



rapport trimestriel sur le marché

Japon

Octobre – Décembre 2008

Faits saillants au sujet du marché

nombre de voyages à l'étranger au trimestre précédent (T3) :	4 188 514
variation (en %) par rapport au même trimestre l'an passé (T3) :	-10 % par rapport au 3 ^e trimestre 2007
nombre de visiteurs au Canada au trimestre précédent (T3) :	105 506
variation (en %) par rapport au même trimestre l'an passé (T3) :	-12,8 % par rapport au 3 ^e trimestre 2007

Commentaires / autres renseignements :

Aucun postulat ne permet de déterminer avec exactitude les répercussions de la crise actuelle sur l'ensemble des marchés mondiaux. Chacun des marchés et des segments enregistre différents rendements en fonction des conditions économiques régionales, de l'écart entre les devises, des activités de marketing et du nombre de sièges.

Le tourisme à destination et au départ du Canada subit à la fois les répercussions des forces positives et des forces négatives de tout cela.

Cinq facteurs immédiats invitent toutefois à l'optimisme :

- la chute de 30 à 35 % de la valeur du dollar canadien;
- la baisse du prix du pétrole à l'échelle mondiale, qui est passé de 140 \$US à 40 \$US le baril ce trimestre;
- la chute des taux d'intérêt moyens partout dans le monde;
- pour ce qui est de l'Australie, notre principal concurrent en matière de voyages outre-mer, la chute de 17 % du nombre de visiteurs japonais entre les

mois de janvier et septembre 2008 par rapport à la même période en 2007.
D'autres statistiques sur le marché sont disponibles dans [Tourisme en bref](#).

Capacité aérienne

Northwest Airlines (NWA) a annoncé qu'elle suspendrait son service aller-retour entre Detroit et Osaka à partir du 1er mars 2009.

Le transporteur offrira toutefois un vol quotidien entre Kansai et Narita à bord d'un appareil B757 afin d'assurer la liaison avec ses vols Transpac à destination de Détroit, Seattle, Portland, San Francisco et Los Angeles, bien que l'espace puisse s'avérer restreint en raison de la demande élevée sur cette liaison unique en son genre.

Pour l'hiver 2008-2009, Air Canada (AC) a réduit sa capacité de 47 % par rapport à l'hiver 2007-2008. Avec l'annulation du vol entre Osaka et Vancouver à partir d'octobre, le nombre total de sièges disponibles est passé de 190 000 l'hiver dernier à 110 000 cet hiver. AC a combiné ses vols directs entre Narita et Vancouver et Narita et Toronto en un seul vol, à bord d'un appareil B777-300 effectuant des vols quotidiens entre Narita, Vancouver et Toronto; tous les passagers doivent désormais suivre les procédures de douane et d'immigration à Vancouver.

Contexte économique et politique

Croissance du PIB :	-0,1 % au 3e trimestre
Croissance économique prévue :	0,0 %
Taux de chômage :	3,8 % en octobre 2008
Inflation :	+2,8 % en novembre 2008, par rapport à novembre 2007
Indice des prix à la consommation :	102,6 au 1er octobre 2008 (2005 = 100)
Taux de change :	1 dollar canadien (\$CAN) = 73,2 yens (¥), par rapport à l'an dernier, où 1 dollar canadien = 110 yens

Commentaires / autres renseignements :

Après un recul de 0,9 % au deuxième trimestre, le PIB japonais a chuté de 0,1 % au troisième trimestre, selon des données publiées par le secrétariat du Cabinet. Il semble que la hausse prévue de 0,1 %, rapportée par le Kyodo News avant cette annonce, était un peu trop optimiste en ce qui a trait à l'état de l'économie japonaise.

On rapporte que les dépenses des consommateurs ont augmenté de 0,3 % au cours du trimestre de juillet à septembre, alors que les dépenses en capital ont régressé de -1,7 %. Les exportations ont continué d'afficher une croissance au rythme plus lent de 0,7 %, tandis que les importations se sont accrues de 1,9 %. En termes nominaux, le PIB a diminué de 0,5 %, soit 2,1 % annualisé.

