



un service



UNE AUTRE IDÉE DU SERVICE



Connaître mes clientèles

GUIDE DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES

Tous professionnels



**VOUS VOULEZ RENFORCER VOTRE PERFORMANCE ET
VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES EN DÉVELOPPANT VOTRE
QUALITÉ DE SERVICE ET VOTRE ACCUEIL ?**

Votre CCI vous propose de suivre son nouveau programme High Hospitality.

Un programme fait pour vous...

Vous pourrez améliorer votre qualité d'accueil, renforcer vos compétences et celles de vos équipes, et ainsi mieux fidéliser votre clientèle et développer votre activité.

Bienvenue à la High Hospitality Academy !



***Vous faites le plus beau
métier du monde car vous
êtes les premiers
ambassadeurs de la
destination France !***

POUR TOUT SAVOIR SUR LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES



Malgré les difficultés économiques et politiques de nombreux pays, le tourisme international se porte bien. La France, avec 83 millions de touristes étrangers accueillis en 2012, conserve sa place de première destination mondiale. Pour mieux répondre aux attentes de ces clientèles, intéressez-vous à leur culture pour mieux les comprendre et adapter votre comportement à leurs attentes. Adoptez une attitude positive même si certains comportements vous surprennent et n'oubliez pas que près de 70 % de la communication passe par votre attitude. Avec ce bref rappel de leur profil, adaptez vite votre accueil et vos services !



SOMMAIRE

ALLEMAGNE.....	4
ROYAUME-UNI.....	5
BELGIQUE.....	6
ITALIE.....	7
PAYS BAS.....	8
SUISSE.....	9
ESPAGNE.....	10
RUSSIE.....	11
DANEMARK.....	12
ETATS-UNIS.....	13
CANADA.....	14
BRÉSIL.....	15
CHINE.....	16
JAPON.....	17
INDE.....	18

ALLEMAGNE

→ QUI SONT-ILS ?

- 1ère clientèle internationale en 2012 avec 12,2 millions de visiteurs (15 %). Clientèle volatile mais qui a connu une augmentation de 5,2% des arrivées en France en 2012
- **Clients rigoureux, ponctuels et respectueux de l'environnement**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langue officielle** : allemand
- **Langues parlées en France** : anglais et français
- **Habitudes alimentaires** :
 - Beaucoup de végétariens
 - La pomme de terre remplace notre baguette
 - Apprécient la cuisine régionale de qualité
 - Petit déjeuner : 7h/ 8h - Copieux (buffet avec charcuterie, fromage, œufs, laitages et fruits)
 - Déjeuner : 12h30 - Plat chaud et dessert (pas plus d'une heure à table)
 - Dîner : 19h - Léger, potage et repas froid
 - Boissons : bière ou vin, eau gazeuse, soda ou jus de fruit et eau de vie ou cognac en digestif
- Aiment **prolonger la soirée autour d'un verre**
- Ils apprécient être **autonomes** durant leur séjour
- Ils privilégient la recherche d'information au sein des lieux visités
- Ils **n'expriment pas toujours leur mécontentement**



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

Ils prêtent beaucoup d'intérêt à notre **culture**, à la **diversité des régions et des paysages**. Ils sont sensibles à l'**art de vivre à la française**, la gastronomie, la convivialité, nos marchés locaux, brocantes et fêtes. Ils peuvent être des touristes urbains, mais sont aussi bien attirés par la mer et le soleil et les activités pleine nature.

→ QU'APPRÉCIENT-ILS ?

- Attitude respectueuse, souriante, efficace et **maîtrise de l'anglais**
- **Qualité de service** à toutes les étapes de leur séjour
- Clarté et **précision des informations**
- Bon rapport qualité/prix, confort et propreté
- Réponse à leurs **préoccupations environnementales**
- Attention : la seconde guerre mondiale est un sujet plutôt tabou

Le + de votre accueil : Très sensibles à un accueil dans leur langue, accompagné d'une poignée de main

ROYAUME-UNI

→ QUI SONT-ILS ?

