



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Fiche marché

Japon

LE JAPON

Archipel de
6 800 îles
378 000 km²
2 fois plus petit que
la France



Les grandes aires urbaines

- Tokyo
42,8 millions
habitants
- Osaka-Kobé-Kyoto
19,8 millions
habitants
- Nagoya
11,3 millions
habitants

126,7 millions
d'habitants

1 des seuls pays au
monde qui voit sa
population décroître

Près de 80% sont citadins. Le **gigantisme urbain** sur l'archipel atteint des niveaux inégalés en Europe. 11 villes comptent plus d'1 million d'habitants. Tokyo est l'agglomération la plus peuplée au monde. La densité de la population moyenne au Japon est de 335 hab/km², avec des pics à 9 000 !

Un Japonais sur deux a plus de 46 ans. La **population âgée** de 65 ans et plus représente 26% de la population. Un mouvement de **vieillesse** qui va en s'amplifiant puisque selon le gouvernement, en 2055, ils représentaient 38% d'une population tombée à 90 millions d'habitants.



26%

de la population a
plus de 65 ans

Prévision de
croissance :

+0,6%

3^e puissance
économique
mondiale

Entre janvier et mars 2017 et pour le 5^e trimestre consécutif, le Japon a aligné une croissance continue de son PIB, du jamais vu depuis 2006. Pour les analystes, l'économie japonaise s'offre un **rebond durable** grâce aux mesures de relance initiées par le premier ministre Shinzo Abe.

Cependant l'économie japonaise fait face à une **difficulté liée à la population vieillissante**. Selon l'OCDE, entre 1999 et 2014, 21% des PME, soit 1 million d'unités, ont cessé leurs activités en raison de la retraite de leurs propriétaires.

17 millions de
voyages à
l'international

Il est de tradition au Japon de ne pas prendre l'intégralité des congés auxquels on peut prétendre. **Moins de 50% des congés sont pris**, si bien que le gouvernement souhaite d'ici 2020, augmenter ce chiffre à au moins 70%.

Néanmoins, l'année 2016 a vu plus de 17,1 millions de touristes japonais **voyager à l'international**, ce qui constitue une **progression de 5%** par rapport à 2015, surtout vers les pays asiatiques proches, mais l'Europe reste une destination privilégiée.



1^{ère} destination
européenne des
Japonais

680 000 séjours
en France

15^e clientèle
internationale de la
France

En France, ils étaient 682 000 en 2015, un chiffre en légère diminution depuis quelques années. Le marché touristique japonais à destination de la France a été affecté dès 2015 par les attentats terroristes de janvier et novembre à Paris mais c'est l'année 2016 (attentat de Nice en juillet) qui a subi le vrai impact. Le marché connaît depuis la fin 2016 une **reprise soutenue qui devrait se prolonger en 2017 et 2018**.

La **France** occupe pour les Japonais une place spéciale et apparaît comme une **destination « premium »** pour cette clientèle ; Paris, Côte d'Azur et Mont-St-Michel en tête. Avec une durée moyenne de séjour de 6 à 7 jours en France, le Japon est un **pilier pour le tourisme français**, une des toutes premières clientèles dans les lieux culturels et en matière de dépenses. Les citoyens Japonais n'ont pas besoin de visa pour les séjours en France de moins de 90 jours.

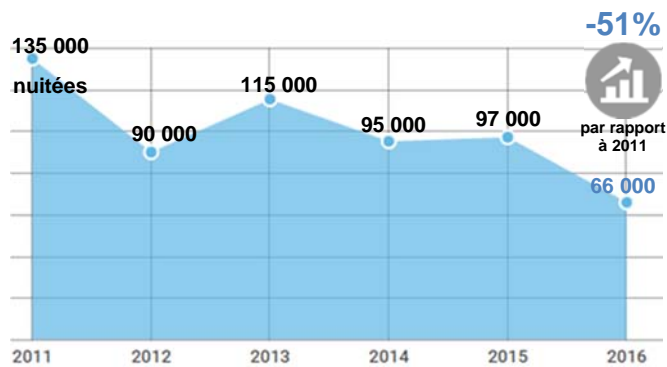
Bassins

→ Tokyo et Yokohama

→ Osaka et Kobé

MARCHÉ JAPONNAIS EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

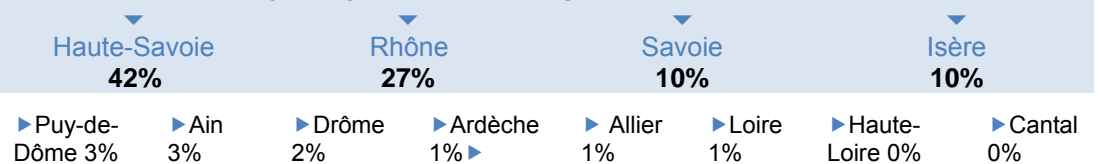
1^{er} mode
d'hébergement
en région :
l'hôtel
100 000 nuitées
en moyenne



