

*Pôle communication*

*Tél. : 24 66 40*

Vendredi 6 avril 2017

## DOSSIER DE PRESSE

**Deux contrats multi-partenariaux visant à favoriser le tourisme en provenance de la Chine et du Japon, également nommés « contrats de destination », ont été signés vendredi 6 avril à l'hôtel Méridien entre une dizaine d'acteurs du tourisme en Nouvelle-Calédonie dont le gouvernement, représenté par son président Philippe Germain. Objectifs pour 2018 ? 23 000 touristes japonais et 700 touristes chinois.**

*Les signataires et leurs représentants sont :*

*pour les deux contrats :*

- Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie : Philippe Germain, président du gouvernement,
- Nouvelle-Calédonie Tourisme Point Sud : Martine Lagneau, présidente du conseil d'administration,
- Air Calédonie International : Didier Tappero, directeur général,
- Air Calédonie : Samuel Hnepeune, président directeur général,
- Office des postes et télécommunications : Philippe Gervolino, directeur général.

*plus spécifiquement pour le Japon :*

- Destination Îles Loyauté : Mathias Waneux, président du conseil d'administration,
- Tourisme province Nord : Émile Nechero, président du conseil d'administration,
- Union des hôteliers de Nouvelle-Calédonie : Édouard Xuma, président,
- Agences réceptives représentées par Yoshihiro Shiojima, directeur de la SAS South Pacific Tours.

*plus spécifiquement pour la Chine :*

- Les sociétés représentant des structures d'hébergement intéressées par la clientèle chinoise : Dominique Michaud, directeur des hôtels du groupe Marriott en Nouvelle-Calédonie, et Armelle Tahī, directrice générale des hôtels du Groupe GLP,
- Les agences intéressées par la clientèle chinoise : Natalie Meynard, gérante de la SARL Mana Noumea (Nouméa Travel Specialist), Yoshihiro Shiojima, directeur de la SAS South Pacific Tours et Beatrix Cuenot, directrice générale de Noumea Discovery Inbound.

# Le contrat de destination Japon

## Le tourisme japonais en Nouvelle-Calédonie

---

Les touristes japonais représentent l'un des principaux marchés pour la Nouvelle-Calédonie et sont essentiels à l'économie touristique calédonienne, grâce notamment aux vols Aircalin (en 2017, 5 à 7 vols hebdomadaires directs à partir de Tokyo et 2 à 3 vols hebdomadaires directs à partir d'Osaka) :

- ➔ 19,3 % des vols sont arrivés du Japon entre janvier et septembre 2017,
- ➔ plus de 92 % des touristes japonais qui viennent en Nouvelle-Calédonie séjournent dans les hôtels,
- ➔ Le principal motif de leur séjour en Nouvelle-Calédonie est l'agrément (vacances, loisirs),
- ➔ La clientèle japonaise est celle qui dépense le plus lors de son séjour en Nouvelle-Calédonie (22 000 francs / jour / personne)<sup>1</sup>.

Par ailleurs, selon les statistiques publiées par l'Office national du tourisme japonais (JNTO), plus de 17 millions de Japonais sont partis à l'étranger en 2016 (soit une hausse de 5,6 % par rapport à 2015).

En 2016, la Nouvelle-Calédonie a accueilli 0,12 % de ce volume (0,09 % en 2013), soit 21 151 touristes, représentant environ 3,3 milliards de francs (hors transport).

L'augmentation du nombre de touristes japonais est estimée à plus d'1,5 milliard de francs par an par tranche de 10 000 visiteurs supplémentaires (étude Isee). Cette augmentation de visiteurs touristiques créera par ailleurs de nombreux emplois durables directs et indirects.

Après plusieurs années de forte baisse, **le marché est de nouveau en croissance depuis 2013** (+ 43,5 % de 2013 à septembre 2017 selon l'Isee). Ces bons résultats sont notamment portés par :

- le lancement de nouveaux produits hôteliers (Sheraton et Hilton),
- les efforts des compagnies aériennes (les protections de sièges et les promotions Aircalin),
- la création en 2016 d'une agence de tourisme sur la Nouvelle-Calédonie (NCTPS) au Japon, suite aux recommandations d'une étude commanditée par NCTPS fin 2013.

