCE EN 2017*

Période de voyage

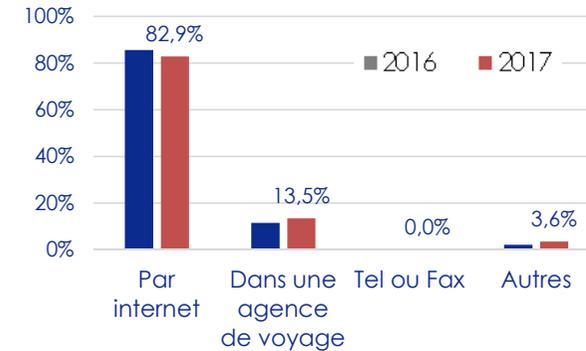


Formule de voyage

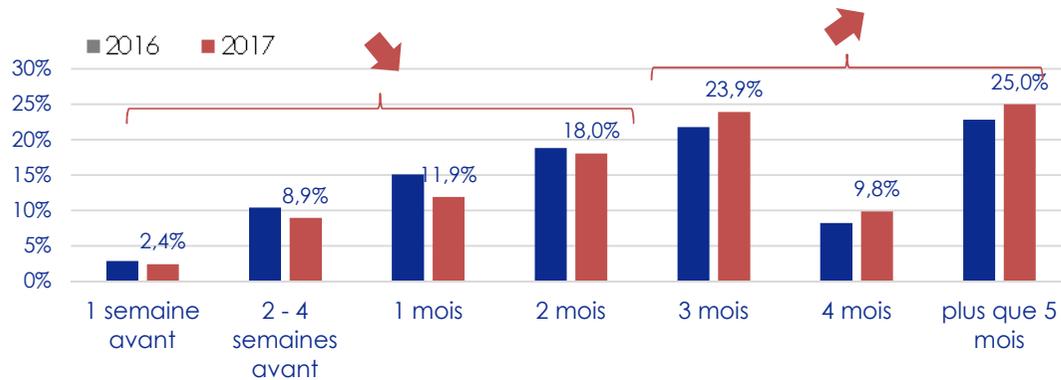


ORGANISATION

Moyen de réservation

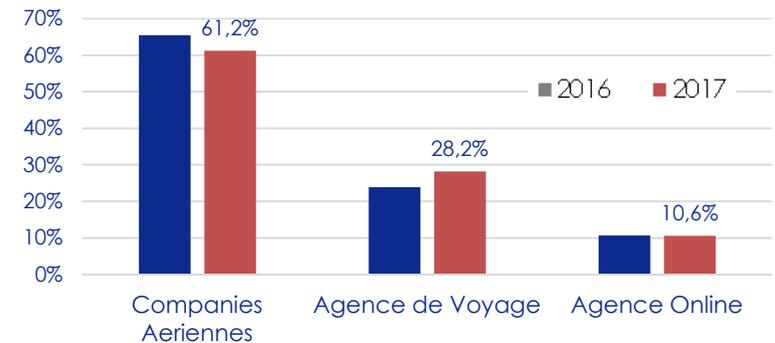


A quel moment avez-vous réservé votre voyage?



Augmentation des réservations antérieures à 3 mois
La réservation est faite plus tôt qu'en 2016.

Types d'agences pour la réservation

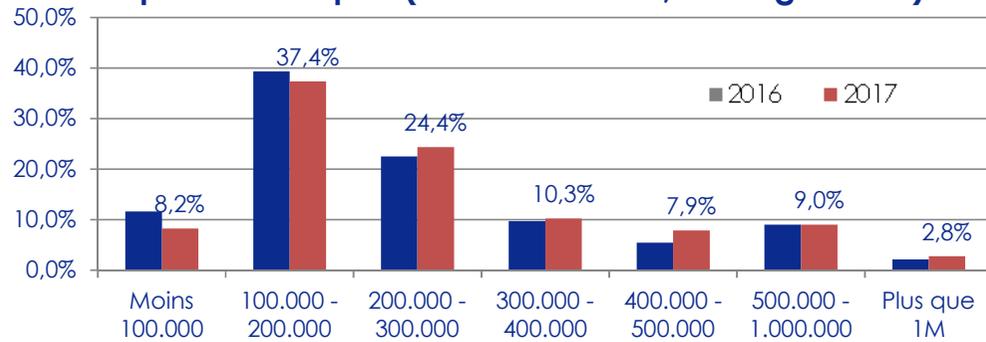


Les agences classiques progressent

* 1 209 réponses positives sur 5 585 répondants (soit 22%)

PROFIL DES ABONNÉS PARTIS EN FRANCE EN 2017*

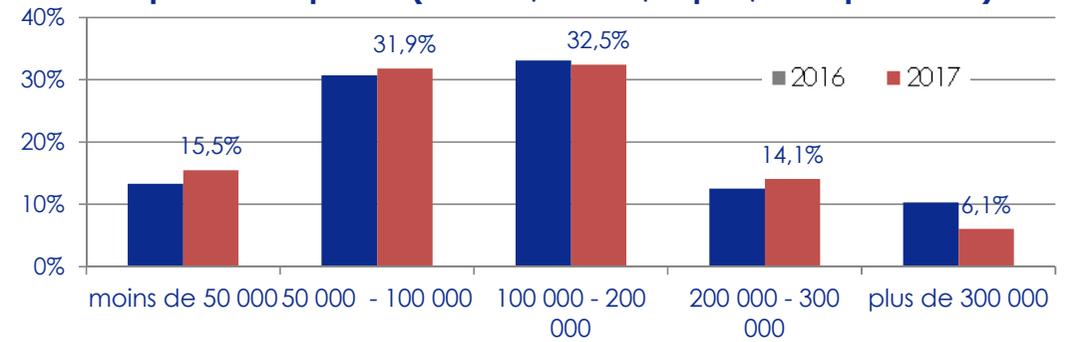
Dépense au Japon (réservation vols, hébergements)



En hausse sur les plus de 400 000 JPY

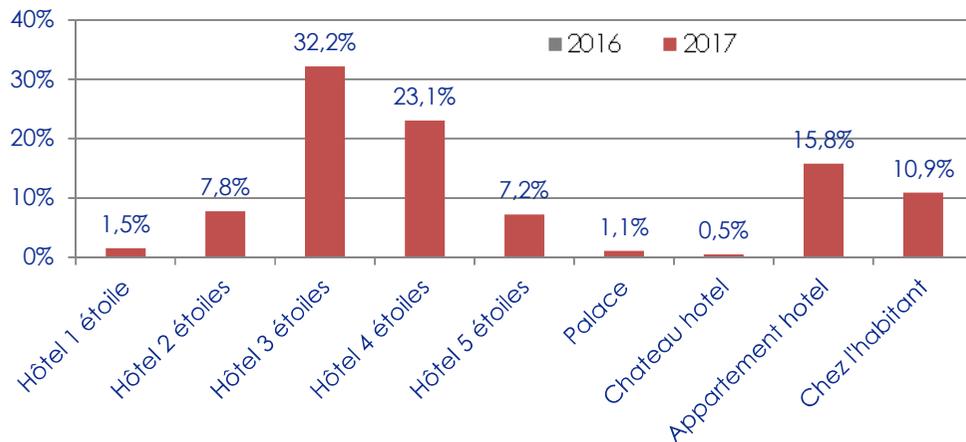
DEPENSE

Dépense sur place (achats, visites, repas, transports etc)