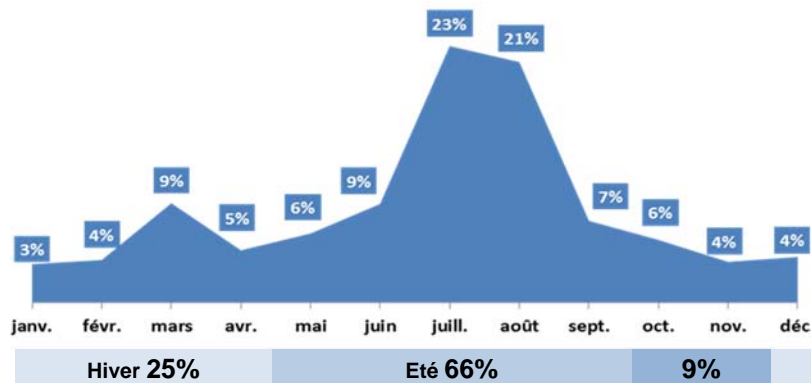
13° clientèle
internationale
des hôtels en
région

Entre 2015 et 2016, la fréquentation japonaise a perdu 32%, néanmoins, la durée de séjour progresse. Le contexte (attentats terroristes et taux de change) explique naturellement ces variations. En cumulé sur les 6 premiers mois de l'année 2017, la fréquentation enregistre -1% par rapport à 2016.

Top 4 départements de séjours : 9 nuitées sur 10



44% des nuitées
dans les 3
étoiles
39% des nuitées
dans les 4 et 5
étoiles



2nuitée sur 5
en juillet-
août

Taux
d'intermédiation*
60%

TOP PROGRAMMATION

- Chamonix
- Lyon
- Annecy
- Massif du Mont-Blanc
- Caverne du Pont d'Arc
- Sites UNESCO
- Plus Beaux Villages de France
- Destinations gastronomiques

- ÉTÉ
- Montagne
 - Randonnée
 - Visite de sites

- HIVER
- Ski
 - Fête des Lumières

TOP AGENCES

HANKYU TRAVEL
DMC JAPAN

NTA
NIPPON TRAVEL AGENCY

神楽坂観光、旅行サービス
CLUB TOURISM

JTB

*Part des séjours vendus via un intermédiaire (tour opérateur, agence de voyage, agence de vente en ligne...)

PROFIL DES TOURISTES JAPONAIS

Particularités de la culture japonaise

- La politesse : base de la vie en société. On attend que les gens du train descendent avant de monter, on fait la queue pour monter dans le bus, on met un masque quand on est malade, on ne téléphone pas dans les transports publics...
- La poignée de main est rare, mais se courber est une partie intégrante de la vie des Japonais. Ils se courbent pour se saluer, pour dire au revoir, pour s'excuser, même quand ils prennent le téléphone, alors que leur interlocuteur n'est pas là, ils le font.

Peu de Japonais parlent anglais



et très peu parlent français.

- Aimant la propreté, l'ordre, l'exactitude, les Japonais détestent l'imprévu. Ils accordent beaucoup de valeur à la sécurité.
- Il est poli chez les Japonais de faire du bruit en mangeant.
- Habités à disposer d'une très grande quantité de distributeurs automatiques et à trouver à chaque coin de rue un « konbini », supérette 24h/24h (consommation courante et aussi bornes internet, réservation de spectacles ou d'hôtels, payer ses factures d'eau, gaz...).
- Habités aux toilettes de haute technologie (jusqu'à pouvoir écouter la radio avec lorsque vous allez au fast-food).
- Les Japonais face à un appareil photo ont l'habitude de faire très naturellement le signe Peace / V, ce qui permet de les distinguer des autres citoyens asiatiques.

Les Japonais et le digital



- 93% d'utilisateurs internet et 90% sur mobiles
- 4 heures et 06 minutes par jour en moyenne
- 96% se connectent tous les jours
- 68% ont acheté un produit ou un service en ligne dans les 30 derniers jours



- 51% d'actifs sur les réseaux sociaux +21%/n-1
- 40 minutes par jour en moyenne



Ameba

1 Japonais sur 5 regarde des vidéos en ligne quotidiennement,
1 sur 4 toutes les semaines.

Le tourisme de groupe prédomine avec ou sans accompagnateur

Couple Senior actif



Packages en groupe ou individuels
Sécurité et confort
Tendance « long stay »

Petit groupe d'amiEs ou de jeunes



Femmes (entre amies ou en famille) : voyageuses expérimentées
Jeunes (moins de 30 ans) : développement des voyages de fin d'études

TENDANCE : PROGRESSION DES INDIVIDUELS

PARCOURS CLIENT DES TOURISTES JAPONAIS

Choix de la destination en tenant compte des leaders d'opinion qui font la pluie et le beau temps du secteur touristique

- Les décisionnaires sont principalement les femmes dans les ménages.
- La qualité des visuels est extrêmement importante, cela peut motiver un voyage.
- 40% des Japonais se renseignent en agence de voyages.

