



JAPON

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes - Sources : DGE, INSEE, Atout-France



HÔTELS

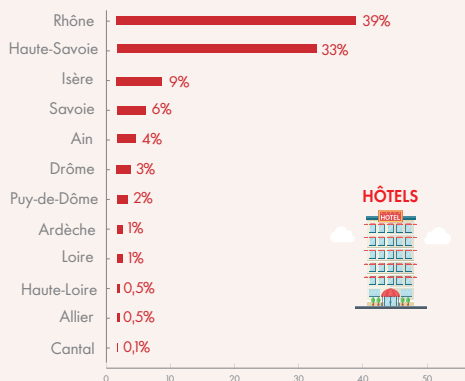
soit
59 900
nuitées en 2018



14^{ème}
clientèle internationale



-34%
en 6 ans



HÔTELS



L'HÔTELLERIE

Auvergne-Rhône-Alpes est la 3^{ème} région hôtelière pour l'accueil des Japonais, derrière l'Île-de-France et au coude à coude avec PACA.

Répartition par catégorie d'étoiles	MILLIERS DE NUITÉES	POIDS DANS LE TOTAL	VARIATION 2017/2018
	∨	∨	∨
NON CLASSES	3	5%	-18%
★ et ★★	9	14%	-3%
★★★	22	36%	0%
★★★★ et ★★★★★	27	45%	+10%
TOTAL	60	100%	+3%

DONNEES DE CADRAGE



LA FRANCE EST

1^{ère}

DESTINATION EUROPEENNE
POUR LE JAPON

La France est perçue par les agences de voyages et tour opérateurs japonais comme une destination premium, favorisant les ventes de packages et circuits, une valeur sûre, leur assurant un chiffre d'affaires stable et constant.

19

MILLIONS

de départs des japonais
à l'étranger en 2019

550 000

pour la France

Durée moyenne de séjour dans notre pays

6 À 7 JOURS

Fort taux d'intermédiation

60% AGENCES DE VOYAGES TRADITIONNELLES

DONNEES EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

3^{ème}

DESTINATION

choisie par les touristes
japonais se rendant en France
(en nombre de nuitées)

Ils aiment :



Visiter les sites
culturels et
patrimoniaux



Découvrir la cuisine
locale et nos produits
locaux



Faire du shopping
(un tiers du budget
est réservé)



Pratiquer des activités
de pleine nature sur
des sites naturels
(Mont Blanc, lacs,
parcs nationaux ou
régionaux...)

En région, les destinations les plus programmées sont : Chamonix, le Mont-Blanc, Lyon et la Fête des Lumières, le Lac d'Annecy, Pérourges, Caverne du Pont d'Arc, Yvoire, l'Auvergne et les destinations gastronomiques (Bocuse, Maison Pic, Blanc, Troisgros...)

PROFIL

C'est un marché mature avec un **taux de repeaters** important. Les caractéristiques fondamentales de la clientèle japonaise ne changent pas (civilité, curiosité, élégance, discrétion, budget importants) mais ses attentes évoluent avec une montée en puissance de séjours thématiques (nature, œnotourisme, gastronomie), expérientiels et une progression régulière des japonais qui voyagent de façon indépendante.

TYPES DE VOYAGES

Le Japon demeure un **marché cible essentiel pour promouvoir nos différents sites allant des « highlights » de renommée internationale** tels que Lyon, lac d'Annecy et le Mont Blanc **aux destinations plus confidentielles hors sentiers battus** comme l'Auvergne, la Drôme provençale et l'Ardèche...

Les thématiques à forte valeur ajoutée : le tourisme urbain, la gastronomie*, la culture et le patrimoine, le design/ l'architecture, le tourisme de luxe, l'œnotourisme*, le golf, la randonnée pédestre et le tourisme d'affaires.

*Récemment, un accord commercial EU-Japon a été signé facilitant l'entrée au Japon des vins et des fromages français.

ACTIVITES / SITES

Le Japon offre une belle opportunité pour nos destinations de mettre en avant nos savoir-faire & traditions : notre art de vivre (gastronomie & vins), notre patrimoine culturel, nos sentiers de randonnée pédestre, nos stations thermales, appréciés par le public japonais

Les destinations Auvergne-Rhône-Alpes séduisent la clientèle japonaise curieuse de découverte et d'expériences.



Toutefois l'offre produit doit être adaptée à leur demande :



prestation en
langue japonaise



sites accessibles
pour les séniors



chambres twin
avec baigns



Un accompagnement est donc nécessaire pour amorcer le marché japonais afin d'être informé des us et coutumes du pays, de la relation de business qui se construit sur la durée au Japon, de la spécificité de la clientèle japonaise.



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme travaille depuis de nombreuses années le marché Japon pour répondre au mieux aux attentes de la clientèle japonaise et des professionnels.

Cette expertise et ce travail de promotion au quotidien auprès du réseau des prescripteurs japonais aide à déceler, à identifier les opportunités de business et de développement de nouvelles programmations.