Le commerce asiatique en chute libre

En novembre, une « tempête de données décevantes » laisse à penser que l'Asie est frappée de plein fouet par un affaissement économique, confirmant ainsi les craintes que la stratégie de croissance induite par les exportations de la région risque d'avoir des répercussions négatives après le ralentissement prononcé de l'Ouest.

Le Baltic Dry Index, qui mesure l'indice des prix pour le transport en vrac des marchandises, a amorcé sa chute en juin, enregistrant un recul de 96 % sur cinq mois, soit la diminution la plus importante des frais d'expédition jamais enregistrée. Cela constituait un indicateur précurseur de la situation actuelle de l'économie asiatique.

Selon M. Fan Gang, un des meilleurs conseillers de Beijing, les exportations de la Chine subiront aussi un repli au moment de la publication des données, cette semaine. « La situation n'est pas encourageante : la croissance industrielle devrait se chiffrer aux environs de 5 %, et la croissance des exportations sera négative, » énonce-t-il. Dans le contexte actuel chinois, une expansion économique de l'ordre de 5 % aurait l'effet d'une onde de choc et se traduirait par une récession.

L'économie japonaise a régressé de 0,5 % au troisième trimestre, ce qui risque d'entraîner une déflation et un marasme économique. Les exportations ont chuté de 7,7 % en octobre, en raison de la faible demande dans les secteurs de l'automobile et de la machinerie.

Plus de 1 000 entreprises japonaises ont fermé leurs portes le mois dernier, la valeur élevée du yen réduisant les marges de manœuvre. Sony a procédé à 16 000 mises à pied. On s'attend à ce que la production industrielle diminue de 8,6 % au quatrième trimestre, chute sans précédent depuis la dernière Guerre mondiale.

Tokyo prévoit déjà offrir des « bons d'achat » afin de relancer les activités commerciales de la deuxième puissance économique au monde. On prépare un tout nouveau stimulant de l'économie d'une valeur de 20 000 milliards de yens (146 milliards de livres sterling) pour le début de 2009.

« Il nous faut des politiques nous permettant d'éviter que ne s'effrite l'économie, de préciser le ministre de l'Économie, M. Kaoru Yosano. Le Japon traversera une période difficile l'an prochain. »

Mme Zahra Ward-Murphy, du groupe Dresdner Kleinwort, rapporte que le Japon a allégé la structure de sa lourde dette depuis sa « décennie perdue », mais que la restructuration n'est pas terminée et que l'on compte encore trop sur les exportations. « Le pays n'a pas rééquilibré l'économie en tenant compte de la croissance interne, de sorte que les exportations sont maintenant en train de sombrer, » ajoute-t-elle.

Tokyo est encore une fois à court d'options en matière de politique. La Banque du Japon hésite beaucoup à réduire ses taux sous le niveau actuel de 0,3 %, de peur de nuire aux marchés monétaires, un important agent lubrifiant du système de crédit. Elle pourrait bientôt être forcée d'avoir recours aux mesures de stimulation monétaire d'urgence connues sous le nom d'assouplissement quantitatif.

Les plans antérieurs de sauvetage de l'économie ont déjà propulsé la dette nationale du Japon à 170 % du PIB, soit la dette la plus élevée au monde. L'épargne des particuliers est passée de 14 % du PIB, au début des années 1990, à 2 % aujourd'hui. Le Japon entame donc cette période de repli sans coussin de sécurité.

Tendances touristiques émergentes

Rapport de fin d'exercice de JTB (enquête réalisée au début de novembre) :

Le groupe JTB signale une croissance de -4,6 % pour l'importante période de

fin et de début d'année. Ces données sont toutefois tempérées par la force du yen, ce qui se traduit par des chiffres positifs pour les destinations européennes et asiatiques à proximité, mais par des répercussions négatives sur les destinations long-courriers telles que l'Australie, à 11,4 %, Hawaii, à 8,9 % et le Canada, qui accuse une baisse de 25 %. C'est la Thaïlande qui a encaissé le coup le plus dur, en raison du climat politique qui y règne en ce moment.

