



La clientèle japonaise



■ L'essentiel ⁽¹⁾

- **Forme d'état** : monarchie constitutionnelle
- **Capitale** : Tokyo
- **Langue(s) officielle(s)** : le japonais
- **Monnaie** : Yen (1 € = 130.22 JPY)
- **Population** : 127,1 millions d'habitants (2014)
- **Densité moyenne** : 336 habitants/km² (2014)
- **Taux de croissance économique** : + 1,6 % (2013)
- **PIB par habitant** : 37 540 \$ (2014)
- **Taux d'inflation** : + 2,7% (2014)
- **Taux de chômage** : + 3,7% (2014)
- **Vacances et congés** : L'année scolaire est séparée en trois trimestres et la rentrée scolaire est au mois d'avril (avril à juillet, septembre à décembre et janvier à mars). Les vacances d'été sont donc en cours d'année scolaire, durant le second trimestre, pendant le mois d'août. Les deux autres périodes de vacances sont pour Noël et la fin de l'année (15 jours), ainsi que 3 semaines en mars. Le Japon compte 15 jours fériés, et si un jour férié tombe le dimanche, c'est le lundi suivant qui devient férié. Les deux plus grosses périodes de congés au Japon sont la Golden Week et Obon, toutes deux créées grâce aux jours fériés du mois de mai et août. Il est de tradition au Japon de ne pas prendre l'intégralité des congés auxquels on peut prétendre (92% des salariés nippons déclarent ne pas prendre toutes leurs vacances).
- **Aspects culturels**: Au-delà de leur penchant pour le luxe et le shopping, les Japonais éprouvent aussi un besoin de sentir que le voyage sera fort en enrichissement personnel, ils recherchent des expériences uniques et de proximité avec l'habitant.

■ Caractéristiques générales des voyages ⁽²⁾

- **Départs annuels en voyage** : 18,5 millions à l'étranger en 2012
- **Durée moyenne de séjour en France** : une dizaine de jours
- **Saisonnalité** : surtout juillet à septembre (sensibilité aux tarifs plus attractifs en septembre) et la Golden Week. Dans une moindre mesure début janvier pour une destination comme la Bourgogne. Pour les étudiants et enseignants du supérieur; vacances universitaires (février-mars).
- **Budget des Japonais en France**: 253 000 ¥ (environ 1 994 €) pour un voyage
- **Thématiques prédominantes**
Trois thèmes principaux :
 - Culture, patrimoine, notamment les sites inscrits au Patrimoine mondial de l'Unesco ;
 - Art de vivre, gastronomie, vin ;
 - Shopping, tourisme urbain (femmes jeunes) ;
 - Produits à thème (musique classique, croisière,...).
- **Types d'hébergements** :
 - Hôtellerie, principalement 4 et 5* (traditionnellement, les Japonais préfèrent la baignoire à la douche et deux lits même pour un couple).
- **Commercialisation** :
L'intermédiation : AGV : 86 %
Par des agences traditionnelles : les agences de voyages gardent une place importante dans le tourisme japonais à l'étranger, non seulement pour la commercialisation, mais aussi pour le choix des destinations, les catalogues des AGV étant l'une des principales sources d'inspiration avec le bouche à oreille.
Sur Internet : le recours à Internet dans le tourisme japonais se développe pour l'instant surtout sur le marché domestique, mais les patrons des plus grands voyagistes japonais s'attendent à ce que cela change dans les années à venir.

■ Style de séjours

Au sein des couples, ce sont souvent les femmes qui gèrent le budget et décident de la destination des voyages.

