



Redynamiser le tourisme japonais en France

Depuis 2015, le marché touristique japonais connaît un repli significatif qui impacte la destination France, première destination européenne au départ du Japon, mais également l'industrie japonaise du tourisme. Aussi, la JTA (Japan Tourism Agency), la JATA (homologue du SNAV au Japon) et Atout France ont-elles choisi de s'associer afin de mettre en œuvre des actions concrètes visant à redynamiser la venue de touristes japonais en France, notamment en Île-de-France.

Un contexte peu favorable

Avec 700 à 800 000 visiteurs par an depuis plusieurs années, le Japon représente l'un des plus importants marchés long-courrier de la destination France, première destination européenne au départ du Japon.

S'il demeure actif, le nombre de touristes japonais en France connaît une situation fluctuante ces dernières années, qui doit être corrélé avec la baisse des départs des touristes japonais à l'étranger en général, à des facteurs économiques (baisse du JPY face à l'EUR) et démographiques (population vieillissante).

2015, marquée par les attentats de janvier et de novembre, a été une année particulièrement compliquée pour le tourisme français quant à l'accueil de cette clientèle très sensible aux aspects sécuritaires. Si la reprise s'était faite sentir en août, confirmant bien la durable popularité de la destination France, elle a été remise en question par les attentats du 13 novembre qui ont généré une importante vague d'annulations, notamment à Paris, ville la plus impactée par ces annulations.

Une mobilisation sans précédent

Naturellement, la France souhaite que les voyageurs japonais reviennent le plus tôt possible à Paris et dans les différentes destinations françaises. Aussi, la JTA (Japan Tourism Agency), la JATA (homologue du SNAV au Japon) et Atout France ont-elles choisi de s'associer afin de mettre en œuvre des actions concrètes visant à redynamiser la venue de touristes japonais en France, notamment en Île-de-France.

Phase 1 : 14-18 janvier : accueil d'une délégation de professionnels japonais en France*

Ainsi, pour encourager la reprise des flux, l'ambassade de France au Japon et Atout France ont fait appel à la Japan Tourism Agency (JTA) et à la Japan Association of Travel Agents (JATA) pour composer une délégation d'officiels japonais et de dirigeants des entreprises japonaises du secteur touristique qui puisse être accueillie en France.

L'objectif de cette visite est de constater le retour à la normalité et au calme à Paris afin d'être en mesure de délivrer un message positif sur la situation en France auprès des médias, des agences membres de JATA et de leurs clients.

Il s'agit, par ailleurs, pour la destination France d'envoyer un signal fort aux professionnels japonais sur sa volonté de les accueillir dans les meilleures conditions.

C'est pourquoi la délégation, conduite par **Yuri FURUSAWA**, Vice-Commissaire de la JTA, et **Jungo KIKUMA**, Vice-Président de la JATA, est accueillie au plus haut niveau, ayant notamment pu rencontrer aujourd'hui **Cyrille PIERRE**, directeur de cabinet de **Matthias FEKL**, Secrétaire d'Etat au commerce extérieur, à la promotion du tourisme et aux Français de l'étranger, mais également **Michel CADOT**, Préfet de Police de Paris, **Alexandre de JUNIAC**, Président-directeur général d'Air France-KLM, et **Julie GREGOIRE**, SVP Operations AccorHotels France pour Sofitel Pullman MGallery.

Forte d'une histoire de plus de 60 ans avec le Japon, Air France a naturellement co-organisé cette mission avec Atout France. La compagnie réaffirme son ambition de proposer une offre toujours plus complète et un service adapté aux attentes des clients japonais.

Avec 1 500 hôtels en France et de plus de 120 établissements à Paris, AccorHotels, qui entretient avec sa clientèle japonaise un lien historique, a déployé, notamment sur le segment luxe, un accueil spécifique et personnalisé (réception et média en langue japonaise...). AccorHotels, partenaire de cet événement, entend ainsi contribuer au rayonnement de la capitale auprès de la clientèle japonaise qui a toujours été fidèle à Paris.