Rapport HIS de fin d'exercice (enquête réalisée à la fin novembre) :

Un rapport paru peu de temps après celui de JTB fait état d'une situation un peu plus reluisante. Toutes les destinations affichent une hausse de 3 %, les villes asiatiques situées à proximité ayant enregistré une croissance de 20 % depuis l'an dernier. Pour sa part, l'Océanie accuse un recul de 3 %, la partie continentale des États-Unis, un recul de 8 % et l'Europe, de 5 %. Fait intéressant, les chiffres de la Gold Coast de l'Australie indiquent une augmentation de 73 % depuis l'an dernier.

On s'attend à ce que les voyages de groupe associés au marché des RCVM connaissent un ralentissement, imputable à la faiblesse de l'économie japonaise. Les réservations pour les destinations court-courriers, comme la Micronésie et la Corée, qui a profité de la chute soudaine du won par rapport au yen, devraient rester relativement stables.

- Le ministère de la Justice rapportait que le nombre de voyageurs japonais outre-mer s'était élevé à 1 486 016 (-11,9 %) pour le mois d'août 2008 et à 1 370 631 (-11,6 %) pour le mois de septembre. Les statistiques préliminaires indiquent qu'en octobre, le nombre de voyageurs japonais outre-mer s'était élevé à 1 343 000, soit une diminution de 9,5 % par rapport à l'année précédente. (Selon les données cumulatives de janvier à octobre, il y aurait eu une diminution de 7,2 % comparativement à l'année dernière).

- En août 2008, le nombre de voyageurs japonais, classés par tranche d'âge et selon le sexe, affiche un recul à deux chiffres dans tous les segments, à l'exception des hommes et des femmes dans la vingtaine et des hommes dans la quarantaine et la soixantaine.

- En septembre 2008, les départs du Japon se sont avérés léthargiques; à l'exception des hommes dans la quarantaine et la soixantaine, des enfants de sexe féminin âgés de dix à dix-neuf ans et des femmes dans la quarantaine, tous les segments ont enregistré une diminution de plus de 10 %. En septembre 2008, la tranche des femmes âgées de 25 à 29 ans, soit le plus

important volume de départs du Japon, affichait une diminution de 12,8 %, et celle des femmes âgées de 30 à 34 ans, une diminution de 14,9 %.

Activités visant l'essor du marché

Activités de la CCT

À l'intention des professionnels du tourisme

Du 19 au 24 octobre 2008 : tenue de l'événement Kanata 2008 à l'hôtel Four Seasons de Chinzanso, à Tokyo.

La nouvelle formule de cet événement de trois jours a attiré 35 acheteurs de l'extérieur de Tokyo; au total, 122 représentants d'acheteurs y ont pris part. Soixante-dix représentants de 52 entreprises canadiennes ont aussi participé à cet événement de l'industrie, où sept nouveaux vendeurs canadiens en étaient à leur première visite. Mme Kyoko Manabe, de la direction générale de la CCT, a présenté aux acheteurs japonais les outils commerciaux « Mediabin », ainsi que le premier échelon de la nouvelle version du Programme des spécialistes des voyages au Canada. Les sondages réalisés tant auprès des acheteurs que des vendeurs ont révélé un taux de satisfaction global d'environ 80 %.

Le 17 décembre 2008 : événement de lancement, à Tokyo, à l'intention des spécialistes des voyages au Canada (SVC). Cet événement avait pour but d'inciter les professionnels du voyage à s'inscrire à la formation SVC de premier niveau.

Quatre-vingt-un membres ont répondu favorablement à l'invitation, y compris les principaux professionnels des voyages et les membres actuels du programme SVC. Soixante et un membres y ont participé, malgré la pluie froide et la saison de planification des voyages d'hiver qui battait son plein. L'ordre du jour comprenait un aperçu du programme et une allocution de bienvenue, des rapports de la CCT, la présentation du programme SVC, ainsi que des jeux-questionnaires avec réponses par oui ou non tirés du programme de premier niveau.