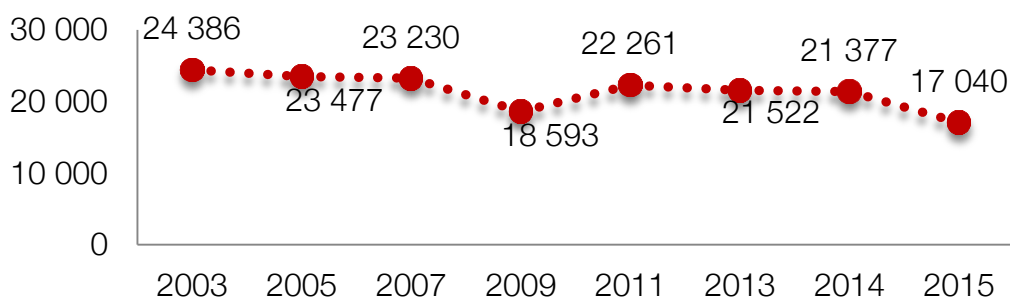
Le bouche à oreille a une importance considérable au Japon. Les leaders d'opinion font la pluie et le beau temps du secteur touristique. L'influence des magazines, des émissions et séries télévisées est aussi très forte.

In fine, la sécurité, la possibilité de parler en anglais et la facilité d'accès sont les principaux critères qui entrent en jeu dans le choix d'une destination.



■ Evolution de 2003 à 2015 des nuitées japonaises en Bourgogne ⁽⁵⁾

(hôtels)



■ Comportement de la clientèle japonaise en Bourgogne ^(5&6)

- En 2015, les hôtels bourguignons ont reçu 1% de visiteurs japonais lesquels ont généré 17 000 nuitées, ce qui représentait la fréquentation la plus faible depuis 2003. Le Japon occupe le 3^{ème} rang parmi les marchés lointains de la Bourgogne, après la Chine et les Etats Unis. Les thématiques principales des Japonais en Bourgogne sont les mêmes que celles qu'ils ont en France en général : le vin, la gastronomie et le patrimoine, suivies par le shopping et le tourisme urbain ainsi que les croisières fluviales.

■ Suggestions ⁽²⁾

Pour les Japonais, un accueil est réussi lorsque celui-ci est très proche des normes de celui pratiqué au Japon. La poignée de main est rare, mais les courbettes sont courantes.

La barrière de la langue est importante sur le marché japonais et a longtemps freiné le développement du tourisme individuel. Outre le japonais, l'immense majorité des touristes ne parle que l'anglais, et encore. Mais les Japonais sont très sensibles à tous les efforts faits pour communiquer avec eux dans leur langue, par exemple par le moyen de menus ou de notes explicatives en japonais. Un sourire accueillant ainsi qu'une réelle écoute sont très appréciés.

Aimant la propreté, l'ordre, l'exactitude, les Japonais détestent l'imprévu. Ils accordent notamment beaucoup de valeur à la sécurité et à la propreté et sont, par conséquent, exigeants sur la propreté des établissements qu'ils fréquentent.

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.

■ Fréquentation par mode d'hébergements ⁽⁵⁾

- Dans l'hôtellerie : la clientèle japonaise figure au 10^{ème} rang des clientèles étrangère en Bourgogne avec 17 000 nuitées en 2015 soit 1 % des nuitées étrangères. La durée moyenne de séjour était de 1,4 nuitée en 2015.

Sources :

⁽¹⁾ FMI/Eurostat

⁽²⁾ Atout France

⁽³⁾ Baromètre eTour & ⁽⁴⁾ Observatoire eTour

⁽⁵⁾ Enquêtes de fréquentation INSEE (hôtels et campings) et gîtes de France (gîtes en centrale de réservation)

⁽⁶⁾ Enquête de notoriété Euroeka

Pour aller plus loin : consultez le site internet professionnel de Bourgogne Tourisme – www.bourgogne-tourisme-pro.com

Votre contact promotion

Emmanuelle HERVIEU
 Chef de département marketing et
 Promotion internationale
 Tel. 03 80 280 291
 e.hervieu@crt-bourgogne.fr



Votre contact observation

Fanny OEUVRAY
 Chargée de l'observatoire
 touristique régional
 Tel. 03 80 280 284
 f.oeuvray@crt-bourgogne.fr



Votre contact presse

Coralie MOISSON
 Chargée de presse
 Tel. 03 80 280 303
 c.moisson@crt-bourgogne.fr