3 VECTEURS DE CHOIX

Sites touristiques



Blogs



Agences de voyages



Japan Travel compte plus de 5 millions d'utilisateurs uniques par mois.

Critères de choix pour l'hébergement

1

Prix



2

Sécurité



3

Propreté



CRITÈRES SECONDAIRES

Pantoufles, bouilloire et thé vert dans les chambres

Informations et menus en japonais

Baignoire plutôt que douche

Petites attentions pour les seniors (repas équilibrés, chambres près des ascenseurs ...)

Réservation 3 mois avant le départ

- Très utilisé pour la recherche d'information, internet est encore peu utilisé par les Japonais pour la réservation à l'étranger, qui reste l'apanage des acteurs traditionnels.
- On assiste toutefois à un développement progressif des ventes en ligne au-delà du marché domestique, les mobiles et les tablettes ayant supplanté le PC.

ATTENTES DES TOURISTES JAPONAIS

Recherche d'expériences et d'originalité

- Les Japonais éprouvent un besoin de sentir que le voyage sera fort en enrichissement personnel, ils recherchent des expériences uniques et de la proximité avec l'habitant.
- **TENDANCE** : visites originales (visite privatisée, soirée événementielle...) ou thématiques (musique classique, arrangement floral, pâtisserie...).
- Progression des locations de voitures pour profiter des activités en autonomie

THÉMATIQUES APPRÉCIÉES PENDANT LE SÉJOUR



Profiter des viennoiseries et du pain

- Les Japonais n'apprécient pas de manger trop tard le soir et le temps alloué aux repas doit être le plus court possible.
- Les accompagner à leur table, proposer un verre d'eau et présenter la carte en japonais ou avec des photos.
- Apprécient le pain et les viennoiseries, les petites portions, les garnitures cuites à la vapeur et un simple filet de citron au lieu de la vinaigrette Vérifier avec eux la cuisson de la viande.

Petit déjeuner

6h - 9h

Copieux, continental



Déjeuner

12h - 13h

Formule 1 plat, léger et équilibré



Dîner

18h - 19h

Formule entrée, plat, dessert

Se rapprocher le plus possible des normes de l'accueil au Japon

- En japonais, le mot « o-kyaku-san » signifie à la fois « le client » et « l'invité ».
- Les employés d'alimentation générale disent à chaque client Okyakusama irasshaimase, qui pourrait être traduit par un « bienvenue à vous distingué client », honorant ainsi la venue de ce dernier.

Parler japonais, un vrai plus

Menus, notes explicatives (photos...) en japonais

Accueil avec égards et politesse



Pas de surprise : standardisé et uniformisé

Excellence sur la qualité du service

Propreté, confort

Quand un problème surgit, ils ne se plaignent jamais tout de suite, mais le font à leur retour chez eux auprès de leur AGV et de la presse touristique.

NOTES

Une équipe dédiée aux marchés étrangers à votre écoute
pour vous accompagner et mieux répondre aux attentes des voyageurs japonais



Emmanuelle Collin

Market development manager
e.collin@auvergnerhonealpes-tourisme.com



Rachel Gregoris

Marchés longs courriers
r.gregoris@auvergnerhonealpes-tourisme.com

JAPON

Le marché japonais

127 millions d'habitants
51% d'actifs sur les réseaux sociaux



Youtube



Twitter

17 millions de Japonais voyagent à l'international
(Asie proche puis Amérique du nord, Europe)

Le tourisme des Japonais en France

680 000 séjours en France

France : 1^{ère} destination européenne des Japonais (destination « premium »)

Dans le top 15 des clientèles internationales de la France

Le profil des touristes japonais

Couple
Senior actif

Petit groupe
d'amiEs ou de jeunes

Le tourisme de groupe prédomine avec ou sans accompagnateur

Le tourisme des Japonais en Auvergne-Rhône-Alpes

66 000 nuitées hôtels en 2016

Hiver 25%

Eté 66%

Automne 9%

13[°] clientèle internationale des hôtels
40% des nuitées dans les hôtels 4 et 5*

-51% en 5 ans
Janvier à Juin 2017 : -1% / 2016

**Top
fréquentation**

> Lac d'Annecy
> Chamonix Mont-Blanc

> Caverne du Pont d'Arc

Tendances

Emergence de produits individuels et de produits visites originales ou thématiques



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Conception et réalisation :
Pôle Ingénierie, Stratégie, Prospective – Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Sources :

Atout France, MOCI, DGE, INSEE - Enquête Hôtellerie, populationdata.net, OCDE, FMI, AmbaFrance, The telegraph, enquête de programmation Rhône-Alpes 2015 par Atout France, 2017 Digital Yearbook, Japan.Internet.com, GO TO JAPAN, lesitedujapon.com.