- 2ème clientèle étrangère en 2012 (presque ex-æquo avec l'Allemagne) avec 12,2 millions de visiteurs (15%)
- Clientèle fidèle mais en recul en 2012 qui leur a fait perdre le 1er rang
- **Discrets, courtois et pragmatiques, ils sont respectueux des valeurs traditionnelles**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langue officielle** : anglais
- **Langues parlées en France** : anglais, français plutôt limité
- **Habitudes alimentaires** :
 - Beaucoup de végétariens
 - Dîner pas trop tardif
 - Petit déjeuner : 7h30 / 8h30 - Copieux (céréales, toasts, œufs brouillés, bacon et saucisses)
 - Déjeuner : 12h / 13h - Repas léger et froid (sandwich, salade, fromage)
 - Dîner : vers 18h / 19h - Cuisine française authentique, plat chaud, salade et fromage ou dessert
 - Boissons : thé ou café, lait froid avec le thé, mais chaud avec le café, vin et surtout bière



→ QUE RECHERCHENT-ILS ? :

- **Découvertes œno-gastronomiques** (gastronomie raffinée et de terroir), art de vivre à la française, authentique et conviviale, produits locaux et vins
- **Tourisme culturel** : patrimoine historique, expositions et spectacles
- **Shopping**
- **Nature préservée** et variété des paysages
- Balades et randonnées, cyclotourisme, tourisme fluvial

→ QU'APPRECIENT-ILS ?

- **Accueil chaleureux**, écoute attentive et ouverture d'esprit
- **Sensibles à chaque mot dans leur langue**
- Qualité de leur hébergement
- Flâner dans les boutiques sans intervention immédiate du vendeur

Le + de votre accueil : Mise à disposition d'une bouilloire, sachets de thé et capsules de lait UHT dans leur chambre

BELGIQUE

→ QUI SONT-ILS ?

- 3ème clientèle internationale en 2012 avec 10,4 millions de visiteurs (12,5%)
- La France est la 1ère destination touristique des Belges
- Très bonne connaissance de la France
- **Pragmatiques, bons vivants, gais et conviviaux**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langues officielles** : néerlandais pour la communauté flamande du Nord, français pour la communauté wallonne du sud et allemand pour la communauté germanophone
- **Langues parlées en France** : français, anglais
- **Ne regarde pas à la dépense** durant leurs vacances
- **Habitudes alimentaires** :
 - Petit déjeuner 7h/8h - Copieux (avec petits pains, charcuterie, fromage, œufs et confiture)
 - Déjeuner : 12h/13h - Entrée ou potage, plat chaud, fromage ou dessert
 - Dîner : 18h/19h - Repas le plus important avec charcuterie, omelette, fromage, pain beurre, desserts
 - Boissons : café au lait ou crème et pendant les repas, bière, eau minérale et vin



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

- **Patrimoine** architectural et environnemental (châteaux, parcs et jardins, villages de charme)
- **Art de vivre**, gastronomie (produits du terroir), vin et vignobles
- Grands espaces, moyenne montagne, mer et soleil
- **Activités nature**

→ QU'APPRÉCIENT-ILS ?

- **Sens de l'hospitalité**
- Exigence de qualité de la prestation
- **Réponse individualisée**, conforme à leur spécificité culturelle
- No-stress
- Proximité des lieux de visites

Le + de votre accueil : Chaleur et proximité de l'accueil, qualité et charme des hébergements

ITALIE

→ QUI SONT-ILS ?

- 4ème clientèle internationale en 2012 avec 8 millions de visiteurs (10%)
- **Impatients, chaleureux, conviviaux et spontanés, les Italiens ont le sens de la fête**
- **Sensibles à l'environnement et au patrimoine**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langue officielle** : italien
- **Langues parlées en France** : italien, le français reste peu pratiqué même si c'est la 1ère langue étrangère
- Poignée de main habituelle et tutoiement facile
- **Habitudes alimentaires** :
 - Petit déjeuner : 7h30/8h30 - Léger et traditionnel
 - Déjeuner : 12/14h - Antipasti, pâtes, plat chaud et dessert (pause d'une heure maximum)
 - Dîner : 20h/21h - Identique au déjeuner
 - Boissons : eau minérale, vin aux repas, café et alcool (apéritif, digestif)



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

- **Courts séjours ville**, shopping
- Découvertes vins et gastronomie locale
- Circuits et excursions
- Balades à vélo
- Séjours neige
- **Animations nocturnes**

→ QU'APPRÉCIENT-ILS ?