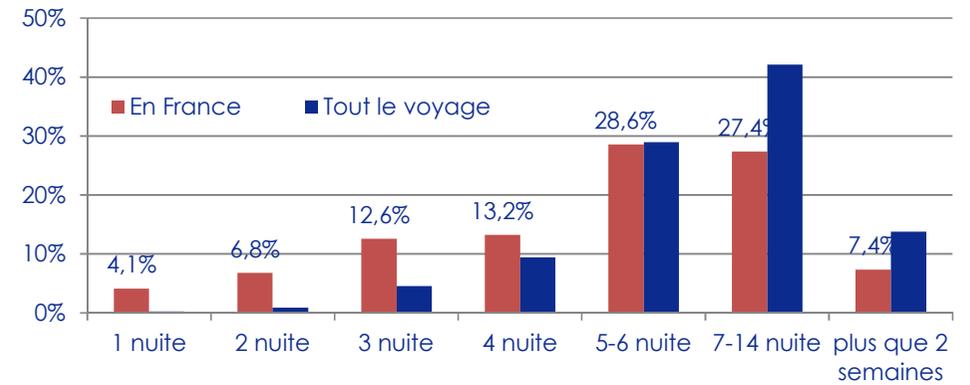


En baisse sur les plus de 300 000 JPY

Type d'hébergement

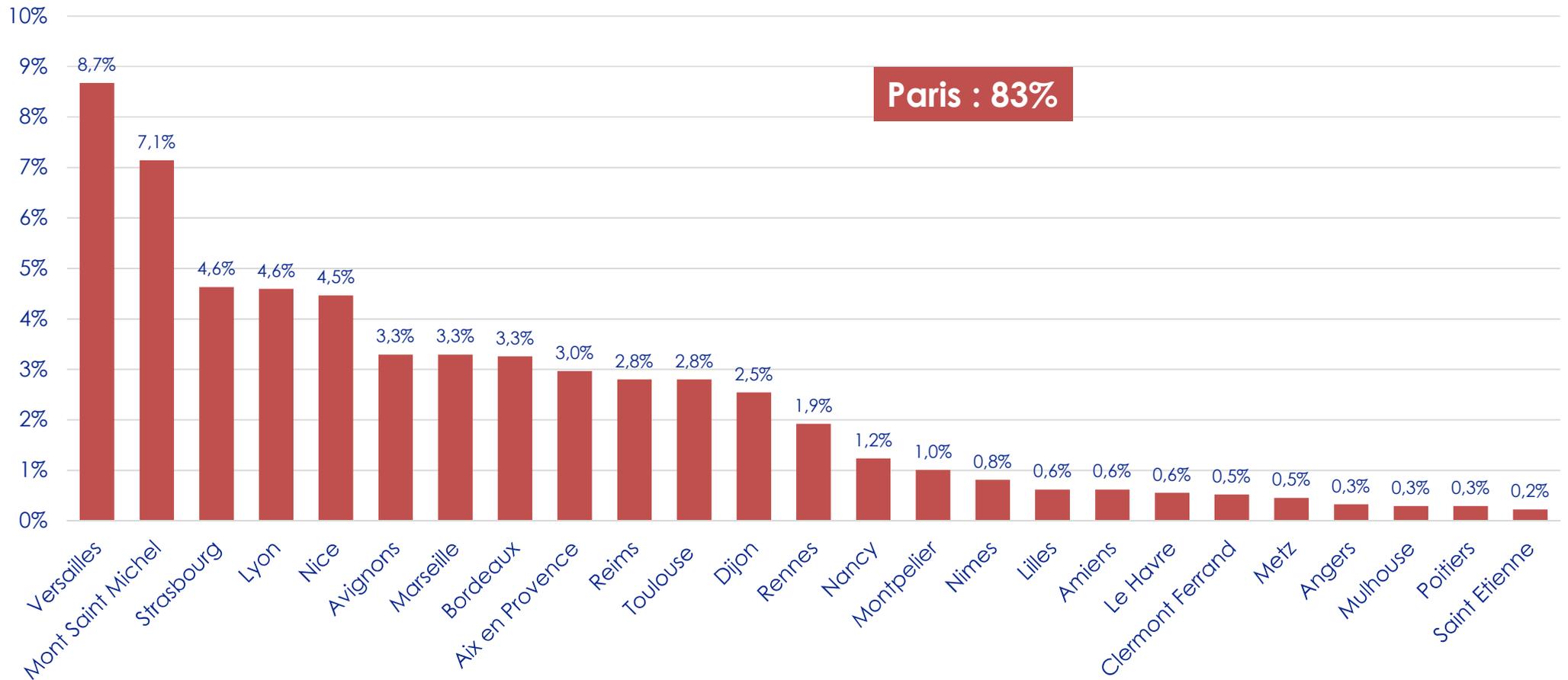


Nuitées lors des séjours en France et multide destinations



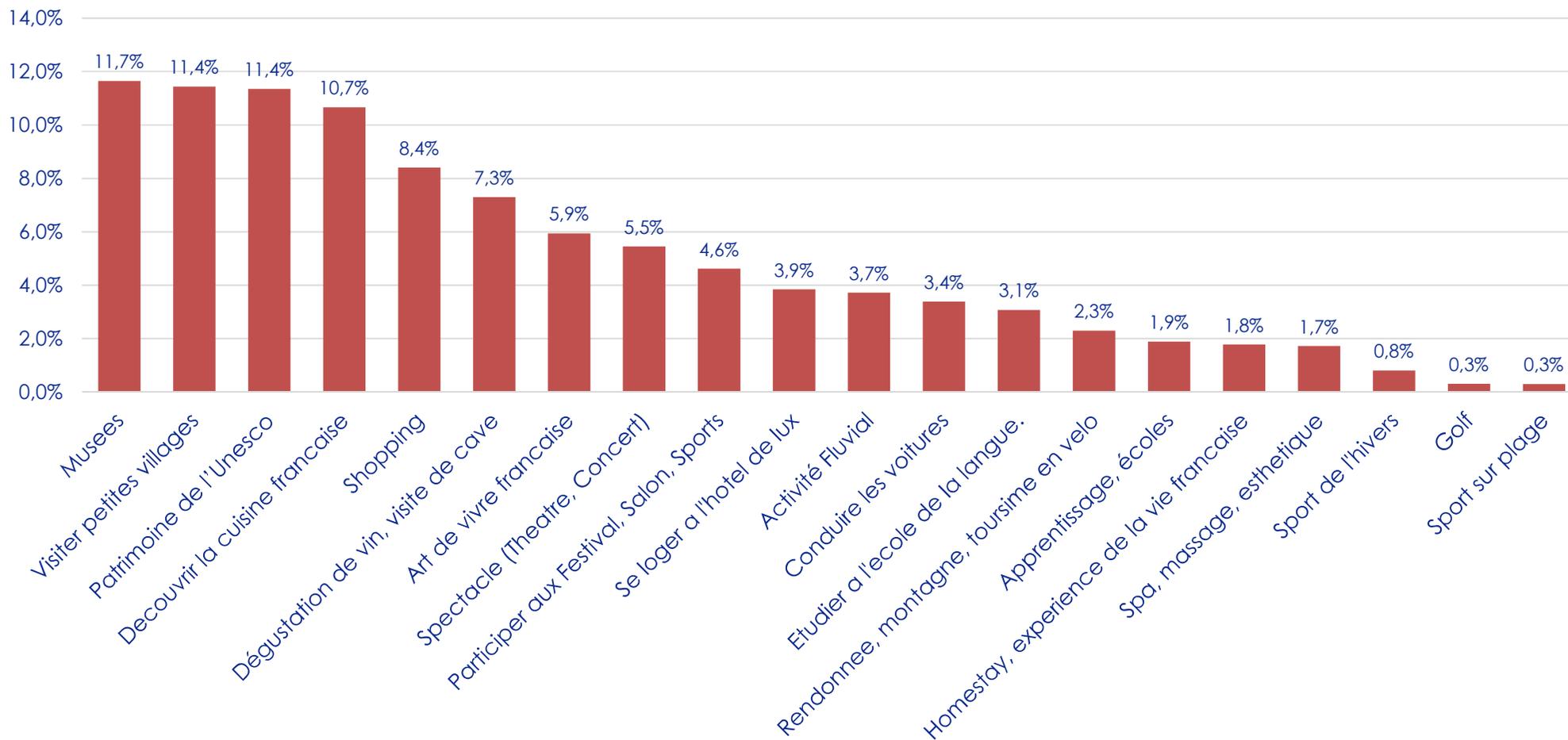
* 1 209 réponses positives sur 5 585 répondants (soit 22%)

France: les villes visitées



* 1 209 réponses positives sur 5 585 répondants (soit 22%)

Les activités recherchées en France

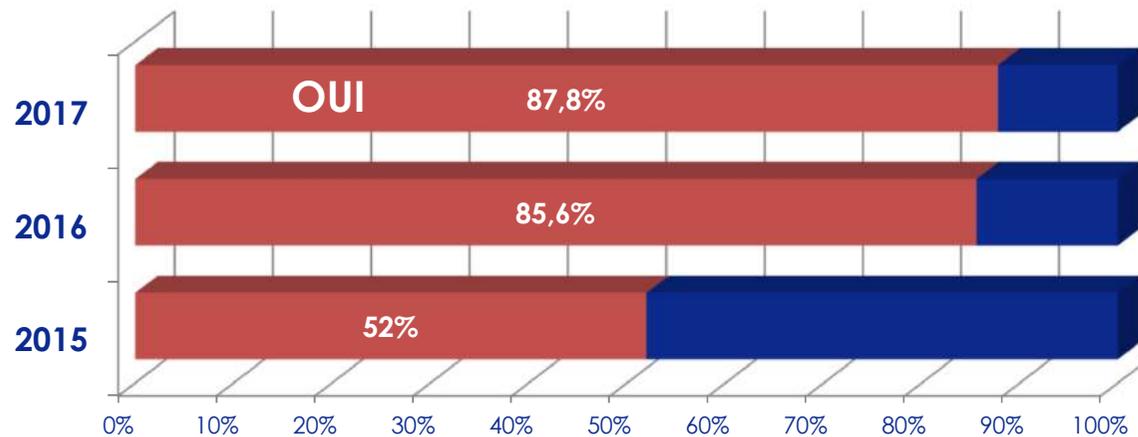


* 1 209 réponses positives sur 5 585 répondants (soit 22%)

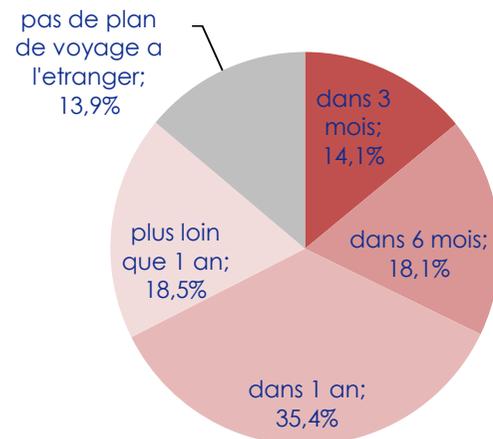
PROFIL DES ABONNÉS PAS PARTIS EN FRANCE 2017*

PROCHAINS VOYAGES

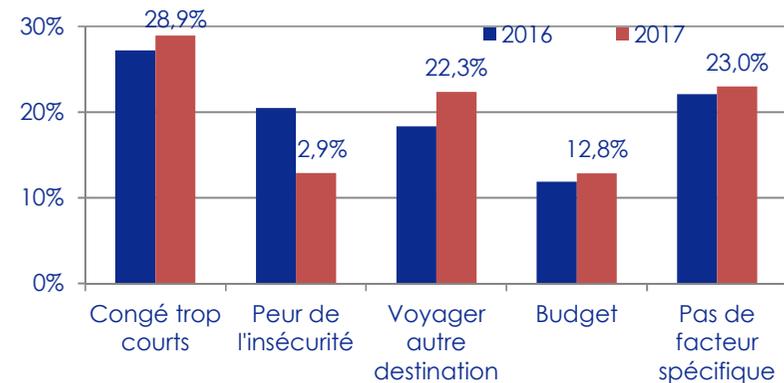
Si vous décidez de partir à l'étranger, prévoyez-vous votre prochain voyage en France ?



Quand planifiez-vous votre prochain voyage à l'étranger ?



Vos raisons pour ne pas voyager en France



Baisse remarquable de « Peur de l'insécurité »

* 4 376 réponses négatives sur 5 585 répondants (soit 78%)

4. LES THÉMATIQUES

UNE PROGRAMMATION DE PLUS EN PLUS EN PROFONDEUR

フランス

優しい魅力が溢れる
美しい村々

歴史と共に歩んできたヨーロッパの美しい小さな村々。洗練された格式あるホテルで、そして美味しいおもてなしを堪能。心ゆくまで堪能ください。

シェンゲン圏

癒しの風景が広がる フランスの美しい村 Beautiful village

個人の旅行では行きづらいフランスの田舎の美しい村々をご案内します

ヨーロッパの美しい村30選

日本旅行業協会の主催により、政府観光局、観光庁、旅行会社、手配会社で構成する「欧州チーム」がヨーロッパの美しい村々を厳選し、日本に紹介するヨーロッパの美しい村30選。美しい村を厳選しました。また見どころや村の歴史の紹介もさせていただきます。

リクヴィル

「フランスの最も美しい村」に選ばれる条件で「歴史化されている」地区。歴史の遺産を、豪華な邸宅に再現する。小さなフランスの村を再現しました。また見どころや村の歴史の紹介もさせていただきます。

フランスの最も美しい村

「フランスの最も美しい村協会」が定める条件で「歴史化されている」地区。歴史の遺産を、豪華な邸宅に再現する。小さなフランスの村を再現しました。また見どころや村の歴史の紹介もさせていただきます。

サン・シルヴァン

歴史の遺産を、豪華な邸宅に再現する。小さなフランスの村を再現しました。また見どころや村の歴史の紹介もさせていただきます。

ゴルド

歴史の遺産を、豪華な邸宅に再現する。小さなフランスの村を再現しました。また見どころや村の歴史の紹介もさせていただきます。

2014 フランス人が最も好きな村

フランスの観光情報ウェブサイト、2014年の観光情報。5万人に投票を実施しました。第一位がこちら。

「天空の村」ゴルド・シュール・シエール

美しい風景を、豪華な邸宅に再現する。小さなフランスの村を再現しました。また見どころや村の歴史の紹介もさせていただきます。

絶対押さえておきたい王道観光スポット

人気のスポットから、小さな村々まで。フランスの王道観光地をお楽しみください。

世界遺産

世界遺産の観光地。美しい風景を堪能してください。

世界遺産

世界遺産の観光地。美しい風景を堪能してください。

世界遺産

世界遺産の観光地。美しい風景を堪能してください。

フレンドツアーでしか味わえない | ラグジュアリーなひととき

フランスが誇る高級食材や各地の旬の食材を生かした伝統料理に舌づつま、さらに洗練された客室やロビーがある。格調高いホテルで過ごす優雅なひととき。フランスならではの休日を楽しんでみませんか。