---

<sup>1</sup> Estimations 2015 hors transport aérien international, sur la base des données 2007

## Le contrat de « destination » Japon

---

Afin de maintenir la croissance de cette courbe favorable à la Nouvelle-Calédonie sur les trois prochaines années, une synergie de tous les acteurs autour d'engagements forts et d'actions concertées s'avère indispensable. Ce sont les objectifs du contrat signé aujourd'hui :

- ➔ améliorer la notoriété et l'image de la Nouvelle-Calédonie au Japon, auprès d'une clientèle plus large que la cible des jeunes mariés en lune de miel pour développer le marché des voyages d'affaires par exemple ;
- ➔ améliorer et accroître les capacités d'hébergement ;
- ➔ augmenter le nombre de vols et de sièges, tout en ayant des tarifs adaptés au marché japonais,
- ➔ améliorer le niveau de service, l'accueil et la qualité des produits touristiques ;
- ➔ coordonner les efforts promotionnels des différents acteurs (transport, hébergement touristique et agences de voyages sur le marché japonais),
- ➔ lever les barrières : la difficulté de l'accès, la barrière linguistique, le manque d'informations, etc.

## Les engagements du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie

---

Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie coordonne la réflexion entre les institutions en faveur du développement de la fréquentation touristique du territoire.

- ➔ il s'engage à soutenir le secteur du tourisme notamment via les dispositifs de défiscalisation, d'exonération de TGI (taxe générale à l'importation), ainsi que d'exonération de droits et taxes pour les hôtels sur un quota de biens importés (hors alimentation),
- ➔ il favorisera la mise en place de formations liées aux métiers du tourisme incluant des périodes d'immersion en environnement professionnel au Japon,
- ➔ il facilitera également l'obtention de visas de travail pour les ressortissants japonais employés dans les structures touristiques,
- ➔ il soutiendra enfin les actions de promotion de la destination au travers de manifestations culturelles ou sportives.

## Les engagements d'Air Calédonie International

---

Aircalin s'engage à réserver un volume de sièges au profit des Tour Operators japonais, notamment en période de forte demande. Au total, 44 000 sièges leur seront réservés en 2018.

La compagnie participera également à la création de « packages » à des tarifs accessibles et des offres promotionnelles dédiées aux agences de voyages et e-commerces.

Aircalin s'engage enfin à fournir 80 billets gratuits par an à NCT (valeur totale 6,4 millions de francs) vers / depuis le Japon pour les besoins de voyages d'influenceurs des médias.

## Les engagements d'Air Calédonie

---

Grâce au renouvellement de sa flotte, Air Calédonie augmentera régulièrement le nombre de ses vols, tout en proposant des packages et des tarifs spécifiques pour les agences de voyage et GIE tourisme, notamment via un site internet plus souple et plus simple. Air Calédonie s'engage à soutenir les actions de NCT à travers un budget annuel de billets gratuits pour une valeur totale 3 millions de francs) en faveur de prescripteurs, influenceurs et médias japonais reconnus.

## Les engagements des organismes de promotion touristique

---

**Le GIE NCTPS** allouera 180 millions de francs par an, pendant 3 ans, pour financer la promotion et la communication de la destination sur le marché japonais. Il animera également un planning de missions au Japon, et des réunions de travail auprès de l'industrie locale pour identifier leurs besoins. En concertation avec les acteurs locaux, le GIE NCTPS participera à la création de nouvelles offres packagées valorisant l'identité de la Nouvelle-Calédonie et traduira l'intégralité du site internet [newcaledonia.travel](http://newcaledonia.travel) en japonais.

**Le GIE Destination Îles Loyauté** s'engage également à soutenir les actions de promotion du GIE NCTPS à hauteur de 22,5 millions de francs sur trois ans, soit 7,5 millions de francs par an, sous réserve de la création de packages intégrant les Îles Loyauté. Si aujourd'hui, les touristes japonais ne représentent que 7 % de la fréquentation touristique des Loyauté, les projets d'hôtels de gamme supérieure devraient permettre d'accroître la fréquentation des îles.

**Tourisme province Nord** s'engage à soutenir les actions de promotion du GIE NCTPS ponctuellement, notamment au travers de l'accueil des éducteurs organisés. Le nombre de touristes en provenance du marché japonais en province Nord représentent en effet une part mineure de la fréquentation touristique en province Nord.

## Les engagements des structures d'hébergement

---

Les structures d'hébergement s'engagent à mettre en place des tarifs adaptés aux saisons (haute et basse) et des offres tarifaires attractives (tarifs réduits, nuits gratuites, sur-classement, repas offerts, etc.). Elles devront également embaucher un voire deux réceptionnistes japonais si la fréquentation de l'hôtel est supérieure à 10 % et proposer des menus restauration et des informations en japonais.

Afin de participer à la promotion de la destination Nouvelle-Calédonie, les structures d'hébergement mettront à disposition du GIE NCTPS des nuitées et des repas gratuits pour les agents de tourisme reconnus au Japon (pour un budget annuel de 9,7 millions de francs par an).