- **Maîtrise de l'italien**, accueil amical et personnalisé
- **Prestations personnalisées**, même onéreuses si le service est de qualité
- Conseils en matière d'organisation du séjour, propositions d'activités à pratiquer en famille et prise en charge de la réservation de celles-ci
- Bon rapport qualité/prix
- **Elégance et soin des tenues vestimentaires du personnel**

Le + de votre accueil : Une petite attention faite à leurs enfants

PAYS BAS

→ QUI SONT-ILS ?

- 5ème clientèle internationale en 2012 avec 6,3 millions de visiteurs (8%)
- Tutoiement facile
- **Autonomes, pragmatiques, courtois, directs, ouverts et respectueux de leurs engagements**
- **Ils apprécient notre culture, mais soulignent le coût relativement élevé des prestations**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langue officielle** : néerlandais
- **Langues parlées en France** : anglais, français (3ème langue enseignée)
- **Habitudes alimentaires** :
 - Petit déjeuner : 8h (fromage doux, viande froide et charcuterie, œufs)
 - Déjeuner : 12/13h - Repas léger et froid, sans hors-d'œuvre, plat chaud, salade, dessert (durée : 30 minutes maximum)
 - Dîner : 18h - pas de hors d'œuvre, plat chaud, salade, dessert
 - Boissons : bière, eau minérale, vin



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

- **Activités nature**, randonnées pédestres et cyclotourisme
- Points de baignade, mer, sports d'hiver
- **Parcs de loisirs** (1ère clientèle européenne)
- **Tourisme culturel** (patrimoine historique)
- Shopping
- **Camping**

→ QU'APPRÉCIENT-ILS ?

- **Accueil dans leur langue ou en anglais**
- Gratuité
- Sensibles au détail des prestations
- **Applications digitales sur la destination**, en complément de leurs guides papier

Le + de votre accueil : Bons plans originaux de shopping

SUISSE

→ QUI SONT-ILS ?

- 6ème clientèle internationale en 2012 avec 6 millions de visiteurs (7%)
- **Pouvoir d'achat élevé**, prêts à dépenser lorsqu'ils sont en confiance
- **Calmes, ponctuels, discrets, organisés, bien informés et exigeants quant à la sécurité**
- **Sens civique et attachement au respect de l'environnement**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langues officielles** : allemand, français, italien
- **Langues parlées en France** : anglais, français
- **Habitudes alimentaires** :
 - Petit déjeuner : 8h/9h - Léger ou traditionnel
 - Déjeuner : 12/14h - antipasti, pâtes, plat chaud et dessert (pause d'une heure maximum)
 - Dîner : 19h30/20h - Identique au déjeuner
 - Boissons : Thé, eau minérale, vin blanc, café et alcool (apéritif, digestif)



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

- **Tourisme balnéaire**
- Variété des paysages et des sites
- **Authenticité** (nature, produits du terroir)
- **Tourisme culturel** et patrimoine
- Art de vivre et gastronomie
- Golf, cyclotourisme et randonnée
- Tourisme fluvial
- Activités bien-être
- Activités en famille

→ QU'APPRÉCIENT-ILS ?

- **Accueil enthousiaste et personnalisé**
- Confort, hygiène et propreté
- **Sécurité**
- Respect de la vie privée
- Bon rapport qualité-prix

Le + de votre accueil : Préciser le genre et le nom de la personne lorsqu'on s'adresse à elle

ESPAGNE

→ QUI SONT-ILS ?

