

LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES VENUES EN AVION

LES JAPONAIS

Population totale : 127,5 millions d'habitants
Taux de croissance économique : +2,0 %
Taux de change moyen : 1 € = 102,62 JPY ; variation 2012/2011 : -7,6 %
Taux de chômage : 4,4 %
Taux d'inflation : 0,0 %



Sources : Bureau de statistiques japonais - Banque de France - FMI.

Quel profil ?

Les visiteurs japonais ont un âge moyen (37 ans) inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion (39 ans).

Ils appartiennent à la catégorie socioprofessionnelle des employés pour moins de la moitié (43,4 %, +24,9 points).

Quel type de voyage ?

Plus de 8 visiteurs sur 10 (81,2 %, +8,7 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent seuls (27,9 %, -9,1 points) ou entre amis (22,0 %, +12,9 points).

Le séjour est inclus dans un circuit européen pour 39,7 % (+21,6 points). Pour la même proportion environ (39,0 %, -33,0 points), Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour. Elle fait partie d'un circuit France pour 25,9 % (+14,0 points).

Les Japonais voyagent en individuel non organisé pour 56,5 % (-23,4 points). Près du quart optent pour un séjour en individuel organisé (24,8 %, +10,3 points) et 18,8 % (+13,1 points) préfèrent les groupes organisés.

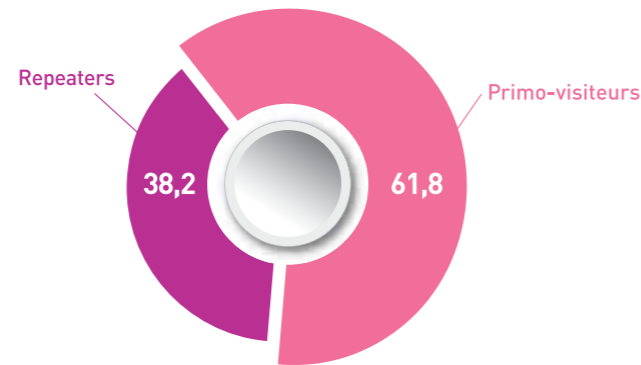
Quel hébergement ?

Plus de 9 séjours sur 10 (93,7 %, +12,1 points) ont lieu en hébergements marchands.

Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 86,6 % (moyen de gamme pour 55,4 % et économique pour 23,4 %), les meublés et locations saisonnières (2,7 %), les résidences hôtelières (1,9 %) et les hébergements pour jeunes (1,5 %).

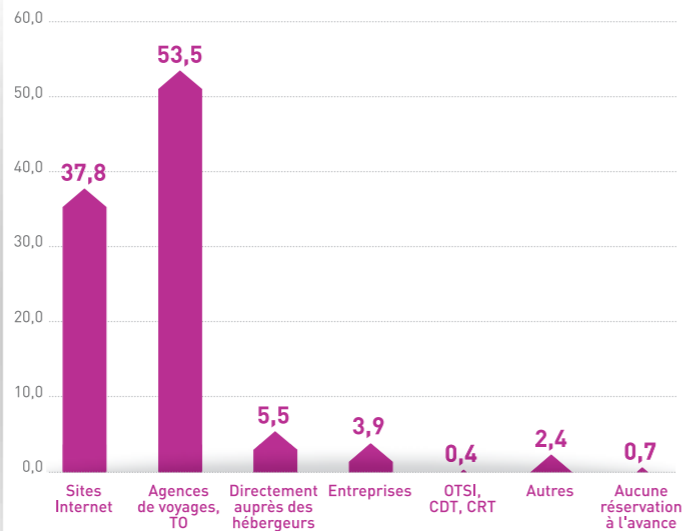
Les résidences principales d'amis (3,9 %) et de parents (1,0 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

UNE MAJORITÉ DE PRIMO-VISITEURS JAPONAIS À PARIS ÎLE-DE-FRANCE (EN %)



Période de référence : les 5 dernières années.
La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 54,9 % de repeaters et de 45,1 % de primo-visiteurs.

POUR RÉSERVER, LES AGENCES DE VOYAGES ET LES TOUR-OPÉRATEURS JOUENT UN RÔLE PRÉPONDÉRANT (EN %)



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.
À l'étape de la préparation du voyage, les Japonais favorisent également les agences de voyages et les tour-opérateurs (52,6 %, +22,9 points), devant Internet (40,7 %, -7,3 points).