Les hôteliers s'engagent également à participer aux salons professionnels organisés par les GIE, mais aussi à transmettre des statistiques précises et détaillées concernant les origines géographiques et segmentées de la clientèle touristique notamment dans le cadre de l'enquête hôtelière conduite par l'ISEE.

## Les engagements des réceptifs spécialisés

---

Les réceptifs spécialisés conseilleront les hôteliers et les prestataires d'activité calédoniens afin que leurs produits soient plus attractifs pour les Japonais. Ils participeront à la définition d'une stratégie commerciale et aux actions promotionnelles d'une manière active, en collaboration avec tous les signataires du contrat pour atteindre l'objectif de touristes japonais fixé dans le cadre des Ateliers du Tourisme révisé chaque année. Ils seront également des partenaires privilégiés pour communiquer avec les agences japonaises les tarifs annuels et saisonniers des hôteliers et des prestataires d'activités et, de manière plus générale, informer des nouveautés et des changements en Nouvelle-Calédonie.

## Les engagements de l'OPT-NC

---

L'OPT-NC s'engage à favoriser le « roaming » et à faire des offres de téléphonie mobile prépayée à destination des touristes et de la clientèle d'affaires de passage, et ce sur davantage de points de distribution. Ils devront également proposer leur produit dès l'aéroport international de La Tontouta, dans les avions Aircalin et dans les différentes structures d'hébergement. L'OPT mettra également 50 cartes liberté à disposition des invités de NCTPS (influenceurs, journalistes, etc.).

## Le contrat de « destination » Chine

La Chine est le 1<sup>er</sup> marché émetteur mondial de touristes en 2016.

De 2010 à 2016, le nombre de départs a progressé de plus de 160 % pour atteindre 137 millions de départs en 2016 :

- 67 millions de visiteurs en Grande Chine (séjours et excursions) : Hong-Kong (42 millions), Macao (22 millions) et Taïwan (5 millions).
- 70 millions de visiteurs à l'international, dont 75 % en Asie.

Les dépenses à l'international sont estimées à 345 milliards de dollars pour 2016 : les Chinois ont la réputation d'être la clientèle touristique la plus dépensière au monde, et notamment en shopping, pour eux ou pour ramener des cadeaux très onéreux à leur famille.

La progression pourrait être encore très importante puisque sur une population de 1,4 milliard de Chinois, moins de 8 % disposeraient d'un passeport pour voyager à l'étranger. En 2030, 180 millions de ménages chinois auront un revenu dépassant le revenu médian des ménages français.

L'Asie et l'Océanie ont accueilli en 2016 plus de 40 millions de visiteurs chinois, avec en tête la Thaïlande, le Japon, la Corée, Taïwan et Singapour. L'Australie et la Nouvelle-Zélande ont également accueilli plus de visiteurs chinois en 2016 (+ 15 et + 17 % respectivement).

*Source : Atout France Chine*

Les conclusions de l'étude commandée par Nouvelle-Calédonie Tourisme Point Sud confirment un réel potentiel pour la Nouvelle-Calédonie à attirer des visiteurs chinois, qui recherchent de nouvelles destinations et de nouvelles expériences.

Enfin, la signature de ce partenariat intervient alors que la Nouvelle-Calédonie vient d'obtenir le statut de destination touristique agréée par les autorités chinoises, permettant ainsi aux tours operators chinois de commercialiser cette destination et d'engager des démarches auprès des autorités consulaires françaises du pays en vue d'obtenir des visas pour des groupes.

Les objectifs à atteindre pour le marché Chine sont les suivants (avec des vols charter) :

Année	Nombre de touristes
2017	350
2018	700
2019	1000
2020	1200

A partir de 2020, les objectifs du contrat seront réévalués pour étudier la mise en place d'une ligne aérienne directe entre la Chine et la Nouvelle-Calédonie, permettant d'atteindre environ 20 000 touristes par an.

## Les engagements du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie

---

Le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie coordonne la réflexion entre les institutions en faveur du développement de la fréquentation touristique du territoire, ainsi qu'une réflexion sur la « sécurité » en lien avec le « comité sécurité touristes » piloté par les services du haut-commissariat de la République en Nouvelle-Calédonie.