- 7ème clientèle internationale en 2012 (quasi ex-aequo avec la Suisse) avec 6 millions de visiteurs (7%)
- De plus en plus nombreux à choisir la France du fait de sa proximité
- **Dépense journalière élevée**
- **Souvent clients de dernière minute, très indépendants, affables et généreux, ils tutoient facilement, ont le sens de la fête et aiment découvrir seuls leurs destinations**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langue officielle** : espagnol
- **Langues parlées en France** : anglais, français
- **Habitudes alimentaires** :
 - Petit déjeuner : 7h/8h - Léger, café, café au lait ou chocolat et encas vers 10h
 - Déjeuner : 14h/16h - Repas principal et consistant, entrée, plat, dessert (durée : 1 à 2 heures)
 - Dîner : 21h/23h - Léger (soupe, salade, fruits)
 - Boissons : bière, vin et café très serré en fin de repas



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

- **Visites patrimoniales**, musées
- **Tourisme urbain**, shopping, activités nocturnes
- Parcs thématiques
- Tourisme fluvial
- Visite de la famille ou d'amis
- Gastronomie et art de vivre

→ QU'APPRÉCIENT-ILS ?

- **Accueil en espagnol particulièrement apprécié**
- Grande **flexibilité des horaires pour les repas**
- Ponctualité et sens de l'organisation des Français

Le + de votre accueil : Ne pas confondre convivialité et familiarité ! Les Espagnols aiment être considérés avant tout comme des clients

RUSSIE

→ QUI SONT-ILS ?

- Clientèle internationale en progression de 23,4 % en 2012 avec 700 000 visiteurs (0,8%)
- Prévvision 2014 : 1,2 million de visiteurs
- France : première destination des Russes en Europe
- **Ils considèrent la France comme une destination à la mode avec une image romantique, positive, souvent associée à l'art de vivre et au luxe**
- **Fiers de leur pays, de leurs racines, très loyaux et très fidèles et sensibles aux stéréotypes négatifs que projettent les médias étrangers sur leur pays, ils ont besoin de reconnaissance**
- **Clients exigeants et peu patients, il est important d'être à leur écoute.**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langue officielle** : russe
- **Langues parlées en France** : anglais, le français est la 3ème langue étudiée
- **Habitudes alimentaires** :
 - Petit-déjeuner : 7h /9h - café ou thé, yaourts, petits sandwichs
 - Déjeuner : 13h/15h - une boisson fraîche, une salade de légumes, une soupe, un plat chaud, un thé et un dessert
 - Dîner : 19h /21h : un plat chaud
 - Boisson : thé (boisson préférée)
 - Ils ont l'habitude de manger à tout moment de la journée et sont déçus lorsqu'ils ne peuvent pas le faire. Ils aiment la restauration traditionnelle ainsi que la restauration rapide ; ils apprécient de pouvoir se restaurer dans leur chambre d'hôtel (thé, chocolat, biscuits, eau minérale, bière, vodka).



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

- **Circuits villes et patrimoine**, circuits vins et gastronomie
- Découverte de **spécialités gastronomiques locales** et plats traditionnels
- Remise en forme et **ski**
- **Shopping** : 1/3 de leur budget de vacances même s'ils jugent les prix trop élevés
- Produits de prédilection : montres et joaillerie

→ QU'APPRÉCIENT-ILS ?

- **Un accueil chaleureux** et convivial
- Sensibles aux signes d'attention et à **quelques mots dans leur langue**
- **Confort et sécurité**

Le + de votre accueil : Mise à disposition de journaux, de chaînes TV et informations sur la destination en russe

DANEMARK

→ QUI SONT-ILS ?

- Près de 350 000 arrivées en 2012 (0,4%) soit 6,5 % de la population danoise
- La France est la 2ème destination des Danois, derrière l'Espagne
- Pouvoir d'achat élevé et dépense supérieure à la moyenne européenne
- **Organisés, ponctuels, patients et très adaptables à la culture du pays qui les accueille**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langue officielle** : danois
- **Langues parlées en France** : anglais, le français est assez peu parlé
- **Habitudes alimentaires** :
 - Petit déjeuner : 7h - copieux (pain noir et blanc, fromage blanc)
 - Déjeuner : 12h - léger (sandwich, fruit, pain noir et salade)
 - Dîner : 18h - plat chaud et salade verte
 - Boissons : bière et vin



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

- **Vacances actives** (plus particulièrement les activités de pleine nature), golf
- Tourisme culturel
- Bord de mer et sports d'hiver
- Art de vivre, gastronomie régionale

→ QU'APPRÉCIENT-ILS ?