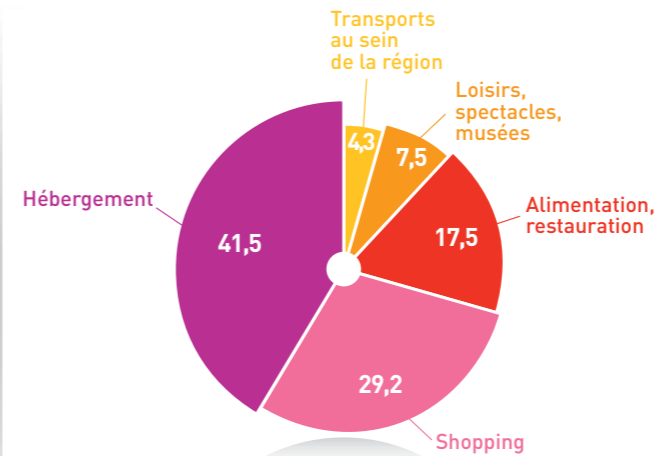
Quelles activités ?

Les Japonais sont plus nombreux à se consacrer au shopping (62,5 %, +10,0 points), aux visites guidées de quartiers (16,9 %, +8,8 points), à la visite de musées et monuments (95,4 %, +7,4 points) et à la découverte des villes (79,2 %, +5,4 points). Ils sont en revanche moins nombreux à s'intéresser aux parcs d'attractions (5,3 %, -13,8 points), à la visite de parcs et jardins (30,4 %, -11,3 points), aux marchés et brocantes (17,7 %, -11,1 points) et à la découverte de nouveaux quartiers branchés (7,5 %, -5,1 points).

Quels sites visités ?

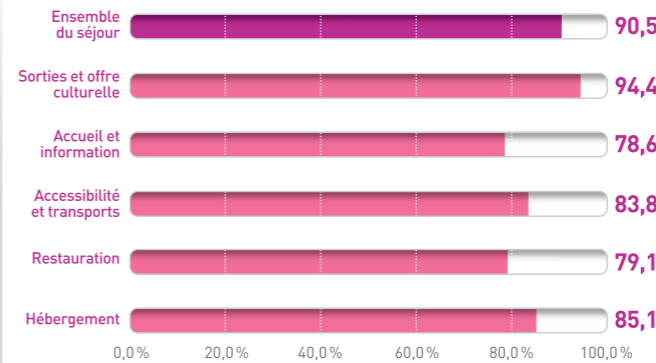
« Top 5 » des lieux les plus visités : le musée du Louvre (70,2 %), l'Arc de triomphe (68,0 %), la tour Eiffel (65,6 %), Notre-Dame de Paris (61,8 %) et le musée d'Orsay (35,8 %). Les Japonais sont plus nombreux à se rendre au musée du Louvre (+13,3 points), au musée d'Orsay (+11,1 points), au château de Versailles (29,0 %, +10,4 points) et à l'Arc de triomphe (+9,1 points). En revanche, ils visitent moins le Sacré-Cœur de Montmartre (28,4 %, -14,7 points), Disneyland® Paris (4,5 %, -12,8 points), la Grande Arche de la Défense (2,3 %, -8,3 points) et le Centre Pompidou (12,0 %, -8,2 points).

PRÈS DE 30 % DES DÉPENSES DES JAPONAIS CONSACRÉES AU SHOPPING (EN %)



Les Japonais, dont la dépense moyenne par jour et par personne, est très supérieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important au shopping (+9,3 points) et moins important à la restauration (-4,2 points) ainsi qu'aux transports (-3,8 points).

DES TOURISTES UN PEU MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE D'ACCUEIL ET DE RESTAURATION (EN %)*



* % satisfaits et très satisfaits.
Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 96,0 %.

Les données exprimées en « points » sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion.

Source : dispositif permanent d'enquête dans les aéroports - CRT Paris Île-de-France, ADP (BVA) - résultats 2012.

Suggestions

- Adapter le discours à une clientèle de primo-visiteurs qui a besoin d'être rassurée.
- Travailler avec les agences de voyages et les tour-opérateurs.
- Communiquer sur la thématique « shopping », activité très pratiquée et à laquelle est consacré un budget important.

L'ESSENTIEL

- ➔ 417 000 séjours soit 3,9 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion.
- ➔ 2 161 000 nuitées soit 3,3 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion.
- ➔ 5,2 nuits en moyenne.
- ➔ 38,2 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- ➔ 81,2 % voyagent en individuel.
- ➔ 81,2 % voyagent pour motifs personnels uniquement.
- ➔ 197 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- ➔ 90,5 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- ➔ 95,8 % recommanderaient la destination à leur entourage.
- ➔ 28,0 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.