

Les Japonais

- Population totale: **127,3 millions d'habitants**
- Taux de croissance économique: **+1,5 %**
- Taux de change moyen: **1 EUR = 129,66 JPY**; variation 2013/2012: **+26,3 %**
- Taux de chômage: **4,0 %**
- Taux d'inflation: **+0,4 %**

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

- 92,9 %** des touristes sont venus en avion.
- 7,1 %** des touristes sont venus en train.

Les transports routiers ne sont pas comptabilisés dans les enquêtes.



Quel profil ?

Les visiteurs japonais ont un âge moyen (37 ans) inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (40 ans). Ils appartiennent à la catégorie socioprofessionnelle des employés pour près de la moitié (44,1%, +23,6 points).

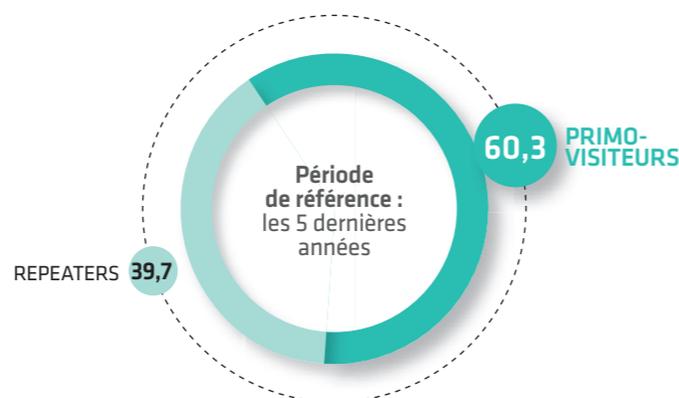
Quel type de voyage ?

Près de 8 visiteurs sur 10 (76,4 %, +4,9 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent seuls (28,3 %, -4,1 points), en famille (22,4 %, +0,4 point) ou entre amis (20,3 %, +9,9 points). Le séjour est inclus dans un circuit européen pour 41,4 % (+21,1 points). Pour la même proportion environ (39,0 %, -31,0 points), Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour. Elle fait partie d'un circuit France pour 27,2 % (+14,4 points). Les Japonais voyagent en individuel non organisé pour 53,1 % (-26,8 points). Plus du quart optent pour un séjour en individuel organisé (26,7 %, +13,0 points) et 20,2 % (+13,9 points) préfèrent les groupes organisés.

Quel hébergement ?

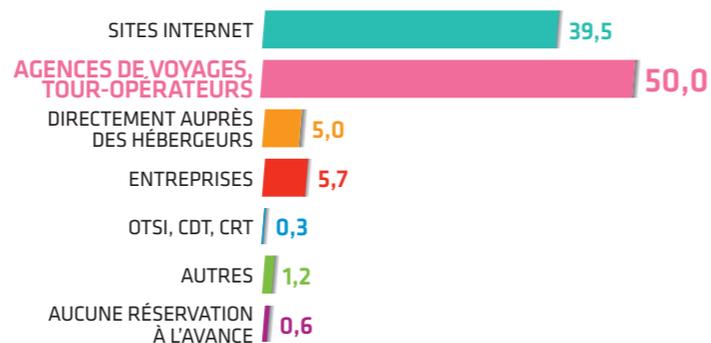
Plus de 9 séjours sur 10 (93,7 %, +10,8 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 85,9 % (moyen de gamme pour 53,7 %, économique pour 23,8 % et haut de gamme pour 22,4 %), les résidences hôtelières (3,5 %), les hébergements pour jeunes (1,7 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (1,6 %). Les résidences principales d'amis (4,3 %) et de parents (1,2 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

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



La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 56,1 % de repeaters et de 43,9 % de primo-visiteurs.

POUR RÉSERVER, LES AGENCES DE VOYAGES ET LES TOUR-OPÉRATEURS JOUENT UN RÔLE PRÉPONDERANT (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 (48,4 %, +22,4 points) devant Internet (42,0 %, -7,3 points).

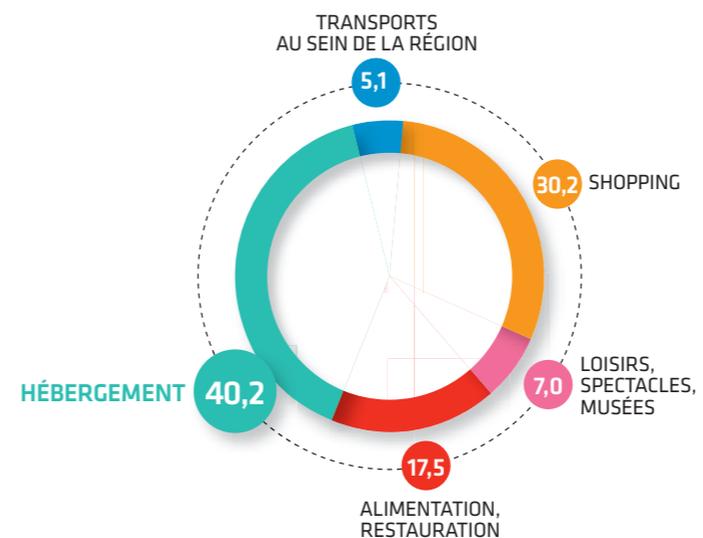
Quelles activités ?

Les Japonais sont plus nombreux à se consacrer au shopping (59,0 %, +13,2 points), aux visites guidées de quartiers (16,7 %, +8,7 points), à la découverte de la gastronomie (42,1 %, +6,6 points), à la visite de musées et monuments (94,1 %, +6,5 points) et à la découverte des villes (75,1 %, +4,9 points). Ils sont en revanche moins nombreux à s'intéresser aux parcs d'attractions (5,1 %, -11,9 points), à la visite de parcs et jardins (25,7 %, -9,0 points), aux marchés et brocantes (14,5 %, -7,7 points) et à la découverte de nouveaux quartiers branchés (10,1 %, -7,1 points).

Quels sites visités ?

« Top 5 » des lieux les plus visités : le musée du Louvre (68,0 %), la tour Eiffel (67,2 %), l'Arc de triomphe (65,2 %), Notre-Dame de Paris (55,0 %) et le musée d'Orsay (30,5 %). Les Japonais sont plus nombreux à se rendre au musée du Louvre (+12,9 points), au château de Versailles (29,1 %, +12,1 points), à l'Arc de triomphe (+8,5 points) et au musée d'Orsay (+6,5 points). En revanche, ils visitent moins le Sacré-Cœur de Montmartre (25,9 %, -16,9 points), le centre Pompidou (9,0 %, -11,0 points), Disneyland® Paris (4,5 %, -10,4 points), la Grande Arche de La Défense (2,7 %, -6,6 points) et Notre-Dame de Paris (-5,0 points).

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 (+10,7 points) et moins important à la restauration (-5,3 points).

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



* % satisfaits et très satisfaits.

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 94,3 %.

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

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports et dans les trains - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD (BVA) - résultats 2013.

SUGGESTIONS

- 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.
- Accentuer les efforts en matière d'accueil, d'information et de services dans la restauration.

L'essentiel

- 473 000 séjours soit 3,1 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 2 239 000 nuitées soit 2,7 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 4,7 nuits en moyenne.
- 39,7 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 79,8 % voyagent en individuel.
- 76,4 % voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 214 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 90,4 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 94,2 % recommanderaient la destination à leur entourage.
- 29,4 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.