Même si seuls les membres de la région de Tokyo pouvaient participer à cet événement, les annonces et la publicité ont donné de bons résultats. Nous avons noté une augmentation substantielle du nombre d'inscriptions après la première diffusion de l'annonce de l'événement, le 4 décembre. Ainsi, il s'établissait à 125 à la mi-décembre, ce qui représente une augmentation de 150 % en deux semaines, et ce nombre ne cesse d'augmenter.

Annonces et publicités :

- Distribution de bulletins électroniques HTML à l'image de la marque par l'intermédiaire de Travel Vision (le média du voyage japonais) et de nos personnes-ressources chez les professionnels du voyage.
- Huit publications de courtes annonces publiées dans le bulletin électronique de Travel Vision, diffusé deux fois par jour.
- Une publication d'un article sur l'événement (publicité) dans le bulletin électronique de Travel Vision, diffusé deux fois par jour.
- Publication de nouvelles (publicité) sur le site Web de Travel Journal (autre média japonais consacré au voyage).
- Trois médias axés sur le voyage (Travel Vision, Travel Journal et Wing Travel) ont aussi participé à l'événement, et ils publieront des articles à ce sujet.

À l'intention du grand public

Du 26 septembre au 16 novembre : lancement de la Campagne d'hiver nationale du Canada, une initiative de marketing intégré de 1 300 000 \$CAN en partenariat avec Tourism BC, Travel Alberta, Tourisme Ontario, Air Canada, les Territoires du Nord-Ouest et Banff Lake Louise Tourism. Les documents à l'intention des médias comprenaient :

* 16 publications de 5 annonces dans les journaux, du 25 septembre au 15 novembre (10 dans Nikkei Keizai Shimbun et 6 dans Yomiuri Shimbun)

*Campagne publicitaire de deux semaines sur la ligne ferroviaire JR Yamanote, du 16 au 31 octobre (11 voitures, des millions d'impressions auprès des consommateurs)

* Bannières publicitaires en ligne sur Sankei MSN, Excite.co.jp, Yahoo Japan et

Chikuyu no Arukikata

* Numéro spécial du magazine Metropolitana du 15 octobre consacré exclusivement au Canada (24 pages, 100 000 exemplaires) distribué dans 52 stations de métro et de gares de Tokyo

* Site promotionnel spécial www.canada.jp/gocanada associé au tirage de billets gratuits dans le cadre de la campagne « 100 Go Canada » (deux paires de billets gratuits à gagner chaque semaine)

* Six magazines envoyés par la poste aux consommateurs japonais inscrits dans la base de données de la CCT (110 000 membres)

Du 19 au 21 septembre 2008 : tenue du JATA World Travel Fair, au centre des congrès Big Site de Tokyo. La CCT était à la tête d'un kiosque canadien en partenariat avec Tourism BC, Travel Alberta, Tourisme Ontario, Tourism PEI, le Partenariat du tourisme du Canada atlantique et Air Canada. Ce kiosque du Canada, qui a capté l'attention de nombreux visiteurs, comptait des animateurs canadiens, la vedette de la série télévisée « Anne of Green Gables », l'artiste de rue de Vancouver « Checkerboard Guy » ainsi que deux gardes de Fort Henry, à Kingston, en Ontario. Plus de 109 000 consommateurs, professionnels du voyage et représentants des médias ont participé à ce salon, soit 2 % de plus qu'en 2007. Distribution conjointe de plus de 25 000 brochures.

Le 29 novembre 2008 : Salon 2009 Longstay Forum Consumer Travel Show. La CCT s'est associée à Air Canada et à Tourism BC pour présenter des choix de séjours de longue durée aux consommateurs. Devant plus de 80 participants, la CCT a effectué une présentation de 25 minutes sur les séjours de longue durée au Canada. Au-delà de 7 000 consommateurs ont participé à ce salon d'une journée au centre des congrès Bigsite de Tokyo. Distribution de 1 000 trousseaux d'information destinées aux consommateurs.