- Le gouvernement s'engage à soutenir le secteur du tourisme notamment via les dispositifs de défiscalisation, d'exonération de TGI (taxe générale à l'importation), ainsi que d'exonération de droits et taxes pour les hôtels sur un quota de biens importés (hors alimentation),
- il favorisera la mise en place de formations liées aux métiers du tourisme incluant des périodes d'immersion en environnement professionnel en Chine,
- il facilitera également l'obtention de visas de travail pour les ressortissants chinois employés dans les structures touristiques. Il soutiendra enfin les actions de promotion de la destination au travers de manifestations culturelles ou sportives.

## Les engagements d'Air Calédonie International

---

Aircalin participera aux efforts de promotion de la Nouvelle-Calédonie, par des actions commerciales sur le marché chinois. La compagnie mettra également en place des accords avec ses homologues chinoises pour se connecter sur leur réseau, en particulier au Japon et en Australie et mènera des opérations charter ponctuelles. Elle mettra enfin en place des moyens de paiement adaptés aux banques chinoises sur son site internet [aircalin.com/asia](http://aircalin.com/asia).

Aircalin fournira enfin 50 billets pour organiser le séjour d'agents de voyages ou d'influenceurs médias du marché chinois pour une valeur de 4 millions de francs.

## Les engagements d'Air Calédonie

---

Grâce au renouvellement de sa flotte, Air Calédonie augmentera régulièrement le nombre de ses vols, tout en proposant des packages et des tarifs spécifiques pour les agences de voyage et GIE tourisme, notamment via un site internet plus souple et plus simple. La compagnie améliorera enfin l'information des passagers et celle des professionnels via des messages en anglais.

La compagnie mettra à disposition des billets gratuits au GIE tourisme en faveur de prescripteurs reconnus sur les marchés, pour un montant annuel estimé à 800 000 francs.

## Les engagements des organismes de promotion touristique

---

Le **GIE NCTPS** allouera 30 millions de francs par an pour la promotion et la communication en faveur de la Nouvelle-Calédonie sur le marché chinois et pour mener des actions (recrutement d'un représentant de la Nouvelle-Calédonie en Chine, traduction de son site en chinois, coordination des actions de chacun etc.).

## **Les engagements des groupes hôteliers Marriott et GLP Hôtels**

---

Les structures d'hébergement s'engagent à mettre en place des tarifs adaptés aux saisons (haute et basse) et des offres tarifaires attractives (tarifs réduits, nuits gratuites, sur-classement, repas offerts, etc.). Elles devront également embaucher un voire deux réceptionnistes chinois si la fréquentation de l'hôtel est supérieure à 10 % et proposer des menus restauration et des informations en japonais.

Afin de participer à la promotion de la destination Nouvelle-Calédonie, les structures d'hébergement mettront à disposition du GIE NCTPS des nuitées et des repas gratuits pour les agents de tourisme reconnus en Chine (50 nuitées offertes pour chaque groupe hôtelier).

Les hôteliers s'engagent également à participer aux salons professionnels organisés par les GIE, mais aussi à transmettre des statistiques précises et détaillées concernant les origines géographiques et segmentées de la clientèle touristique notamment dans le cadre de l'enquête hôtelière conduite par l'ISEE.

## **Les engagements de la société SPT, de Noumea Travel Specialist et Nouméa Discovery Inbound**

---

Ces agences spécialisées conseilleront les hôteliers et les prestataires d'activité calédoniens afin que leurs produits soient plus attractifs pour les Chinois. Elles participeront à la définition d'une stratégie commerciale et aux actions promotionnelles d'une manière active, en collaboration avec tous les signataires du contrat pour atteindre l'objectif de touristes chinois fixé dans le cadre des Ateliers du Tourisme révisé chaque année. Elles seront également des partenaires privilégiés pour communiquer avec les agences chinoises les tarifs annuels et saisonniers des hôteliers et des prestataires d'activités et, de manière plus générale, informer des nouveautés et des changements en Nouvelle-Calédonie.

Ces agences créeront enfin une représentation en Chine avec des spécialistes du voyage, traduiront leur site internet en chinois et recruteront des guides franco-chinois expérimentés pour l'organisation de séjours des groupes de voyageurs chinois.

## **Les engagements de l'OPT-NC**

---

L'OPT-NC s'engage à favoriser le « roaming » et à faire des offres de téléphonie mobile prépayée, et ce sur davantage de points de distribution. L'établissement devra également proposer ses produits dès l'aéroport international de La Tontouta, dans les avions Aircalin et dans les différentes structures d'hébergement.

## **Les engagements de la CSB**

---

Parallèlement, la CSB, afin de permettre à la clientèle chinoise de payer avec une carte bancaire, s'engage à proposer l'application China Union Pay. Les commerces intéressés pourront se rapprocher du bureau OFINA Nouvelle-Calédonie afin de s'abonner au dispositif.