モネのレシビを再現

モネのレシビを再現。美しい風景を堪能してください。

ブルマン モンパルナス(パリ)初訪問

ブルマン モンパルナス(パリ)初訪問。美しい風景を堪能してください。

人形料理 鴨のコンフィ

人形料理 鴨のコンフィ。美しい風景を堪能してください。

モナコ・ロレーヌ

モナコ・ロレーヌ。美しい風景を堪能してください。

シャトー・ド・ノルマン

シャトー・ド・ノルマン。美しい風景を堪能してください。

シャトー・ド・ノルマン

シャトー・ド・ノルマン。美しい風景を堪能してください。

高貴なロートルが味わったレシビ

高貴なロートルが味わったレシビ。美しい風景を堪能してください。

高貴なロートルが味わったレシビ

高貴なロートルが味わったレシビ。美しい風景を堪能してください。

高貴なロートルが味わったレシビ

高貴なロートルが味わったレシビ。美しい風景を堪能してください。

シャトー・ド・ノルマン

シャトー・ド・ノルマン。美しい風景を堪能してください。

フランスワインの楽しみ方

フランスワインの楽しみ方。美しい風景を堪能してください。

フランスワインの楽しみ方

フランスワインの楽しみ方。美しい風景を堪能してください。

フランスワインの楽しみ方

フランスワインの楽しみ方。美しい風景を堪能してください。

フランスワインの楽しみ方

フランスワインの楽しみ方。美しい風景を堪能してください。

JTB
Media
Retailing

LES SITES EPOUSTOUFLANTS



羽田発着 | 関空発着 | 迫力の巨大圏谷と美しい山岳風景を歩く
フランス・ピレネーハイキング 8日間

世界遺産の大圏谷に、
 優しく包まれる夏

約2万年前の最終氷期に巨大な氷河が溶けた
 ピレネー山脈。その氷河により築かれた巨大な
 谷間の空間こそがフランス・ピレネーハイ
 キングを成る最大の自然の奇蹟を具上げ、息を
 呑む。

愉 フランス・ピレネーの魅力に迫る



ピック・デュ・ミディ展望台

2日目 / フランス・ピレネー
 ピレネー山脈の外縁部にある展望台。その山頂付近に建てられた天文台展望台からロープウェイで降り、ピレネー山脈とフランス南西部の平原の眺望をお楽しみいただけます。



ゴープ湖ハイキング

4日目 / ゴープ湖
 ピレネーでも屈指の美しい湖を誇る、エメラルドグリーンに輝く山間のゴープ湖へご案内します。また、ハイキングの記念となるスペイン産では数物に及ばぬお土産と湖の景色もご覧いただけます。



プチトラン・アルトワースト

5日目 / フランス・ピレネー
 フランスとスペインの国境近く、ピクトカ・ミディオンと呼ばれる築立壁を越える山の上の国境から、国境の美しい国境アルトワーストへ山岳展望の車をトロッコ列車で約50分乗りです。

観 魅力的な北スペインの街々



バラドール・ソス・デルレイ・カトリコ

10日目 / フランス・ピレネー
 百食祭が半世紀の歴史に彩られた小さな村の中心に建つバラドールに滞在します。バラドールからは美しい山脈とどかな自然の雄姿をお楽しみいただけます。



ソス・デルレイ・カトリコ散策

10日目 / フランス・ピレネー
 ソス・デルレイ・カトリコはアラゴン地方の丘陵地にあるセビリア色の村です。薄黄色の瓦葺屋根と石造の家、石造の小道はまるで中世にタイムスリップしたよう。観光客が頻りに訪れる村です。



サンセバスチャン観光

16日目 / サンセバスチャン
 北スペイン唯一のリゾート地、バスケーラの真珠とも呼ばれるサンセバスチャンは美食の都としても知られています。

LES PLUS BEAUX VILLAGES

心に残る感動の旅

WORLD

2017 10
東京発

フランス黄金の秋

ビジネスクラスで行く
 この時期ならではの
 美しい風景と出会う。

■ フランス黄金の秋 プルゴージュとアルザスの旅 - 11日
 ■ 秋色のケルシー地方とカルカソンヌの旅 - 11日
 ■ 南仏・リュブロン山脈の村と奥部リヨンの旅 - 9日

LES SÉJOURS LONG STAY

Strasbourg programmé par World Air-Sea Service 4 années de suite : plus de 100 voyageurs en 2016 et en 2017 avec des séjours de 7 à 15 nuitées en juillet et en août

Nouvelle programmation de Lourdes par Hankyu Travel avec 5 nuits avec plusieurs départs en juillet et en août 2018 (200+ pax)

前編で5年目を迎えました!
ヨーロッパ避暑計画 World Summer Village 2018年7月-8月まで開催中

長期滞在の旅
アルザスの主都 ストラスブール



ストラスブールの町を自由気ままに楽しむ。はぐくりと朝陽を浴びて花が散る。風が流れる静かな夜。懐かしいお菓子の店。人々の温かさ。そして新緑のわくわく。アルザスの豊かな自然が溢れる。そこに輝く石造りの街を歩いたり。ゆるぎない時空の流れるこの町でひと夏の長期滞在を。

今年もアルザス地方でおススメのトリクヴィルでの歓迎レセプションにご招待。夏の美しいぶどう畑をお楽しみください。

8日旅... ¥425,000
10日旅... ¥468,000 ~ ¥515,000
16日旅... ¥545,000

ワールド航空サービス



ヨーロッパ最大といわれる巡礼の聖地

スペインとフランスに挟まれた小さな国

難攻不落を誇った巨大な城郭都市

ルルド | **アンドラ** | **カルカソンヌ**

ルルドMAP | ケープルカー | 聖母マリア像 | ルルド駅 | ルルド総合病院 | マサビエルの洞窟 | ロザリオ聖堂 | パノラマホテル | 郵便局 | レストラン (New Orleans Cafe) | ホテルサンブール | スーパーマーケット | レストラン (Le Bodegon) | レストラン (Le Magret) | ツーリストオフィス | レストラン (O Primint Rouge) | レストラン (Alexandra) | バジリカ聖堂

ピレネー | フランス | スペイン

ルートMAP | ガワルニー大渓谷ハイキング | ビレネー山脈 | ビレネー山脈

ダイナミック大自然に出逢う

PACKAGES AVEC SÉQUENCES EXCLUSIVES

H.I.S

Visite privative du Louvre et de Versailles + Bustronome

H.I.S. impressoで行く

入場数世界一の美術館を限られたお客様だけで **「ルーヴル美術館」**

おかげさまで今年で9周年

年間1,000万人もの人々で混み合う入場者数世界一誇る美術館を貸し切ります

6/15(木) 8/31(木) 150名様限定
9/28(木)

貸し切りだからこそ叶う
目の前で感動を独り占め!

H.I.S. ルーヴル美術館貸切見学なら!

こんなに近い! あなたと「モナリザ」

ルーヴル美術館の最も有名な名画の中でも、特に有名な「モナリザ」の真実をあなたに伝えることができます。しかも、通常とは違うようにお楽しみいただけます。しかも、通常とは違うようにお楽しみいただけます。しかも、通常とは違うようにお楽しみいただけます。

2017年6月からの新企画! H.I.S. impressoで行く

花の都パリを走る眺望レストラン **「バストロノーム」**をH.I.S.の

バス外観(イメージ) バストロノームの食事

ガラス張りの観光バス&レストラン **「バストロノーム」**で貸切ランチ!

景色と料理を堪能するバスをH.I.S.で貸切!

6/15(木)・25(日)
7/10(月)・24(日)
8/7(金)・14(金)・31(木)
9/3(日)・18(日)・10/2(日)

見晴らし最高! 全面ガラス張りの豪華パノラマバス!

無料Wi-Fi

日本語オーディオガイド

ANA SALES Concert dans la Sainte-Chapelle

ANA A STAR ALLIANCE MEMBER 2018.3/21-23

日仏友好160周年

コンサート開催日 2018年3月26日(月)

France.fr フランス観光局発機種後紙

欧州の芸術を味わう 添乗員同行の旅

世界遺産パリ サント・シャペル教会 葉加瀬太郎プライベートコンサート

美しい色彩の変化を見せるステンドグラス。聖なる宝石箱の中で奏でる音と光のハーモニー。ヴァイオリンとギター、一夜限りの夢の競演!!

ツアーのおすすめポイント

- 全国各地から羽田・成田までの旅行代金に追加代金なしでご参加可能!
- 全コース燃油サーチャージ込み 旅行代金は、燃油サーチャージを含みます。
- おんしん.あったかサポート 海外旅行保険付き!

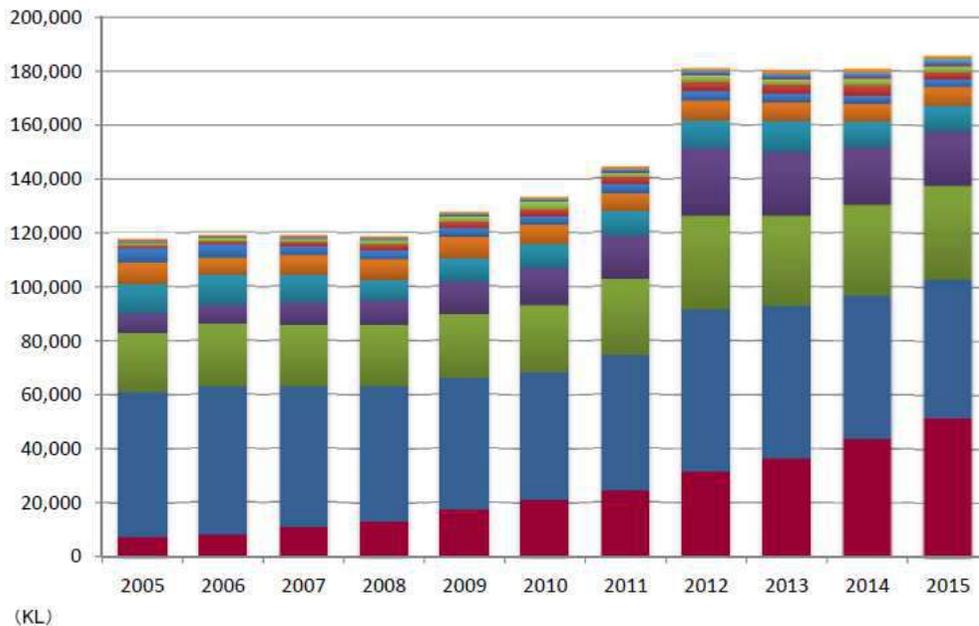
Special Guest 葉加瀬 太郎

OENOTOURISME

La dégustation de vin est de plus en plus souvent intégrée dans les produits « classiques »

Consommation de vin : 4 années record consécutives depuis 2013

Nouvel accord commercial Europe / Japon qui pourrait aider à la popularité du vin français



Hankyu Travel
Voyage à Bordeaux et en Espagne avec un sommelier

DESTINATIONS INSTAGENIQUES

Nouveau !!

- Les agences qui travaillent pour le marché des jeunes femmes proposent des destinations « instagéniques » : H.I.S (section FIT "Ciao"), ST-World, Tabikobo etc.
- Rotterdam fonctionne ainsi très bien chez H.I.S

Tabiyo tour

アムステルダム
オランダ
ロッテルダム

KLMオランダ航空直行便で行く!
キンデルダイク行き水上バスチケット
or 「Adam Tower」 入場券付

オランダ2都市周遊 6日間

ロッテルダム中央駅
ロッテルダム Rotterdam

Luchtsingel
Dudok
Markthal
Cube House

ポイマンズ・ヴァン・ベニンゲン美術館
世界博物館

Parqiet (ヘト公園)
Euromast

ニューウェーマス川

Nouveau !!

