



43,0 % REPEATERS **57,0 %** PRIMO-VISITEURS

La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 57,9% de repeaters et de 42,1% de primo-visiteurs.
Période de référence : les 5 dernières années.

LES JAPONAIS

- ✈️ **89,1% des touristes sont venus en avion**
- 🚆 **10,8% des touristes sont venus en train**
- 🚗 **0,1% des touristes sont venus par la route**

- > Population totale : 127,3 millions d'habitants
- > Taux de croissance économique : -0,1%
- > Taux de change moyen : 1 EUR = 140,38 JPY ; variation 2014/2013 : +8,3%
- > Taux de chômage : 3,6%
- > Taux d'inflation : +2,7%

Sources : Banque de France, Banque mondiale, FMI.

POUR RÉSERVER, LES AGENCES DE VOYAGES ET LES TOUR-OPÉRATEURS JOUENT UN RÔLE PRÉPONDERANT



À l'étape de la préparation du voyage, les Japonais favorisent plutôt Internet (45,0%, -5,4 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (44,3%, +19,0 points). Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

QUEL PROFIL ?

➤ Les visiteurs japonais ont un âge moyen (37 ans) inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils appartiennent à la catégorie socioprofessionnelle des employés pour près de la moitié (46,0%, +22,7 points).

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

➤ Près de 8 visiteurs sur 10 (76,9%, +3,3 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent seuls (29,4%, +2,6 points), en famille (25,0%, +0,1 point) ou entre amis (19,6%, +7,7 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour dans plus de la moitié des cas (51,3%, -22,2 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 28,4% (+13,1 points) et d'un circuit France pour 24,0% (+10,7 points). Les Japonais voyagent en individuel non organisé pour 69,2% (-11,5 points). Près d'1 visiteur sur 5 opte pour un séjour en individuel organisé (19,5%, +6,9 points) et 11,3% (+4,6 points) préfèrent les groupes organisés.

QUEL HÉBERGEMENT ?

➤ Plus de 9 séjours sur 10 (92,6%, +10,1 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 84,4% (moyen de gamme pour 56,7%, économique pour 23,4% et haut de gamme pour 19,9%), les meublés et locations saisonnières (2,6%), les résidences hôtelières (2,4%) ainsi que les hébergements pour jeunes (2,2%). Les résidences principales d'amis (3,6%) et de parents (2,4%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

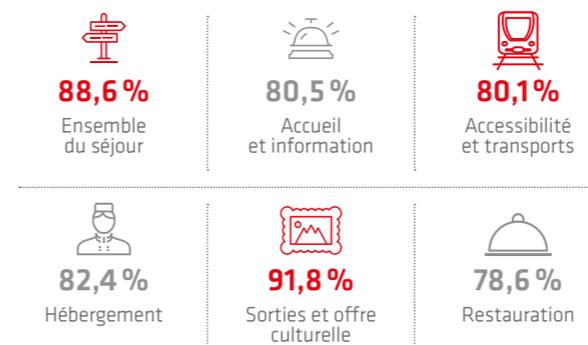
QUELLES ACTIVITÉS ?

➤ Les Japonais sont plus nombreux à se consacrer au shopping (56,4%, +11,2 points), à la découverte de la gastronomie (45,6%, +9,0 points), à la découverte des villes (77,6%, +7,6 points), aux visites guidées de quartiers (14,4%, +7,4 points) et à la visite de parcs d'attractions (29,1%, +5,1 points). Ils apprécient également la visite de musées et monuments (89,7%, +4,2 points). Ils sont en revanche moins nombreux à s'intéresser à la découverte de nouveaux quartiers branchés (7,4%, -8,6 points), à la visite de parcs et jardins (33,6%, -4,6 points) ainsi qu'aux marchés et brocantes (19,5%, -4,5 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

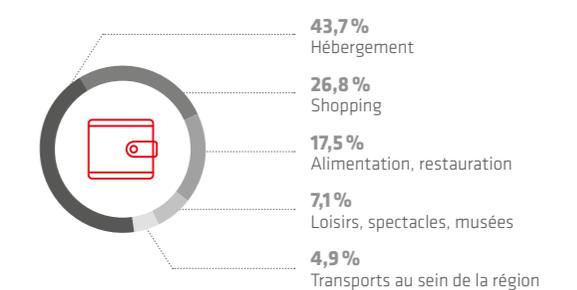
➤ "Top 5" des lieux les plus visités : le musée du Louvre (65,6%), la tour Eiffel (64,6%), l'Arc de triomphe (62,5%), Notre-Dame de Paris (54,5%) et le musée d'Orsay (29,4%). Ils sont plus nombreux à visiter certains des "classiques" cités plus haut comme le musée du Louvre (+16,7 points), l'Arc de triomphe (+10,9 points) et le musée d'Orsay (+9,1 points). Ils se rendent également davantage au château de Versailles (21,2%, +8,6 points) et à Disneyland® Paris (24,9%, +4,4 points). En revanche, ils visitent moins le Sacré-Cœur de Montmartre (24,2%, -15,1 points), le centre Pompidou (10,3%, -7,8 points) et la Grande Arche de la Défense (2,8%, -5,1 points).

DES TOURISTES UN PEU MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE DE RESTAURATION⁽¹⁾



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 94,4%.
(1) % satisfaits et très satisfaits.

PRÈS DE 30 % DES DÉPENSES DES JAPONAIS CONSACRÉES AU SHOPPING



Les Japonais, dont la dépense moyenne par jour et par personne (205 €) est très supérieure à celle de l'ensemble des clientèles (153 €), accordent un budget plus important au shopping (+74 points) et moins important à la restauration (-5,6 points) et aux transports (-1,9 point).

• À RETENIR •

- **492 000 séjours** soit 2,6% des séjours de la clientèle internationale
- **2 492 000 nuitées** soit 2,8% des nuitées de la clientèle internationale
- **5,1 nuits** en moyenne
- **43,0 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **88,7%** voyagent en individuel
- **76,9%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **205 €** de dépense moyenne par jour et par personne
- **1 038 €** de budget moyen du séjour par personne
- **88,6 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **31,0 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

• NOS SUGGESTIONS •

- Continuer à travailler avec les agences de voyages et les tour-opérateurs
- Communiquer sur la thématique "shopping", activité très pratiquée et à laquelle est consacrée un budget important
- Être attentif au rapport qualité/prix et aux services en matière de restauration

