

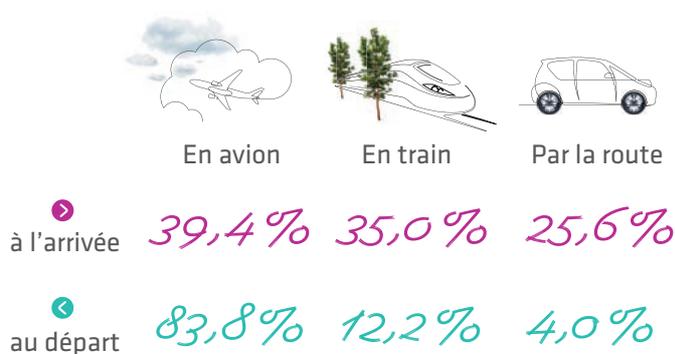
Les Japonais



- **Population totale :**
126,5 millions d'habitants
- **Taux de croissance économique :** +0,7%
- **PIB/habitant :** 39 290 USD
- **Taux de change moyen :**
1 EUR = 122,01 YEN
variation 2019/2018 : -6,4%
- **Taux de chômage :** 2,4%



MODE DE TRANSPORT



56,1%
REPEATERS

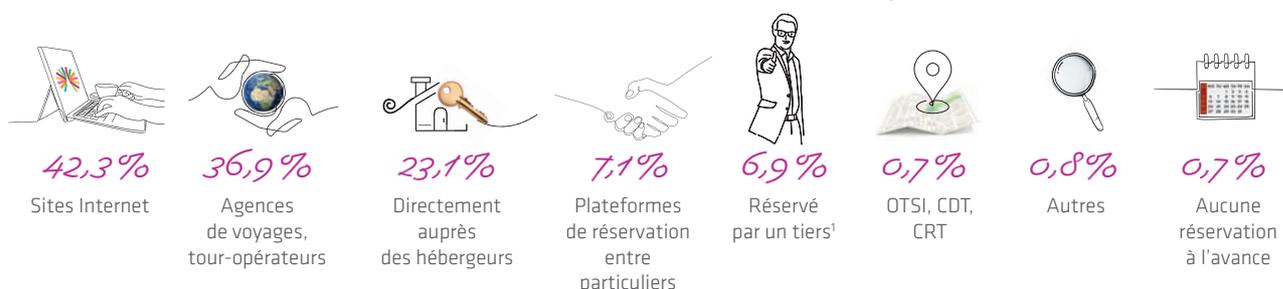
43,9%
PRIMO-VISITEURS



La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,9% de repeaters et de 40,1% de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

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



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 47,4 % (+19,0 points), étudiants pour 16,5 % (+3,7 points) et issus des CSP+¹ pour 10,9 % (-22,7 points).

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

Quel type de voyage ?

Plus de 7 visiteurs sur 10 (70,1%, -4,7 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement seuls (39,4 %, +12,1 points), en famille (19,4 %, -6,8 points) ou entre amis (16,7 %, +6,5 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour pour près de 6 séjours sur 10 (57,2 %, -14,9 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour 26,1 % (+8,7 points) et d'un circuit France pour 19,9 % (+6,3 points). Les Japonais voyagent en individuel non organisé pour 57,5 % (-19,6 points). Ils sont 19,2 % (+11,0 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur, 16,9 % (+8,1 points) à réaliser un voyage organisé par leur entreprise et 6,4 % (+0,4 point) à effectuer un séjour en groupe organisé.

Quel hébergement ?

Près de 9 séjours sur 10 (87,4 %, +6,0 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 69,9 % (53,1 % en 3 étoiles et 30,6 % en haut de gamme), les résidences hôtelières (5,3 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (4,8 %). Les résidences principales d'amis (8,3 %) et de parents (2,4 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

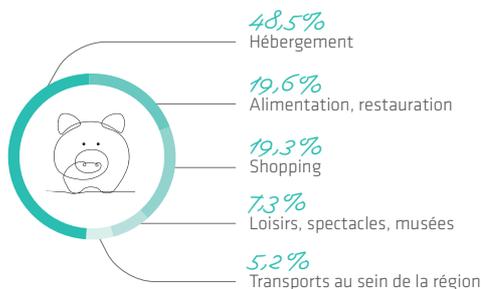
Quelles activités ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (87,2 %), les promenades en ville (74,6 %) ainsi que le shopping (55,8 %). Les Japonais sont particulièrement intéressés par le shopping (+9,6 points), la découverte de la gastronomie française (47,4 %, +8,5 points) ainsi que les musées et monuments (+4,2 points). Ils apprécient davantage les visites guidées de quartiers (15,8 %, +3,6 points) et les promenades en ville (+3,2 points). Ils sont en revanche moins attirés par les parcs d'attractions (12,1 %, -13,4 points), les parcs et jardins (43,4 %, -6,8 points), les marchés et brocantes (13,6 %, -4,2 points) ainsi que les événements culturels (9,2 %, -3,8 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (55,8 %), le musée du Louvre (55,1 %), l'Arc de triomphe (49,1 %), Notre-Dame de Paris (42,4 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (28,5 %). Ils sont plus nombreux à visiter le château de Versailles (21,2 %, +7,1 points), le musée du Louvre (+5,1 points) et le musée d'Orsay (23,2 %, +3,3 points). En revanche, ils sont moins nombreux à se rendre à Disneyland® Paris (7,6 %, -10,7 points), au Sacré-Cœur de Montmartre (-9,8 points), à la tour Eiffel (-8,4 points) et au centre Pompidou (8,9 %, -6,8 points). Ils sont également moins attirés par la Grande Arche de La Défense (1,3 %, -4,6 points), le musée de l'Armée (2,0 %, -3,9 points) et la Basilique Saint-Denis (0,5 %, -3,0 points).

PRÈS DE 20 % DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES AU SHOPPING



Les Japonais, dont la dépense moyenne par jour et par personne (179 €) est nettement supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (138 €), accordent une part plus importante de leur budget au shopping (+4,5 points) et moins importante à la restauration (-2,5 points).

À retenir

- **543 000 séjours**, soit 2,4 % des séjours de la clientèle internationale
- **2 681 000 nuitées**, soit 2,5 % des nuitées de la clientèle internationale
- **480 millions d'euros** de consommation touristique, soit 3,3 % de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **4,9 nuits** en moyenne
- **56,1%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **57,5%** voyagent en individuel non organisé
- **70,1%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **884 €** de budget de séjour par personne
- **85,6%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **38,6%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

Nos suggestions

- Communiquer auprès de cette clientèle sur les mesures sanitaires mises en place via les réseaux sociaux ou les agences de voyages et tour-opérateurs
- Cibler une clientèle jeune qui voyage seule ou en couple
- Intégrer les "Incontournables" de la destination dans des offres packagées incluant des visites plus confidentielles

DES TOURISTES MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE DE TRANSPORTS ET D'HÉBERGEMENT



85,6%

Ensemble du séjour



93,6%

Sorties et offre culturelle



85,8%

Restauration



81,7%

Hébergement



80,2%

Accueil et information



75,0%

Accessibilité et transports

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 92,9 %

Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROPLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2019 : Banque mondiale, FMI.