VOYAGE MUSICAL EN HIVER

叶谷真起子のご案内する冬のパリ ホテル・スクリープ5連泊
日本航空ビジネスクラス羽田発着直行便で行く冬のパリ **7日間**
パリ・オペラ座《ガルニエ宮・バステュー宮》
モーツァルトオペラと印象派絵画鑑賞

羽田発着の日本航空パリ直行便のビジネスクラスを利用、朝日サンツアーズのベテラン添乗員叶谷真起子のご案内します。パリを代表する百貨店、ギャラリールファイエット、ブランタンや、ガルニエ宮に大変便利な立地の5つ星のホテル、ホテル・スクリープに5連泊して、音楽と美術、そして冬の味覚を楽しんでいただけます。音楽は、モーツァルトの誕生日の前後にパリ・オペラ座で催される特別公演を鑑賞します。豪華絢爛な内観で世界に知られる古典的なオペラハウスですが、最近オペラの公演がめっきり少なくなってしまっているガルニエ宮で「コジ・ファン・トゥッテ」、フランスを代表するもうひとつの近代的なオペラハウス、バステュー宮で「魔笛」を鑑賞します。美術は、オルセー美術館、マルモッタン・モネ美術館、オランジェリー美術館で、秀逸な印象派のコレクションを中心に鑑賞します。冬のこの時期は、美術館でゆっくりと作品を鑑賞する絶好の機会です。



パリ・オペラ座《ガルニエ宮》ホワイエ 写真提供 Music Opéra

Les agence qui travaillent pour le marché seniors
programment de plus en plus des **séjours avec concerts** en hiver.

Asahi Sun Tours prépare un voyage incluant les opéras Garnier et Bastille en janvier

出発日と旅行代金	
1月24日出発	798,000円 <small>2泊の豪華ホテル代金を含みます。</small>
<small>◆旅行代金に含みません。①2016年7月1日現在②税し、今後の原油価格と為替の変動により、増または減となる場合があります。 ◆羽田空港送迎車賃料・保険料(2,570円)および設備整備費(約2,000円)は旅行代金に含まれます。 ◆入国検閲料(航空券の料) 128,000円(ダブル) ◆食事：朝・昼・夕食、2泊3日(国内旅行) ◆送迎車賃(人数 8名様) ◆国内線航空券(往復) ◆ホテル代金(2泊) ◆大人と同一 ◆送迎料金は乗車を確保するための料金であり、グレードアップのためのオプションではありません。 ◆送迎料金を申し渡しますが、お返事がいりません。お一人様ご利用となった場合は、お一人様送迎料金を申し渡します。予めお一人様送迎料金をお支払いください。最終的に両者の相違がなかった場合は、お一人様送迎料金を返金いたします。 ◆利用予定航空会社：日本航空(ビジネスクラス) ◆機内食：国内線(航空機以外の交通機関の運賃は含まず)大抵、当ツアー12,000円(税別) 札幌・福岡は10,000円(税別) いずれも送迎料金を含みます。 ◆高層階の部屋により眺望が望めない場合があります。これは出発前30日以前までに、予めご了承ください。 ◆最新航空運賃：フランス出発前3ヶ月以上必要 ◆送迎送迎(送迎情報)：別途ご案内いたします。(2016年7月1日現在)</small>	

Hotel List

○パリ(5連泊)…スクリープ パリ オペラ ホテル ハイ ソフィテル **《5つ星》(確定)**

パリオペラ座ガルニエ宮、マドレーヌ寺院、ルーヴル美術館、ヴァンドーム広場、世界的に知られる有名デパートが集まる理想的なエリアに位置し1895年に映画が誕生した地に建つ19世紀の威厳漂う建物を利用したラグジュアリーな5つ星ホテルです。デザイナーのジャック・グランジュが手掛けた客室とスイート、メゾネットは、パリの中心にありつつもどこかどこかで懐かしい雰囲気を感じています。ホテルのバー、グルメレストラン「ルリュミエール」、図書館が併設された

ホテル外観

ホテル客室(イメージ)

ACTIVITES POUR COMPLETER VOLS ET HEBERGEMENTS

Nouveau !!

Produits pour toucher les voyageurs qui achètent vols et hôtels secs

Produits au départ de Toulouse Albi et Cordes sur Ciel Saint Cirq Lapopie et Rocamadour Moissac

トールーズ発 [みゆら]プライベート

専用車で行く アルビとコルド・シュル・シエル1日観光

『兩鉄都市アルビ』として2010年に世界遺産に登録されたレンガ造りの独特な街並みも中世から現在に伝わるアルビと、『空上のコルド』という意味があり映画の舞台にもなったコルド・シュル・シエルの村を訪ねる。

- 旅行日：毎日 (5/11, 7/14, 12/24, 25/31, 1/7を除く)
- 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
- 出発時間：9時

112€~
お支払 155€~

専用車で行く 天空都市コルド・シュル・シエルと世界遺産コンク1日観光

中世の時代に築いた古い城塞都市の一つ、コルド・シュル・シエルと『フランスの最も美しい村々』の一つに選ばれ、サンティアゴ・デ・コンポステーラ巡礼路の聖所として世界遺産にも登録されているコンクを巡ります。

- 旅行日：毎日 (5/11, 7/14, 12/24, 25/31, 1/7を除く)
- 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
- 出発時間：8時 / 9時

140€~
お支払 150€~

専用車で行く フランス人が好きな村 サン・シル・ラポピーと世界遺産ロカマドール1日観光

ロケットを壁の壁の上にそびえる美しい二つの村、サン・シル・ラポピー村とロカマドール村を訪ねます。どちらの村もアクセスが良く、車でないと来られない場所なので、『おみやげ』の専用車でどうぞ。

- 旅行日：毎日 (5/11, 7/14, 12/24, 25/31, 1/7を除く)
- 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
- 出発時間：8時 / 9時

140€~
お支払 150€~

専用車で行く モワサックとオーヴィラル半日観光

～世界遺産サンティアゴ巡礼路の美しい村を訪ねて

サンティアゴ・デ・コンポステーラ巡礼路の主要都市の1つモワサックと巡礼路の道にあるフォトジェニクな村、オーヴィラルを専用車で訪ねます。

- 旅行日：毎日 (5/11, 7/14, 11/1, 12/24, 25/31, 1/7, 11月-3月の土日の午中を除く)
- 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
- 出発時間：8時 30分 / 13時 30分

90€~
お支払 140€~

Produits au départ de Paris Projection mapping de Rouen Rouen, Lyons la Forêt, Les Andelys Vézelay et Fontenay

専用車で行く 光のルーアン
～ルーアン大聖堂 プロジェクションマッピング観賞

2018年のテーマは「バイキング」と「ウィリアム1世」。ノルマンディの歴史を感じるストーリーを興のショーでお楽しみ下さい。

- 旅行日：6/15～9/22の毎日
- 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
- 出発時間：[6, 7月] 20時 30分, [8/1～8/15] 20時, [8/16～8/31] 19時 30分, [9月] 19時

100€~
お支払 130€~

専用車で行く 小さな旅・ノルマンディ1日観光
～美しい村、ジャンヌ・ダルクと大聖堂のルーアン、セーヌ川の絶景

ノルマンディ地方の古都ルーアン、花嫁く田舎村リヨン・ラ・フォレ、並行する美しいセーヌ川を望める絶景ポイント、レ・ザンドリのガイヤール塔を訪ねます。

- 旅行日：毎日 (12/31を除く)
- 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
- 出発時間：8時

130€~
お支払 160€~

専用車で行く 2つの世界遺産 フォントネー修道院とヴェズレー 1日観光

フランスに残存するシトー会修道院の中でも最も古の修道院フォントネー修道院と、ロマネスク芸術の頂点に立つと言われるヴェズレーの世界遺産サン・マドレーヌ・バジリカ大聖堂を訪ねる。

- 旅行日：毎日 (5/11, 7/14, 12/24, 25/31, 1/7を除く)

パリ発着プラン

- 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
- 出発時間：8時

130€~
お支払 200€~

ディジョンまたはボヌ発着プラン

- 集合場所：ディジョン / ボヌ市内ホテル / ボヌ駅構内ホール / ディジョン駅前 PAUL (パノ) 隣 (15 Cour de la Gen, 21000 Dijon)
- 出発時間：8時 30分～9時 30分の間で選択可

148€~
お支払 230€~

5. La programmation de Paris Région

SITUATION DE PARIS RÉGION SUR LE MARCHÉ JAPONAIS

Dans le cas de Paris, il y a de plus en plus de voyageurs FIT qui réservent les vols et les hôtels en ligne par eux-mêmes

Les TO japonais essaient au maximum de trouver **de nouvelles offres à vendre qui nécessitent leur intervention pour être « consommées » par les clients**

Développement de nouveaux produits Paris + autres destinations (mais **Paris demeure incontournable**), typiquement Val de Loire, Normandie, Champagne, Bourgogne

Attentes des agences F.I.T. :

- Activités en tout genre
- Expériences culturelles (ateliers de cuisine et de pâtisserie, rencontre avec les habitants...)
- Lieux photogéniques pour Instagram
- Clientèle plutôt jeune

SITUATION DE PARIS RÉGION SUR LE MARCHÉ JAPONAIS

Attentes des agences Groupes :

- Des offres nouvelles mais situées dans les thèmes classiques majeurs (impressionnisme, gastronomie, arts)
- Des exclusivités qui nécessitent l'intervention d'une agence pour être mises en œuvre (visite privée du Louvre, visite d'espaces fermés au grand public, concerts dans des églises...)
- Offres adaptées à la clientèle seniors et à des groupes dont la taille moyenne réduit

PRODUIT GROUPE – EURASIA TRAVEL

VOYAGE AUTOUR DES ARTS ET DE L'ARCHITECTURE



滞在型で楽しむ！ パリと近郊を日替わりテーマでご案内

パリを中心にドーナツ状に広がるイル・ド・フランス地方。オワーズ川、マルヌ川、セーヌ川のほとりに広がる田園地帯にはかつての国王たちの領土があり、王家の離宮をはじめ多くの城が建てられました。加えてパリ及び近郊の近代美術、芸術家ゆかりの地へご案内する特別な旅。



▲フォンテーヌブロー宮殿



▲モレ・シュル・ロワンにて



▲オペラ・ガルニエ(オペラ座)にて

- ✓ **Nuitées** : 4 nuits à Paris, 2 nuits à Fontainebleau
- ✓ **Visites** : Barbizon, Moret sur loing, Fontainebleau, Vaux le Vicomte, Provins, Château de Breteuil, Paris (Opéra Garnier, Villa Savoy, les maisons La Roche et Jeanneret)
- ✓ **Groupe** : minimum de 13 pax

PRODUIT GROUPE – GLOBAL YOUTH BUREAU

CROISIERE FLUVIALE EN NORMANDIE

GLOBAL
Since 1966

特選企画
LIMITED

2018年6月13日(水) 発限定

羽田発

JALで行く

アマデウス・ダイヤモンド号の船旅

印象派が愛した風景に行く
初夏のセーヌ川クルーズ

旅行企画・実施：株式会社 グローバル ユース ビューロー

- ✓ **Nuitées** en bateau
- ✓ **Visites** : Paris, Chantilly, Rouen, Le Havre, Etretat, Honfleur, Deauville, Giverny
- ✓ **Groupe minimum** : 6 pax