- **Accueil chaleureux en anglais**
- Bon rapport qualité/prix
- **Romantisme** et élégance de la France

Le + de votre accueil : Un geste d'accueil - café, pot d'accueil, petit cadeau... - est très apprécié

ETATS-UNIS

→ QUI SONT-ILS ?

- 8ème clientèle internationale en 2012 avec 3 millions de visiteurs (3,5%)
- Première clientèle en provenance du continent américain
- **Pragmatiques, conviviaux, indépendants, très directs et de contact facile**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langue officielle** : anglais
- **Langues parlées en France** : Anglais et espagnol
- **Habitudes alimentaires** :
 - Petit déjeuner : 7h /9h - Copieux : œufs brouillés, toasts, céréales, pancakes et sirop d'érable, « donuts » café et jus de fruits / ou simplifié : café avec laitage ou céréales
 - Déjeuner : 12h /13h - sandwich, boisson, frites et dessert / snacking : hamburger, hot-dog, pizza et produits asiatiques
 - Dîner : 17h/20h - repas traditionnel : pris en famille basé sur une viande et deux légumes ou au restaurant (exotique, italien, mexicain, asiatique)
 - Boissons : soda avec glaçons, café, verre de vin en apéritif



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

- **Tourisme urbain et culturel**
- Tourisme balnéaire et rural
- Tourisme d'aventures avec nouvelles expériences
- **Shopping**
- **Activités de bien-être**
- Croisières
- **Art de vivre français** : la gastronomie, la culture et l'œnologie, les grands vins

→ QU'APPRÉCIENT-ILS :

- **Accueil chaleureux en anglais**
- Rapidité et professionnalisme
- **Innovation et surprise** mais aussi sécurité
- Finesse de la **cuisine française** et organisation du repas (entrée, plat, fromage, dessert)
- Chambres spacieuses, grands lits et espaces climatisés (parfois à l'excès)
- Bon rapport qualité/prix

Le + de votre accueil : Un contact visuel est primordial, c'est une marque de respect, d'ouverture et de confiance

CANADA

LES CANADIENS

→ QUI SONT-ILS ?

- 11ème clientèle internationale en 2012 avec 900 000 visiteurs (1%)
- 2 grands marchés : le Québec « le plus proche des marchés lointains » comparable à un marché de proximité et le Canada anglophone
- **Conviviaux, organisés, disciplinés et indépendants, ils sont peu formels, très spontanés et directs, tutoiement facile**
- **Respectueux de l'environnement**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langues officielles** : anglais, français (Québec)
- **Langues parlées en France** : anglais, français
- Consommateurs **exigeants en termes de service** et de qualité des équipements, les plaintes sont formulées avec politesse, voire une certaine gêne, mais une solution est attendue sans délai
- **Habitudes alimentaires** :
 - Petit déjeuner : 7h /7h30 - Copieux (charcuterie, fromage, yaourts, miel, beurre)
 - Déjeuner : 12h - Plat chaud ou sandwich, salade verte et dessert (durée 30 minutes)
 - Dîner : 17h30 /18h : traditionnel français
 - Boissons : eau minérale, bière, lait, soda, café en journée, grands amateurs de vins



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

- **Histoire, culture et visite insolite**
- Soleil et tourisme balnéaire
- Balades urbaines et séjours ruraux pour le contact avec les habitants
- Gastronomie et œnologie
- **Tourisme durable**
- Randonnée et cyclotourisme, tourisme fluvial et croisière, ski

→ QU'APPRÉCIENT-ILS ?