Une séance de travail a également eu lieu aujourd'hui réunissant la délégation japonaise ainsi que de nombreux professionnels du tourisme francilien (Office du tourisme, CRT, musée du Louvre, Bateaux parisiens...) et français (AccorHotels, Air France, Galeries Lafayette, Printemps, Centre des Monuments Nationaux, City Vision, 4 roues sous un parapluie, etc.).

Les CRT de Midi-Pyrénées et d'Alsace étaient également présents, représentant Riquewihr et Saint-Cirq-Lapopie, élus en 2015 plus beaux villages de France par les professionnels japonais.

L'étape parisienne se poursuivra d'ailleurs à partir de demain en Midi-Pyrénées et en Alsace afin de découvrir ces 2 villages.

Phase 2 : séminaire pour les professionnels japonais et diffusion du témoignage

Au retour de la délégation au Japon, un séminaire sera organisé à l'ambassade de France à Tokyo. La JATA y conviera une cinquantaine des principales agences de voyage japonaises. Elle y témoignera du retour à la normalité à Paris, mais s'exprimera également sur l'attractivité des villages et destinations françaises. Atout France les informera également des nouveautés touristiques en France pour l'année 2016.

Phase 3 : séminaire pour la clientèle japonaise

Au mois de mars, c'est au grand public que sera adressé ce message. Atout France s'associera aux 16 agences de voyage membres de JATA Team Europe, pour inviter environ 200 clients réguliers de ces agences ainsi qu'un public d'influenceurs (journalistes et blogueurs).

Phase 4 : Campagne croisée France / Japon

Enfin, Atout France et la Japan Tourism Agency (JTA) conduiront une campagne croisée au printemps. La campagne se déploiera dans les métros parisiens en février et tokyoïtes en avril afin de favoriser le développement des flux touristiques entre les 2 pays.

M. Jungo KIKUMA, Vice-Président de la Japan Association of Travel Agents (JATA) : « À mon retour au Japon, je vais pouvoir rapporter des informations exactes et concrètes sur la situation en France afin de permettre la relance des flux japonais vers la France. Ce voyage est aussi l'occasion pour moi de redécouvrir le potentiel et les charmes des régions de France en visitant les 2 villages français que nous avons élus parmi les 30 plus beaux d'Europe : St-Cirq-Lapopie et Riquewihr. »

Christian MANTEI, Directeur général de Atout France : « La France entretient avec le Japon des liens particulièrement forts. Nous souhaitons aujourd'hui réaffirmer aux touristes japonais que la France est toujours le pays qu'ils connaissent et qu'ils aiment. L'État et les professionnels du tourisme français souhaitent les accueillir à nouveau et prennent toutes les mesures pour les recevoir dans les meilleures conditions ».



Chiffres-clés

- Sur les 10 premiers mois de l'année 2015, la baisse de la clientèle japonaise en Île-de-France est de **19%**.

Baromètre du Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France

- 1^{ère} clientèle internationale en termes de dépenses à Paris Île-de-France en 2014, avec **205€** dépensés par jour et par personne

Enquête CRT Paris IDF, ADP, SAGEB, SVD, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN - BVA

- 784 000 visiteurs japonais accueillis en France en 2014 (5,2 M de nuitées)

Mémento du tourisme – DGE

Contact presse Atout France :

Stéphanie CADET - 01 42 96 70 75 - stephanie.cadet@atout-france.fr

**L'accueil de la délégation japonaise en France est organisée par Atout France et la JATA avec l'appui de nombreux partenaires : Air France, AccorHotels, CRT Paris Île-de-France, Office de Tourisme et des Congrès de Paris, CRT Midi-Pyrénées et Alsace. Le projet est soutenu par l'Agence Japonaise du Tourisme (JTA, équivalent du Ministère du Tourisme). L'ambassade de France au Japon participe activement au projet et, à travers elle, l'ambassade du Japon en France est également impliquée.*