PRODUIT GROUPE – WORLD AIR-SEA SERVICE

VISITE DES CHATEAUX DE LA LOIRE



11日間
秋のサントルロワールとシャンボール城の旅

世界遺産シャンボール城 南西二塔と中央塔のシャンボール城のデザインが特徴です。

- ✓ **Nuitées** : Chartres, Château de Chambord, Bourges et Paris
- ✓ **Visites** : Châteaux de la Loire (Chenonceau, Chambord, Chaumont sur Loire), Chartres, Bourges et Vézelay
- ✓ **Groupe minimum** : 10 pax

1 色づくロワール渓谷を満喫

秋のロワール渓谷は、絵画のような美しい風景に包まれています。緑の谷間にオレンジ、赤、黄の葉が舞い降り、空は青く澄み渡ります。この美しい景色を堪能するために、ロワール渓谷を散策し、古くからの村々を訪ねます。

2 古城を美しく観る

ロワール渓谷には、数々の古城が点在しています。その中でも、最も美しいと評判なのが、シャムボール城です。この古城を美しく観るために、シャムボール城を訪ねます。この古城は、フランスを代表する古城の一つとして知られています。

3 秋の静かな古城を楽しむ

シャムボール城では、秋の静かな古城を楽しむことができます。この古城は、フランスを代表する古城の一つとして知られています。この古城を訪ねることで、フランスの歴史と文化を学ぶことができます。



シャムボール城
Château de Chambord



シャムボール城
Château de Chambord



シャムボール城
Château de Chambord

色づく秋のロワール渓谷を 古城めぐりや素朴な美しい村巡りで満喫

**ロワール渓谷を代表する3つの古城を
ごだわりのプログラムで満喫**

フランス中部に広がるロワール渓谷は、絵画のような美しい風景に包まれています。この美しい景色を堪能するために、ロワール渓谷を散策し、古くからの村々を訪ねます。

●シャムボール城の静かな古城を楽しむ
シャムボール城は、フランスを代表する古城の一つとして知られています。この古城を訪ねることで、フランスの歴史と文化を学ぶことができます。

●水の上から眺める「水の城」シャムボワール城
シャムボワール城は、水の上から眺めることで、その美しさを堪能することができます。この古城を訪ねることで、フランスの歴史と文化を学ぶことができます。

●アンボワーズ城のライトアップにご満喫
アンボワーズ城は、夜のライトアップで、その美しさを堪能することができます。この古城を訪ねることで、フランスの歴史と文化を学ぶことができます。

PRODUITS F.I.T. ACTIVITÉS DANS PARIS

Croisières sur la Seine, diner dans un cabaret, expériences culturelles, etc.



直近で4人の方が予約しました

リド(Lido) フレンチキャバレー&ディナー<現地集合・解散>

おすすめ!! 即予約確定!

パリを代表するキャバレーの一つ「リド(Lido)」。ラスベガスの人気ショーを手がけたフランコ・ドラゴンによる華やかなステージを、フランス料理を極めた美食ディナーとあわせてお楽しみください。

¥P 食事付き



カフェ・ド・フロールでフランス語会話プライベートレッスン (初級~中上級) & サン・ジェルマン・デ・プレ散歩<午前/日本語ガイド>

日常生活で自分の意思を伝える表現の習得、既に学んだ知識の確認、ボキャブラリーの強化、文法、発音矯正など、お客様のレベルや目的、興味に応じたレッスンをご提案します。レッスンは完全プライベート制なので質問も気軽にできるので安心です。

日本語対応あり

スタジオ アルクール パリ写真館にて撮影 ソロ&カップルアンスタン ポートレートフォト<メイクアップ付>

おすすめ!!

パリの一流写真館でお客様の自然な一瞬をお撮りするプランです。旅の記念にあなたのポートレート写真を撮ってみませんか。ライティングにもこだわり、モノクロ撮影の写真はまるでフランス映画のスターになった気分です。



- ✓ Cabarets: Lido, Moulin Rouge, Crazy Horse...
- ✓ Cours de langue française au Café de Flore
- ✓ Visites de chocolateries
- ✓ Création de vin original dans la Cave du Louvre
- ✓ Visites des ateliers de boulangerie
- ✓ Photos au Studio Harcourt

PRODUITS F.I.T. H.I.S SÉJOURS PARIS + UNE VILLE

✓ Villes de séjours proposées:

Nice

Marseille

Lyon

Bordeaux

LYON
「美食の街」「絹の街」などの別名を持つ
世界遺産の街 リヨンの旅

パリから列車で約2時間、フランス南東部にあるリヨンはローヌ川とソーン川の豊かな水の恵みを受け、ローマ時代からの長い歴史をもつフランス第2の都市。石畳の街並みが残る旧市街はリヨン歴史地区として世界文化遺産に登録されています。



TOUR POINT

- 1 パリでは日本語アシスタントによる
空港⇨ホテル間往路送迎付き！(リヨンの送迎は現地ガイドドライバーになります。)
- 2 地下鉄&バス回数券「カルネ1セット」(10回分)付
※パリ市内にてご利用いただけます。
- 3 公共交通機関が乗り放題！
リヨンシティーカード1日券付
メトロやバス、トラムなどの公共交通機関が乗り放題の他、様々なサービスが受けられるリヨン観光の必須アイテム！※リヨン市内にてご利用いただけます。
【リヨンシティーカード】 ●公共交通機関(メトロ、バス、トラム) ●リヨン市内バス、リユミエール 博物館、芸術博物館など22箇所の美術館 ●リヨンシティーポート その他、特約で別添付の各種レジャー活動
- 4 「成田発着パリ&リヨン」コースでは周遊順序が選べます！
訪問都市の順序をパリ→リヨンからリヨン→パリへの両方向料金なしでご変更も承ります。ご予約にお知らせくださるお客様はプランをお選びください。
※都合不可日にもある場合は適用できません。
※別途発着パリ&リヨンコースの追加料は不可。別途お見積りも可能です。
- 5 より快適にパリ滞在を満喫したい方に、パリ滞在は観光・ショッピングに便利なオペラ地区ホテルをご用意しました。

エールフランス航空で行く
パリ&リヨン 7日間

30日間

日数	成田発着	到着地
1	成田(11:00~11:05)発 (直行)空路、パリへ。 パリ(15:55~16:30)着 着後、送迎車(日本語アシスタント付)にてホテルへ。	羽田(22:55~23:50)発 (直行)空路、パリへ。
2	終日 自由行動	パリ(04:30~04:45)着 着後、送迎車(日本語アシスタント付)にてホテルへ。 ★お部屋はすぐにご利用いただけます。 到着後、自由行動
3	終日 自由行動 ※地下鉄回数券「カルネ」1セット(10回分)付	麗 パリ泊
4	香白駅へ(各自移動、各自負担) パリ(パリ・リヨン線)⇨リヨン(リヨン・パルドュー駅)へ(2等指定席/約2時間) 着後、送迎車(現地ガイドドライバー)にてホテルへ	麗 リヨン泊
5	終日 自由行動 ※リヨンシティーカード1日券付	麗 リヨン泊
6	送迎車(現地ガイドドライバー)にて空港へ リヨン(10:35~10:45)発(乗車) 空路、帰国地へ	リヨン(13:10~19:00)発(乗車) 空路、帰国地へ
7	成田(08:30~09:25)着 着後、解散となります。	羽田(12:05~19:25)着 着後、解散となります。

■日本発着時刻(航空会社:エールフランス航空) ■食事(宿泊直付) 【成田発着】朝5【羽田発着】朝4 ■お土産(なし)【成田発着】 ■最少乗客人員1名(但し、1人お部屋の代金が別途必要。相席不可) ■往路飛行日数:30日間 ■往路代金(2歳以上12歳未満):規定なし ■出発旅行代金(特等P22乗機):6.5万円 ※往復エコノミークラス利用時 ■利用ホテル:下記代金表参照(ホテルリストは書本へ)
※当コースはご出発17日前までの受付となります。
※ホテルでのチェックイン・チェックアウトはお客様各自で行っていただきます。
※パリにて送迎送迎(ホテル→駅)は付いていません。お客様ご自身の移動となります(各自負担)。

現地スタッフが
オススメする
リヨン TOPICS

リヨンで
行ってみたい
レストランは
ココ!!

Gourmet

H.I.S.Ciao&5
レストラン予約代行サービス
可能(手数料別途)

○オキヤルズ・フェブリエ
Au 14 Fevrier
Add:36 Rue du Boeuf 69005 Lyon France
Open:火曜~金曜 20:00~21:30
土曜 12:00~13:30



約10年、フランスの鉄人飯井シェフの下で修行した斬新なシェフが料理長を務めるミシュラン1つ星レストラン。リヨンに住んでいるフランス人からも愛されるレストランでは、毎日厳選した多様な食材で日本人スタッフも大いに楽しんでいます。

リヨンおすすめのホテル

Aクラス 15000円以上 Free Wifi

ソフィテル リヨン ベルクール

ベルクール広場の近く、ローヌ川を見渡すように建つ5つ星ホテル。全164室の客室はモダンで豪華な内装で、室内装飾にはミシュラン1つ星レストラン「トロワドール」の他に、モダンなブラッセル「ル シルク」、2軒のバー、静を好むハイテク職人を揃えたフィットネスセンターなどを完備、ホテルライフも楽しめるデラックスクラスホテルです。



PRODUITS F.I.T. – VELTRA

EXCURSIONS AU DÉPART DES VILLES



パリ



南フランス



フランス地方都市



ニース



ボルドー



アヴィニオン



リヨン



ストラスブール



トゥールーズ発



ビアリッツ発



Villes d'excursions proposées :

Paris

Nice

Bordeaux

Avignon

Lyon

Strasbourg

Toulouse

Biarritz

Dijon

Beaune

PRODUITS F.I.T. EXCURSIONS AU DÉPART DE PARIS

Veltra propose 547 produits pour toute la France dont 270 produits dans Paris et au départ de Paris

Exemples d'excursions:

ミレーの傑作「落穂拾い」の風景が広がるバルビゾン&モレ村 半日観光ツアー<4~5月、7~9月/金曜日/日本語ガイド> by Mybus



フランスの魅力は大都市パリだけでなく、穏やかな時間が流れる自然豊かな田舎にもあり。『落穂拾い』で有名なミレーなど、19世紀前半の印象派画家が集まったバルビゾン。同じく印象派画家が好んだモレ村の2ヶ所をゆったりと散策しましょう。



[すべての写真 >](#)

✓ Barbizon + Moret sur Loing, organisé par JTB FRANCE

ヴォー・ル・ヴィコントとフォンテーヌブロー日帰り観光ツアー<4~10月/日本語音声ガイド> by ParisCityVision [即予約確定](#)



ヴェルサイユ宮殿の建築を構想していたルイ14世にインスピレーションを与えた。近代性と優雅さを併せ持つ傑作として知られるヴォー・ル・ヴィコント城と世界遺産フォンテーヌブロー城へご案内します。



[すべての写真 >](#)

✓ Vaux le Vicomte, organisé par City Vision

A photograph of a bronze statue of a leaping dog, likely a Shikubi Inu, at a Shinto shrine. The dog is depicted in a dynamic, leaping pose, with its mouth open and a wooden pipe protruding from it. The background features traditional orange torii gates and a stone structure. The scene is set in a lush, green environment with trees and ferns. The text "L'ACTUALITE ET LES PERSPECTIVES D'AVENIR" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the image.