- **Accueil convivial** et efficace avec une bonne information
- **Sensibles à la nouveauté** et à la découverte
- Vivre à la « locale », contact avec les habitants et éviter l'attraction touristique
- **Qualité de l'environnement**
- Bon rapport qualité/prix

Le + de votre accueil : Des produits à forte valeur ajoutée : dégustation de fromages dans une ferme, de vins dans une cave, excursions thématiques...

BRÉSIL

→ QUI-SONT-ILS ?

- 10ème clientèle internationale en 2012 avec 1,2 million de visiteurs (1,4%)
- Clientèle en forte progression (+21% en 2012)
- La France est la 3ème destination des Brésiliens, après l'Argentine et les USA et la 1ère destination européenne
- **Clientèle francophile à fort potentiel d'achat**
- Clientèle jeune en progression
- **Contact chaleureux, tactiles, ouverts, enthousiastes, ils planifient au maximum leur séjour**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langue officielle** : portugais
- **Langues parlées en France** : portugais, anglais, français
- **Habitudes alimentaires** :
 - Petit déjeuner : 7h30/8h - Complet (fruits, charcuteries, œufs, fromage).
 - Déjeuner : 13h - Plat chaud, salade, dessert et café
 - Dîner : 21h/22h - repas complet
 - Boissons : café et vins



→ QUE RECHERCHENT-ILS :

- **Art de vivre à la française** : culture, patrimoine, mode, gastronomie et vins
- Sorties nocturnes
- **Shopping**
- Séjours **haut de gamme**
- Tourisme religieux (Lourdes, Lisieux...)

→ QU'APPRECIENT-ILS

- **Maîtrise de langues étrangères**, a minima l'anglais et quelques mots de bienvenue en portugais
- "Vivre à la française" en expérimentant et partageant notre culture
- **Qualité de service** à toutes les étapes de leur séjour
- Facilité de communication avec les français
- Mise à disposition de connexion wifi
- Les taxis
- Prendre le temps, flâner et **ne pas avoir un programme de visites trop chargé**

Le + de votre accueil : Des idées de visites originales et "confidentielles"

CHINE

→ QUI SONT-ILS ?

- 9ème clientèle internationale en 2012 avec 1,4 million de visiteurs (1,7%)
- Clientèle en forte progression (+23 % en 2012)
- **Dépenses en shopping parmi les plus élevées** (60% du budget du séjour)
- **Intéressés par les produits français et particulièrement les produits de luxe**
- Majoritairement des citadins, plutôt jeunes (35/45 ans) sans enfant
- **Clientèle aisée et exigeante en termes de qualité d'offre et de service**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- Ils ont l'habitude de faire du shopping à tout moment de la journée, aiment marchander et un geste commercial peut encourager la vente
- En cas de problème, ils ne le disent pas mais ne reviennent pas
- **Langue officielle** : mandarin
- **Langues parlées en France** : anglais
- **Habitudes alimentaires** :
 - Ils apprécient de trouver sur la table de la sauce soja, de la pâte de piment pour relever le goût des plats français, des cure-dents. Ils n'aiment pas attendre avant de passer commande et sortent de table immédiatement après le dernier plat. Ils préfèrent souvent opter pour des plats plus asiatiques : plat accompagné de riz, soupe légère aux légumes en fin de repas
 - Petit déjeuner : 8h - Salé et copieux
 - Déjeuner : 11h30/12h
 - Dîner : 18h.



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

- Visites de villes
- **Sites touristiques à forte notoriété**
- **Shopping** : produits cosmétiques de grandes marques, maroquinerie, montres

→ QU'APPRÉCIENT-ILS ?

- Sens de l'hospitalité avec **un simple bonjour dans leur langue**
- **Grande disponibilité** et respect
- Documentation en anglais et en chinois
- Echantillons promotionnels et petits cadeaux
- Évitez les chambres dont le numéro contient un 4 ou au 4ème étage, chiffre synonyme de mort. Les chiffres 6, 8 et 9 sont « porte-bonheur »

Le + de votre accueil : Mettre à disposition une bouilloire avec du thé, un kit brosse à dents et gel douche ou des mules jetables

JAPON

→ QUI SONT-ILS ?