Novembre 2008 : lancement du site Web sur le ski www.canada.jp/ski à l'intention des consommateurs, et achèvement de la version japonaise 2009 du cyberlivre sur le ski, pour distribution électronique.

À l'intention des médias

Diffusion, par la chaîne NHK, d'une émission spéciale en direct sur l'écotourisme, en provenance de Churchill et du nord du Québec.

Tournage d'une émission spéciale par la chaîne TBS sur la visite des villes

d'Ottawa et de Montréal par un acteur très en vogue, Shun Oguri. L'acteur a rencontré des membres du Cirque du Soleil, afin de découvrir la culture et l'art canadiens.

La célébrité Rie Oh s'est rendue sur la Promenade des Glaciers, à titre d'animatrice de l'émission Foodies TV. Elle en a profité pour découvrir ce que la région a à offrir en matière de gastronomie, de mieux-être et de centre de santé.

Tous les soirs, de novembre à janvier, la chaîne de télévision Asahi diffusera l'émission « See The World by Train », dans laquelle figureront le White Pass et la route du Yukon en train.

La chaîne NHK a produit une émission spéciale du samedi soir où il est question des Îles Charlotte, site du patrimoine mondial de l'UNESCO.

L'émission du matin de Fuji TV a fait une tournée à Québec et à Montréal; on y voit les magnifiques feuillages d'automne et quelques exemples de la gastronomie locale.

Publication, par le magazine YuYu, d'un article sur le style de vie de la célèbre romancière Yoko Kirishima, qui vit à Vancouver, afin d'inciter son public féminin dans la cinquantaine à faire le récit de leur vie.

À l'intention des professionnels des relations publiques

Organisation et promotion du concours Essat « Anne of Green Gables », en collaboration avec la maison d'édition Shincho-sha.

De concert avec l'ambassade, la CCT a tenu un événement spécial pour marquer le centième anniversaire de la publication du livre « Anne of Green Gables » et a invité les petites-filles de l'auteure Charlotte Montgomery ainsi que le traducteur Hanako Muraoka comme conférenciers.

Environnement concurrentiel

8 DÉCEMBRE 2008 - Le marché des RCVM reporte les prises de décisions par rapport à Hawaii

Confrontées à la chute libre des marchés financiers du monde entier et à la

demande stagnante de la part des consommateurs, bon nombre d'entreprises et d'organisations préfèrent remettre à plus tard leurs décisions quant à leur participation à des réunions, des congrès et des voyages de motivation (RCVM) en 2009.

C'est ce que rapportait, lors d'une récente visite au Japon, M. Michael Murry, vice-président des ventes et du marketing, entreprises, réunions et voyages de motivation du Hawaii Visitors and Convention Bureau.

M. Murray a ajouté que la crise financière mondiale incitait les sociétés à réévaluer leurs assises financières avant de mettre sur pied des programmes de voyages de motivation, de congrès et de réunions d'entreprise.

Les conditions actuelles du marché ont entraîné, entre janvier et octobre, une stabilisation du nombre de participants japonais aux congrès, s'établissant à 8 925 (0,1 %); l'année précédente, le nombre de réunions d'entreprise avait dégringolé de près de 40,4 % pour se fixer à 5 257, selon les statistiques publiées par le Department of Business, Economic Development & Tourism (DBEDT) de l'état d'Hawaii. Le nombre de participants aux voyages de motivation a chuté de 4,5 % pour s'établir à 32 585, portant le nombre total de voyageurs RCVM en provenance du Japon à 49 025, soit une baisse de 9,5 %.

En 2007, le marché des RCVM comptait 59 259 participants japonais, ce qui constitue une baisse de 27,98 %, en raison surtout de la chute de 35 % du nombre de participants aux réunions d'entreprise (10 906).

Selon M. Murray, malgré le fait que le marché japonais reporte ses plans pour 2009, les entreprises planifient déjà l'année 2010, si l'on en croit le grand nombre de demandes de tenue d'événements soumises pour cette année en particulier.