**L'ACTUALITE ET
LES PERSPECTIVES D'AVENIR**

2017 LA REPRISE – 2018 VERS LA NORMALITE

- ✓ Le Japon revient dans le **Top 10** à Paris Ile de France depuis **septembre 2018**
- ✓ L'insécurité n'est plus un sujet majeur dans les médias et l'industrie
- ✓ Arrivées japonaises +18% en 2017 (national), +17% au premier semestre 2018, +25% au second semestre (Forward Keys)
- ✓ Forte progression des **ventes chez les agences en 2018 : de +65% à +300% par rapport à 2017**
- ✓ La desserte directe progressivement saturée pénalise le segment des seniors
- ✓ Fort enrichissement de la programmation
- ✓ Les FIT progressent, le MICE a vite repris
- ✓ **La concurrence européenne re-perd ce qu'elle avait gagné**
- ✓ **...Mais nous ne sommes encore de retour aux chiffres normaux du marché**

2019 L'EFFET GILETS JAUNES ET LA SUPER GOLDEN WEEK

- ✓ Une couverture médiatique conséquente mais raisonnable dans le ton et la quantité : un contre-effet Carlos Ghosn ?
- ✓ L'attentat de Strasbourg, peu mentionné dans les médias, témoigne d'une accoutumance du public
- ✓ La vie des agences de voyage devient plus compliquée tous les samedi
- ✓ Des annulations sans pouvoir parler d'une « vague » comme après le Bataclan
- ✓ Un premier trimestre mou mais d'excellentes perspectives pour le premier semestre (+6-9%) grâce à une « Super Golden Week » historique...
- ✓ 25% de la population sera en vacances 10 jours consécutifs !
- ✓ ...mais des incertitudes pour le second semestre à cause du ralentissement des entrées de nouvelles réservations - un risque de croissance zéro en 2019 ?

CE QUE TOUT CELA SIGNIFIE POUR NOUS...

- ✓ Nous devons conserver une **relation très forte aux agences classiques**, dominantes, tout en travaillant **de plus en plus avec les OTA**, ascendantes
- ✓ Une **concurrence renforcée** (notamment d'Europe de l'Est) signifie des efforts accrus à fournir pour être très visibles en jouant sur les caractéristiques différenciantes de nos destinations : romantisme, histoire, gastronomie locale, vin, activités, luxe...
- ✓ Nous devons mettre en place une approche marketing traitant les **clients repeaters et les first-timers de façon différenciée**
- ✓ Il faut valoriser **des contenus** et offres qui proposent **des expériences** et des activités thématiques, s'intéresser davantage aux clientèles de niches
- ✓ Le **tourisme d'affaires** et la clientèle corporate doivent être davantage intégrés dans les plans d'action

CE QUE TOUT CELA SIGNIFIE POUR NOUS...

- ✓ Préparer l'avenir nécessite d'aller chercher la clientèle étudiante et jeune, ce qui passe par les réseaux sociaux et autres actions ciblées
- ✓ La grande importance du segment seniors aujourd'hui doit être intégrée dans notre réflexion sur le développement de notre offre
- ✓ La priorité est sur le Kanto mais il faut continuer à agir dans le Kansai (Osaka)
- ✓ Après deux années très frileuses, les médias sont de nouveau en action pour parler de la France, il faut en profiter
- ✓ La JATA et les professionnels comprennent leur intérêt et sont prêts à avancer avec nous
- ✓ Nous avons de très belles opportunités : la Coupe du Monde de Rugby, les Jeux Olympiques, l'Armada, les 250 ans de Napoléon, les 500 ans de la Renaissance, le Festival Normandie Impressionniste, la saison française au Japon en 2021...



Marché Japonais Paris Ile-de-France





349 000

**touristes,
soit la 13^{ème} clientèle internationale**

345

**millions d'euros de recette touristique,
soit la 10^{ème} clientèle internationale**

1 796 000

**nuitées
Soit la 13^{ème} clientèle internationale**

49,7%

de repeaters



Mode de transport

Pour arriver
en Île-de-France

41,1%

34,0%

24,9%

Pour quitter
l'Île-de-France

92,3%

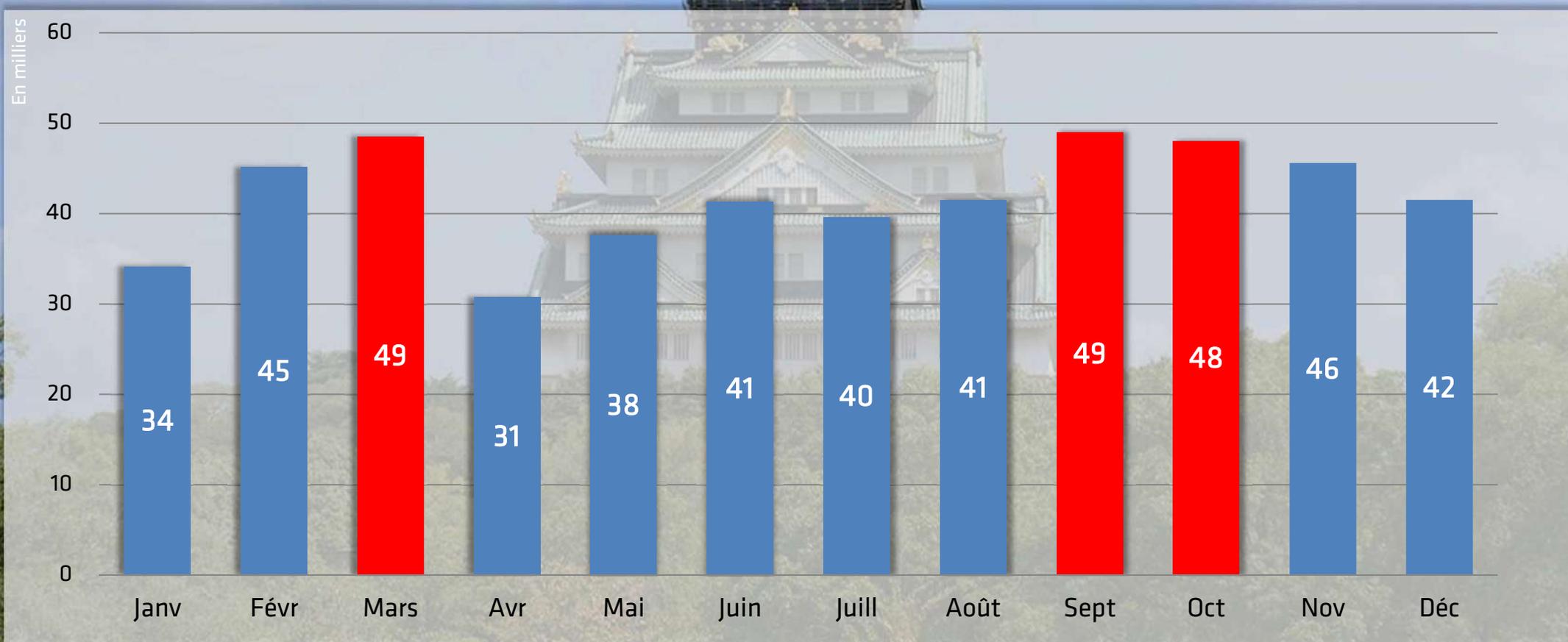
7,4%

0,3%





Arrivées hôtelières mensuelles à Paris Île-de-France



The background of the slide features a photograph of Osaka Castle, a prominent Japanese castle with a green roof and white walls, situated on a hill. The castle is partially obscured by a semi-transparent white rectangular box that contains the main text. The sky above the castle is blue with some light clouds, and the foreground is filled with lush green trees.