- Clientèle internationale équivalente à la Russie en 2012 avec 700 000 visiteurs (0,8%)
- **Adeptes des voyages organisés, très sensibles au bouche à oreille**
- **Exigeants, discrets, ils aiment la propreté, l'ordre, l'exactitude et détestent l'imprévu**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Ils ne se plaignent jamais tout de suite** lorsqu'un problème surgit mais le font à leur retour de vacances auprès de leur agence de voyage
- **Langue officielle** : japonais
- **Langues parlées** : Peu de Japonais parlent l'anglais et encore moins le français
- **Habitudes alimentaires** :
 - Amateurs de cuisine française et de vins, ils aiment cependant retrouver leurs traditions culinaires à base de poissons
 - Petit-déjeuner : 6h/8h : traditionnel - Bol de riz, potage au "miso", légumes macérés, légumes bouillis, algues, poisson cru ou mijoté, viande - ou occidental : œufs, toasts, café, jus de fruits, confitures
 - Déjeuner : 12h/13h : à emporter (riz, légumes macérés, beignets, poisson) ou snack et restaurants asiatiques ou français
 - Dîner : 17h / 19h : repas principal traditionnel avec 3 à 5 plats servis simultanément (riz, condiments, soupe « miso », poisson ou viande)



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

- Tourisme urbain et culturel
- **Shopping, mode**
- **Art de vivre, œnotourisme**
- Activités d'apprentissage (cours de cuisine, peinture...)
- **Offres thématiques** : voyages de noces, découverte de châteaux, lieux de tournage cinéma, jardins, Noël...

→ QU'APPRÉCIENT-ILS ?

- **Accueil très attentionné et respectueux**
- Réassurance, compréhension et réponse à leurs attentes
- **Excellence sur la qualité de service**
- Confort, sécurité et propreté
- Des informations précises en japonais
- Bon rapport qualité/prix

Le + de votre accueil : Gentillesse et patience sont des atouts pour amoindrir leurs craintes d'incompréhension

INDE

→ QUI SONT-ILS ?

- 300 000 arrivées en 2012, en augmentation de 2,6%
- Ils viennent souvent en famille
- **La France est synonyme de luxe, de mode, de culture et de gastronomie pour eux**
- **Courtois, rieurs, apprécient et manient l'humour, aiment les nouvelles expériences mais restent conservateurs en matière de gastronomie**

→ COMMENT SE COMPORTENT-ILS ?

- **Langues officielles** : hindi et anglais (et des langues régionales)
- **Langues parlées en France** : anglais
- **Habitudes alimentaires** :
 - 80 % de la population est végétarienne et pour certains, consommation interdite de ce qui pousse sous la terre (ail, oignons, pomme de terre...)
 - Pour les non végétariens, agneau, poulet, poisson mais pas de bœuf (vache sacrée)
 - Petit déjeuner : 8h - copieux et chaud : œufs, omelettes, tartelettes de légumes (samossas)
 - Déjeuner : 12h30/13h - plats en sauce, pain, eau (servi et consommé rapidement)
 - Dîner : à partir de 21h - repas le plus long : apéritif (boissons alcoolisées ou non, snacks épicés, chutney...) plats traditionnels indiens
- Boissons : whisky, bière, vodka, rhum. Les vins français et champagne sont considérés comme prestigieux



→ QUE RECHERCHENT-ILS ?

- **Tourisme urbain, shopping, mode, produits de luxe** (pour 70% des touristes indiens, le shopping est une priorité lors de leur voyage)
- **Art de vivre**, gastronomie, œnotourisme
- Patrimoine et culture
- Montagne et ski
- Parcs d'attractions
- Cabarets, évènements

→ QU'APPRÉCIENT-ILS ?

- **Sensible au prix et au discount**
- Marchandage et geste commercial
- **Qualité de service élevée**
- Chambres spacieuses dans un quartier touristique ou proche des lieux de shopping

Le + de votre accueil : Offrir un verre d'eau, du thé ou du café en signe de bienvenue



UNE AUTRE IDÉE DU SERVICE