Il a expliqué que le nombre de groupes associés au marché des voyages de motivation, des réunions et des congrès n'a pas beaucoup changé, mais que de plus en plus d'entreprises japonaises réduisaient le nombre de participants qu'ils prévoyaient à l'origine.

Forcées de réduire les coûts et de composer avec des budgets plus serrés en raison de la crise financière, les sociétés suppriment les extras comme les divertissements et les services.

Par ailleurs, M. Murry a prévenu les sociétés qui songeraient à éliminer les voyages de motivation et d'affaires qu'un tel geste serait improductif. « Les sociétés éprouvent à l'heure actuelle des difficultés, mais les programmes de motivation contribuent à accroître la productivité des employés. Les dirigeants de sociétés efficaces continueront à offrir des programmes de motivation. »

M. James Koh, directeur du service de planification d'événements spéciaux outre-mer et de la planification des mesures incitatives d'Amway Japon, a fait remarquer que les incitatifs contribuent énormément à relever le moral des employés et les incitent à offrir un meilleur rendement et à atteindre leurs objectifs.

En 2007, Amway Japon a envoyé quelque 1 000 employés en voyage de motivation à Hawaii.

Plus tôt cette semaine, le Hawaii Visitors and Convention Bureau (HVCB) a reçu l'approbation de l'État pour l'obtention de fonds supplémentaires affectés aux programmes de RCVM.

16 NOVEMBRE 2008 : La Suisse s'intéresse à l'écotourisme, LOHAS (tourisme durable).

Suisse Tourisme (ST) entend faire la promotion de nouveaux circuits écologiques qui permettront aux visiteurs japonais de profiter au maximum du plein air et de la campagne en mettant l'accent sur la « qualité » et « l'écotourisme ». Avec l'intérêt de plus en plus grand dans les LOHAS, ou les styles de vie axés sur la santé et la durabilité, nous entrons désormais dans l'ère des voyages écologiques, souligne ST.

En 2007, ST a publié une brochure intitulée « Villes », qui invite les Japonais à visiter des petites villes du pays, comme Schaffhausen. On y met l'accent sur les voyageurs individuels qui réservent généralement leurs voyages auprès d'agences spécialisées.

En novembre 2008, le gouvernement de Hong Kong a décidé d'accorder 15 000 millions de dollars de Hong Kong de plus au bureau « Meetings and Exhibitions Hong Kong », afin qu'il se concentre sur le marché des RCVM japonais. Les trois services, « Meeting and Incentive », « Convention » et « Exhibition » assureront la liaison avec des organismes comme le Hong Kong Trade Development Council et le Hong Kong Economic and Trade Office afin de se classer parmi les principales destinations du marché des RCVM. Du personnel spécialisé se joindra à leurs bureaux de Tokyo et d'Osaka.

Perspectives d'avenir

La confiance des consommateurs a atteint son point le plus bas depuis 35 ans, et on s'attend à ce que la croissance économique soit nulle ou négative tout au long de l'année 2009.

La réduction importante de la capacité aérienne directe à destination du Canada entre novembre et mars, ainsi que la montée en flèche des suppléments de carburant compromettent dangereusement les chances de reprise à court terme sur ce marché. L'annulation, par Air Canada et NorthWest, des vols entre Osaka et le Canada et Osaka et les États-Unis, a eu d'importantes répercussions.

Cependant, la CCT se positionne toujours comme chef de file du marché grâce à des initiatives telles que nos Publireportages hivernaux, et tire parti des commentaires des consommateurs et des leçons apprises de ces initiatives pour planifier des campagnes 2009 plus ciblées et efficaces. Le soutien de ses partenaires provinciaux, de l'industrie touristique et des transporteurs aériens demeure très positif, et ce, malgré la stagnation de la demande, l'augmentation des suppléments de carburant et la férocité de la concurrence.

Nous travaillons en ce moment à la planification d'un événement interentreprises en Asie, pour octobre 2009, afin de consolider en un salon les événements Kanata, Showcase Korea et Showcase China. Nos partenaires ont déjà reçu les détails préliminaires à ce sujet.