Profils des clientèles Loisirs & Affaires

Motif du séjour



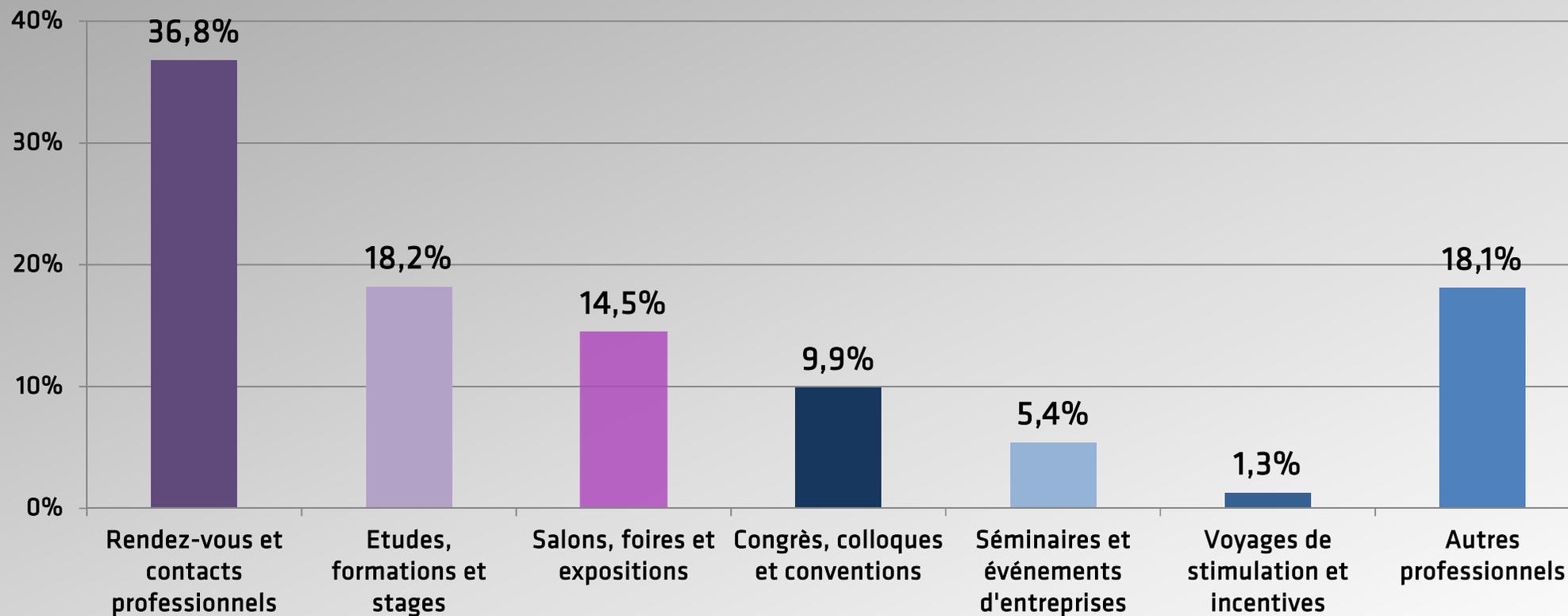
72,3%

séjours personnels

27,7 %

séjours professionnels ou mixtes

Motif détaillés des séjours professionnels





43,9 %
Repeaters

68,1 %
Repeaters

Parts des séjours



72,3 %

27,7 %

Parts des nuitées



69,6%

30,4 %

Durée du séjour



4,9
nuits

5,6
nuits



Moyens de réservation de l'hébergement



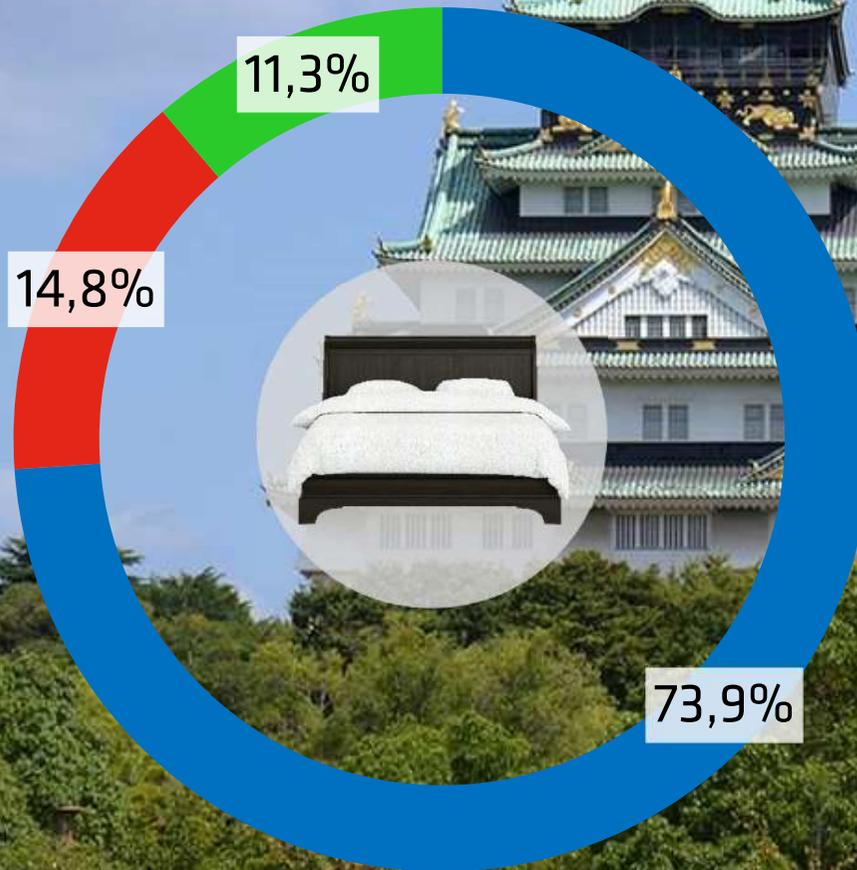
44,9% **42,9%** **9,2%** **38,5%** **32,8%** **19,8%**



