

# LES JAPONAIS

**82,5 %**  
des touristes  
sont venus en avion

**14,2 %**  
des touristes  
sont venus en train

**3,3 %**  
des touristes  
sont venus par la route

> Population totale : **127,1 millions** d'habitants  
> Taux de croissance économique : **0,5 %**  
> Taux de change moyen : **1 EUR = 134,31 JPY** ;  
variation 2015/2014 : -4,3 %

> Taux de chômage : **3,4 %**  
> Taux d'inflation : **+0,8 %**

Sources : BCE, Banque mondiale, FMI.



**45,9 %**  
REPEATERS

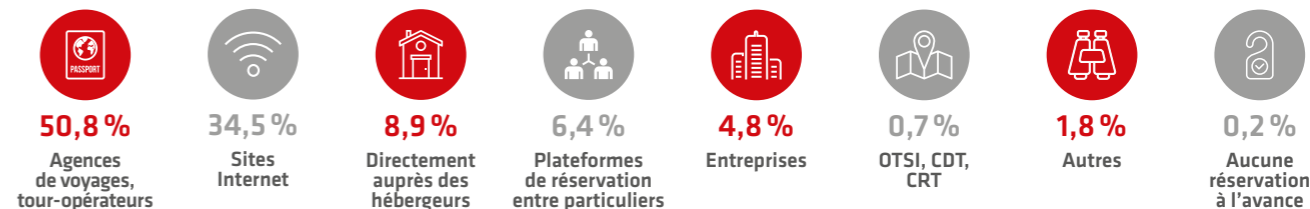
**54,1 %**  
PRIMO-VISITEURS

La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 58,1% de repeaters et de 41,9% de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.



## 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 également les agences de voyages et les tour-opérateurs (45,4 %, +24,1 points), devant Internet (37,0 %, -18,6 points).

Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

### QUEL PROFIL ?

Les visiteurs japonais ont un âge moyen (38 ans) inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont employés pour 43,8 % (+18,0 points), issus des PCS+<sup>(1)</sup> pour 18,3 % (-17,7 points) et étudiants pour 12,7 % (+4,2 points).

(1) Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

### QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus des trois quarts des visiteurs (75,2 %, +1,7 point) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent seuls (34,7 %, +7,9 points), en famille (23,0 %, -2,5 points) ou entre amis (16,7 %, +6,5 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour dans un tiers des cas (33,3 %, -33,0 points). Elle fait partie d'un circuit France pour 43,5 % (+23,3 points) et d'un circuit européen pour 26,7 % (+10,9 points). Les Japonais voyagent en individuel non organisé pour 74,3 % (-7,8 points). 15,8 % optent pour un séjour en individuel organisé (+5,0 points) et 10,0 % (+2,9 points) préfèrent les groupes organisés.

### QUEL HÉBERGEMENT ?

Près de 9 séjours sur 10 (88,7 %, +4,6 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 77,5 % (moyen de gamme pour 52,0 % et haut de gamme pour 31,6 %), les résidences hôtelières (4,1 %), les hébergements pour jeunes (2,7 %) ainsi que les gîtes et chambres d'hôtes (2,5 %). Les résidences principales d'amis (7,5 %) et de parents (3,1 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

### QUELLES ACTIVITÉS ?

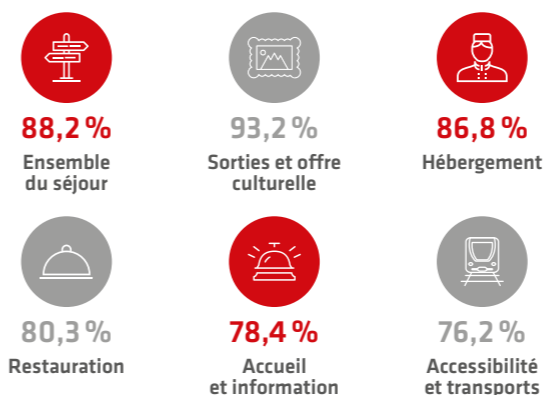
Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (91,1 %), la découverte des villes (79,6 %) et le shopping (55,6 %). Les Japonais sont plus nombreux à se consacrer à la découverte de la gastronomie (51,1 %, +14,0 points), au shopping (+10,5 points) et à la découverte des villes (+8,2 points). Ils apprécient également les visites guidées de quartiers (13,1 %, +4,5 points) et celles de musées et monuments (+4,5 points). Ils sont en revanche moins nombreux à s'intéresser aux parcs d'attractions (13,2 %, -13,4 points), aux marchés et brocantes (19,6 %, -4,9 points) ainsi qu'à la découverte de nouveaux quartiers branchés (14,0 %, -4,1 points).

### QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (60,5 %), l'Arc de triomphe (60,0 %), le musée du Louvre (60,0 %), Notre-Dame de Paris (51,3 %) et le musée d'Orsay (25,7 %). Ils sont plus nombreux à visiter certains des "classiques" cités plus haut comme le musée du Louvre (+10,2 points), l'Arc de triomphe (+9,3 points) et le musée d'Orsay (+5,3 points). Ils se rendent également davantage au château de Versailles (18,7 %, +5,1 points). En revanche, ils visitent moins le Sacré-Cœur de Montmartre (23,5 %, -15,0 points), Disneyland® Paris (7,1 %, -9,9 points), le centre Pompidou (10,1 %, -7,3 points), la Grande Arche de la Défense (2,1 %, -5,8 points) et la tour Eiffel (-5,0 points).



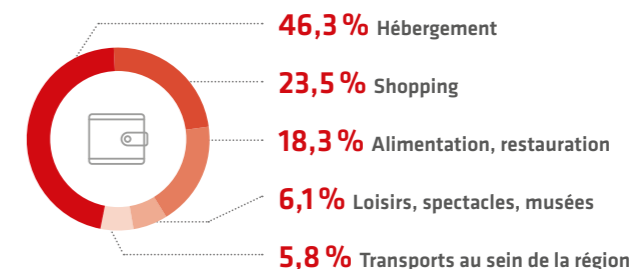
### DES TOURISTES UN PEU MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE DE TRANSPORTS ET D'ACCUEIL<sup>(1)</sup>



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 94,5 %.

(1) % satisfaits et très satisfaits.

### PRÈS DU QUART DES DÉPENSES DES JAPONAIS CONSACRÉES AU SHOPPING



Les Japonais, dont la dépense moyenne par jour et par personne (215 €) est très supérieure à celle de l'ensemble des clientèles (153 €), accordent une part plus importante de leur budget au shopping (+4,1 points) et à l'hébergement (+3,0 points) et moins importante à la restauration (-4,5 points).

### À RETENIR <

- > **383 000 séjours** soit 2,0 % des séjours de la clientèle internationale
- > **1 863 000 nuitées** soit 2,2 % des nuitées de la clientèle internationale
- > **4,9 nuits** en moyenne
- > **45,9 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- > **90,0 %** voyagent en individuel
- > **75,2 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- > **215 €** de dépense moyenne par jour et par personne
- > **1 045 €** de budget moyen du séjour par personne
- > **88,2 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- > **33,9 %** 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 une part importante de leur budget
- > Informer et rassurer les visiteurs sur les questions de sécurité