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017



Hébergement



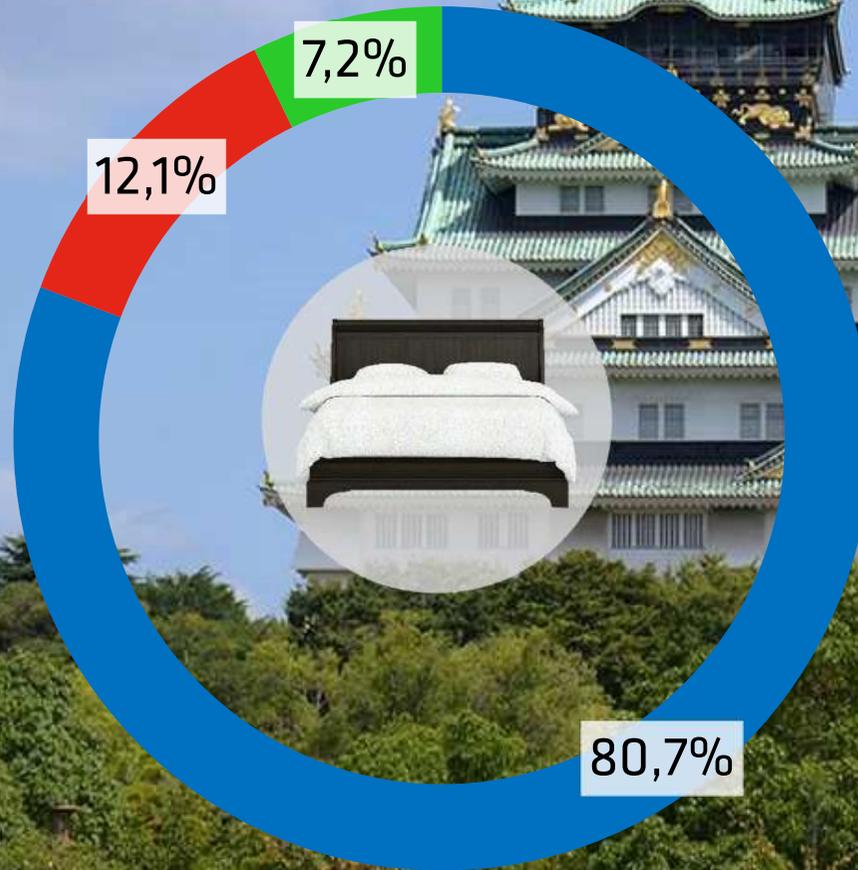
■ Hôtellerie

■ Reste Marchand

■ Non marchand



Hébergement



■ Hôtellerie

■ Reste Marchand

■ Non marchand

Consommation touristique



70,1%

29,9 %

Dépense moyenne par personne et par jour



202 €

197 €

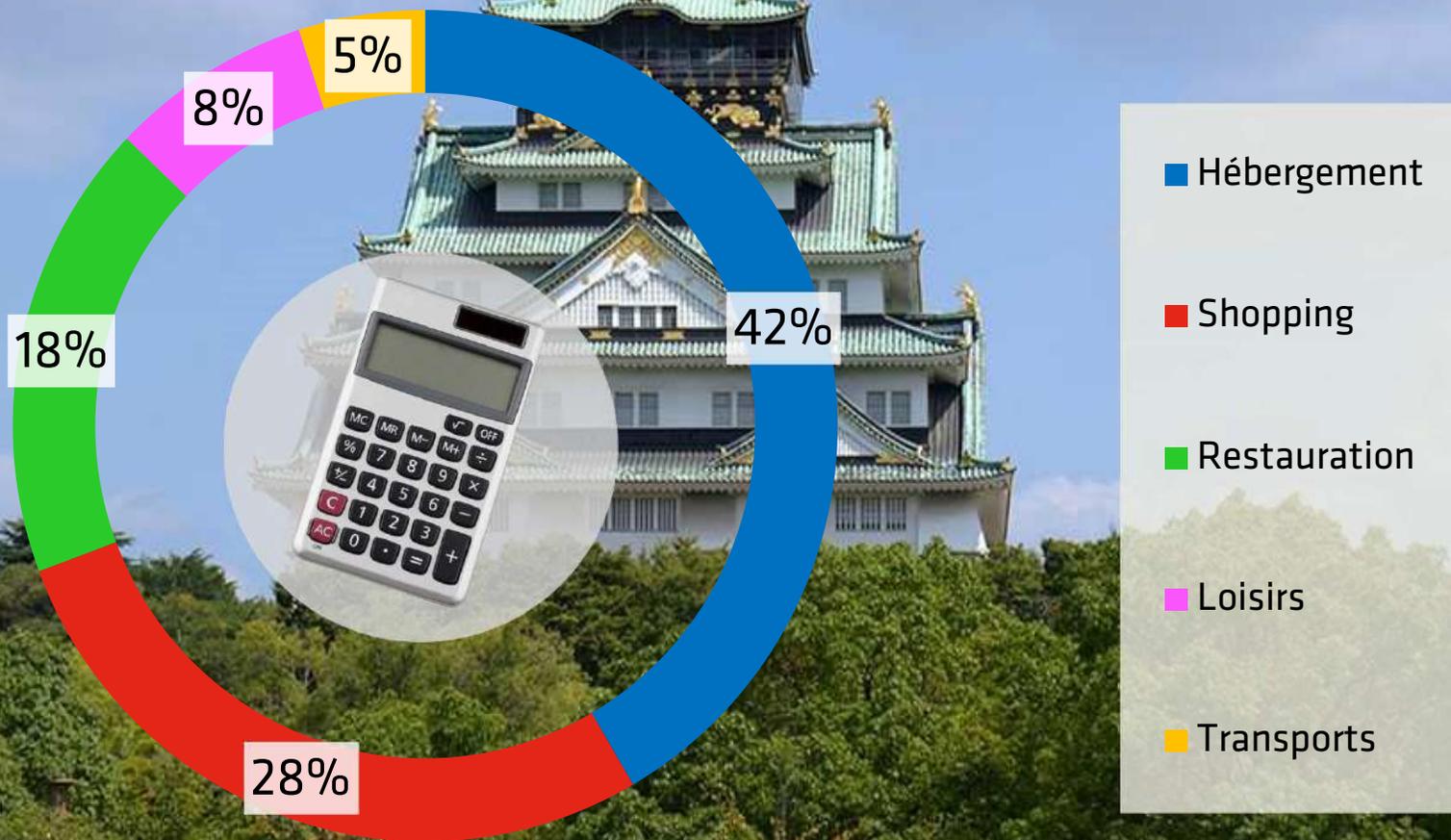
Budget moyen du séjour



998 €

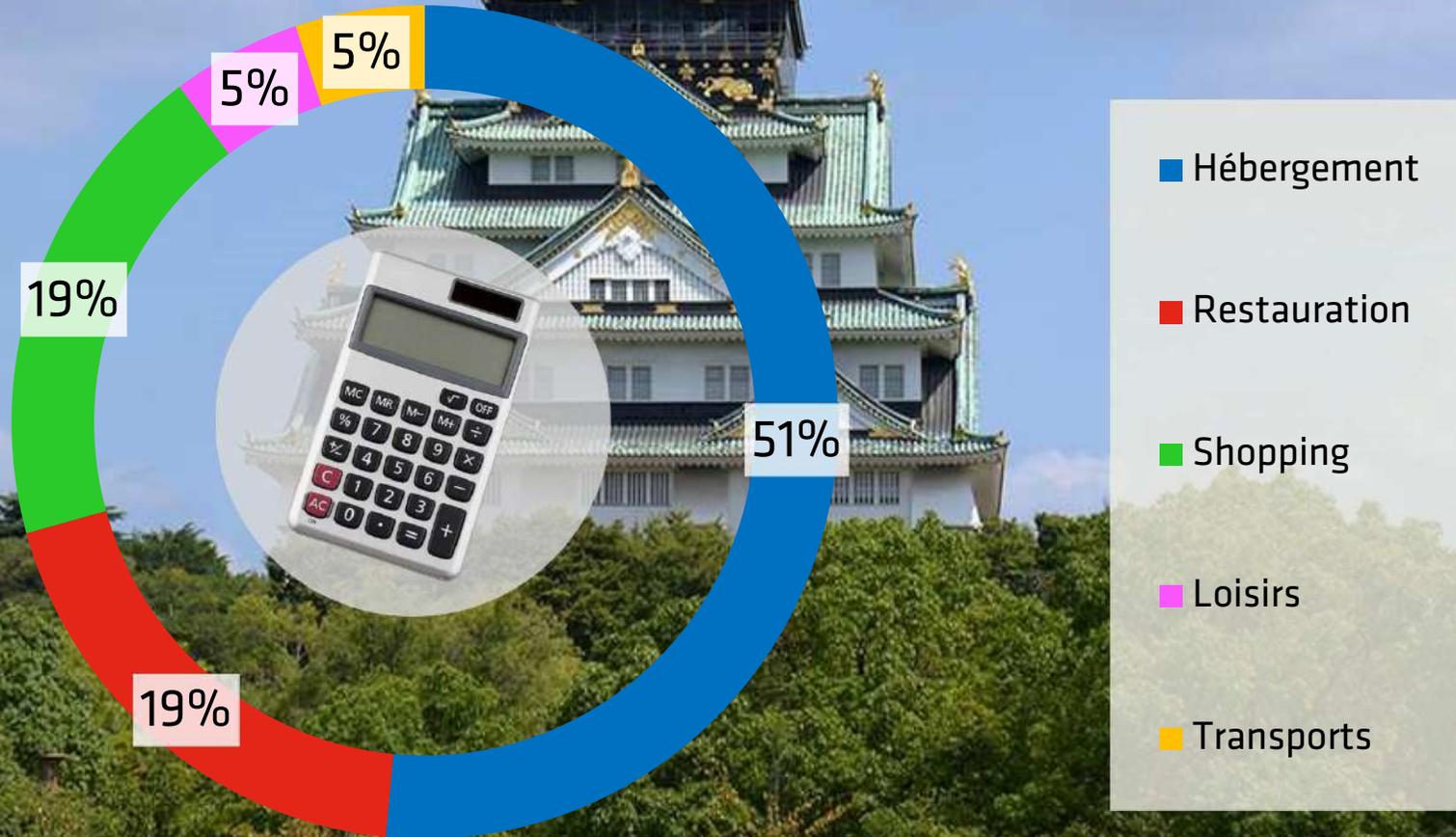
1108 €

Répartition du budget du séjour



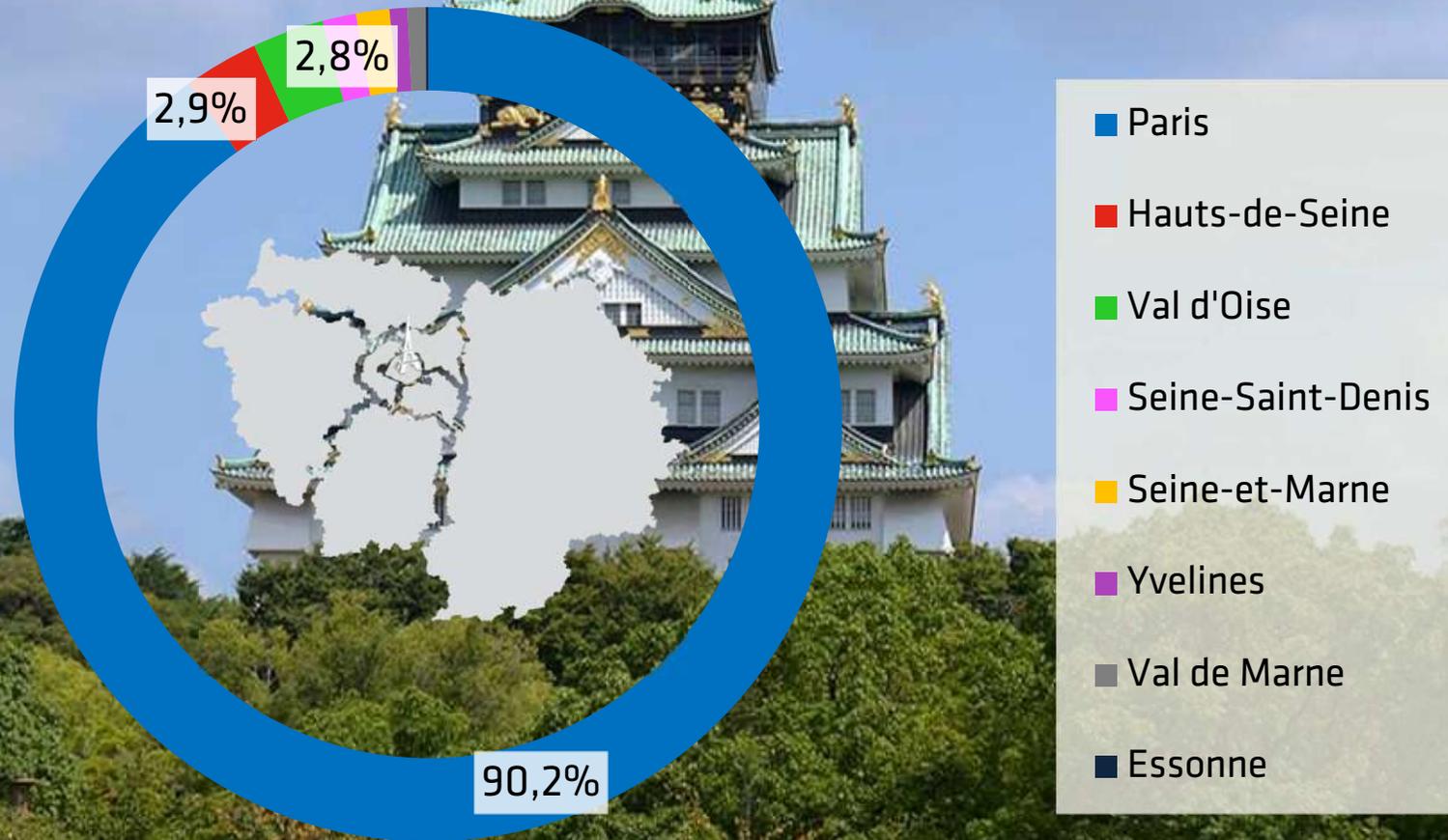


Répartition du budget du séjour



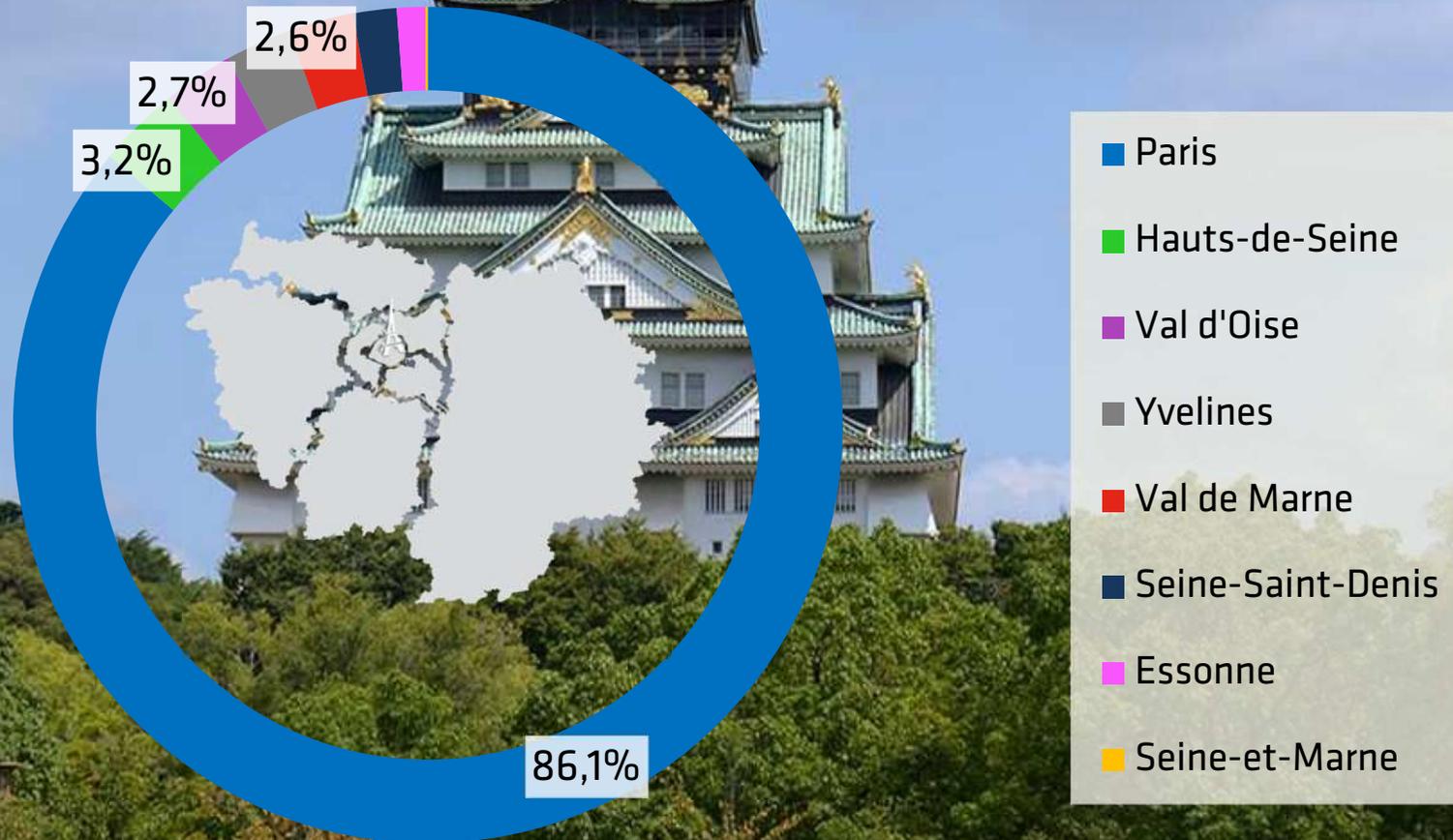
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Département principal de séjour



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Département principal de séjour



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France - Résultats cumulés 2015-2017



Satisfaction et intention de revisite



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières, CRT Paris Île-de-France – Résultats cumulés 2015-2017

Actions et dispositifs de promotion B²B Clientèles Loisirs



19 au
20/03



RENDEZ-VOUS EN FRANCE

Ville : Marseille

Type : Workshop avec rendez-vous préprogrammés

Cible : Tour-opérateurs en provenance de 68 pays

Organisateurs : Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France /
Office de Tourisme et des Congrès de Paris / Atout France

22 au
25/10



MISSION PARIS REGION JAPON

Ville : Osaka

Type : Workshop, démarchages, salon professionnel

Cible : Tour-opérateurs et agences de voyages japonais

Organisateurs : Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France
/JATA/ ATF

Actions et dispositifs de promotion B²B Clientèles d'Affaires

Toute l'année



PACK ACCUEIL SALONS ET CONGRES

- **Type : Dispositifs de services, navettes gratuites WiFi, aux aéroports et sur les sites et parcs d'exposition**
- **Cible : Visiteurs, exposants et congressistes**
- **Organisateurs : Comité Régional du Tourisme
Paris Aéroport / Viparis**
- **23 salons, 17 congrès et 2 événements corporate**
- **148 jours de déploiement**

Synthèse



1. Un marché encore très fortement intermédiatisé.
2. Après une année 2016 difficile, les clientèles japonaises sont revenues en 2017 et en 2018.
3. Une dépense par jour et par séjour qui place cette clientèle au 3ème rang des clientèles internationales.
4. Des clientèles Loisirs et Affaires qui réservent encore très en amont de leur séjour.
5. Impact des gilets jaunes sur cette clientèle ? A surveiller !



**RENDEZ-VOUS SUR
PRO.VISITPARISREGION.COM**