

A large, stylized sunburst graphic in shades of orange and yellow, with a semi-circular base at the bottom left and several long, thin rays extending upwards and outwards across the entire page.

Japan Expo

Le Festival des Loisirs Japonais

9^e Impact

3, 4, 5 et 6 JUILLET 2008

Parc d'Expositions de Paris-Nord Villepinte

www.japan-expo.com

ÉDITO

Japan Expo a connu une édition 2007 pleine de surprises. **Les exposants** ont répondu massivement à l'appel. **Les passionnés** ont offert un contenu incroyable par sa qualité et par sa quantité. **Les stars de tous les loisirs japonais** nous ont fait l'honneur d'être présents. Les médias les plus connus, français comme japonais, ont passé le message : "Il y a un **rendez-vous incroyable** à Paris en juillet, **Japan Expo !**"

Cette année se présente sous les meilleurs auspices, et, fait marquant, **nous avons prolongé le festival d'une journée.**

4 jours sont l'opportunité d'**accueillir plus de visiteurs et de sociétés**, notamment les plus éloignés géographiquement. Afin de se donner les meilleures chances, nous avons maintenu nos tarifs malgré l'augmentation de la durée.

4 jours vont aussi permettre de proposer un **contenu plus important et plus riche**. Les espaces dédiés seront ouverts plus longtemps. Avec les événements majeurs prévus, comme **l'anniversaire des 150 ans des relations entre le Japon et la France**, nous avons estimé cette extension nécessaire.

4 jours, enfin, sont l'opportunité pour Japan Expo et ses partenaires de recevoir plus de **contacts professionnels et de journalistes**, pendant les jours de semaine. Un jour de plus, c'est aussi plus de temps pour prendre possession de son espace et de l'optimiser.

Le cru à venir présente toutes les caractéristiques d'un **millésime** et l'équipe de Japan Expo est **impatiente de travailler avec vous** et tous ses partenaires pour confirmer cette tendance.

L'équipe de la SEFA.



► La SEFA, une équipe à votre service !

La SEFA est une société d'organisation d'événements. Ses dirigeants ont une dizaine d'années d'expérience dans l'événementiel grand public, notamment au travers de **Japan Expo, le Festival des Loisirs Japonais, qui a accueilli plus de 80 000 visiteurs lors de sa dernière édition.**

Depuis novembre 2007, la SEFA est aussi organisatrice d'autres événements en région parisienne, et **dès 2009, elle étendra son activité à la France entière**, en commençant par Japan Expo Sud à Marseille.

Notre équipe est composée de 12 personnes, divisée en 4 pôles : logistique, commercial, communication et contenu. Nous sommes à votre disposition pour vous procurer **la meilleure expérience possible** lors de nos événements.

SEFA
SOCIÉTÉ D'EXPLOITATION DES FESTIVALS ASIATIQUES

150 ANS DE RECONNAISSANCE MUTUELLE

L'attirance mutuelle de la France et du Japon n'est pas une chose nouvelle. Depuis 150 années et les premiers pactes que nos pays ont conclus, **les échanges entre le Japon et la France se sont faits plus subtils et plus profonds** que les accords commerciaux. Il suffit de rappeler le mouvement artistique japoniste de la fin du XIX^{ème} siècle dans notre pays ou le nombre de touristes japonais qui viennent en France. Par ailleurs, ne parle-t-on pas d'un **style français au judo** !

Ces échanges, qui mettent en valeur nos **particularités** autant que nos **points communs** sont au cœur du festival, véritable preuve, d'une part, de **l'engouement des jeunes français** pour les cultures modernes et classiques japonaises et d'autre part, de **l'intérêt des Entreprises japonaises** pour la France.

Etape importante de cette année de commémoration, Japan Expo sera une fête en l'honneur du Japon et de sa richesse culturelle.



Message de Monsieur l'Ambassadeur Yutaka IIMURA

Depuis ses débuts, en 1999, Japan Expo attire non seulement de très nombreux Français mais aussi des jeunes gens venus des quatre coins de l'Europe. Le Festival a pris **une ampleur considérable** pour atteindre plus de 80 000 entrées, l'année dernière.

Je me suis rendu à Japan Expo, successivement en 2006 et 2007, et j'ai été **impressionné par le nombre de visiteurs et la passion** que partageaient le public et les exposants. Je souhaite ici rendre hommage à toutes les personnes impliquées dans la conception et la réalisation de Japan Expo qui est devenu un événement incontournable de la culture japonaise.

Si Japan Expo propose un **immense espace de rencontres et de découvertes** pour les jeunes férus de mangas ou de culture pop, il permet également de se familiariser avec la culture traditionnelle japonaise à travers des démonstrations d'arts martiaux ou des parties de Go et de Shogi. Ainsi, sur une période très courte, le Festival donne **l'occasion unique** à un très grand nombre de visiteurs de **se familiariser avec la culture nipponne, riche et diverse**, et de **mieux comprendre l'âme du peuple japonais**.

2008 est une année importante qui marque le 150^e Anniversaire des relations franco-japonaises. Je souhaite que les nombreux échanges et manifestations, organisés à travers tout le pays, constituent une excellente opportunité pour **renforcer les liens qui nous unissent**, et que l'édition 2008 du Festival Japan Expo, qui figure en bonne place au programme des réjouissances du 150^e Anniversaire, apporte une contribution notable à cette célébration.

D'ores et déjà, je vous invite chaleureusement, dans le cadre notamment de Japan Expo 2008, à **participer au 150^e Anniversaire** de nos relations !



<http://www.fr.emb-japan.go.jp/150/index.html>



JAPAN EXPO : UN CONCEPT

Japan Expo, le Festival des Loisirs Japonais, est **l'événement européen le plus important** concernant la Culture Japonaise. Depuis sa création, il ouvre **une fenêtre sur cette culture ancestrale** au travers de ses manifestations en France et en Europe. Cet espace de découverte est soutenu par deux maîtres mots : **connaissance et divertissement**.

» Une page d'histoire

Pour sa **neuvième édition**, Japan Expo entend conforter sa place de plus grand événement européen sur le Manga et la Culture Japonaise. Pourtant, ce chemin ne s'est pas parcouru en un jour, loin s'en faut.

En 1999, **une équipe de passionnés** fonde un événement spécialisé dans le manga, hébergé dans une école. Très rapidement, le festival se diversifie et étend sa thématique au Japon en général.

L'équipe du festival participe en parallèle à de nombreux événements, qui accroissent la notoriété de Japan Expo et l'expérience de ses membres.

En 2001, il prend sa forme définitive et se positionne en tant qu'**événement de référence**. Pour la première fois, il a lieu dans un espace de location professionnel, l'Espace Austerlitz, en toute autonomie.

2002 marque deux faits majeurs. D'une part, Japan Expo arrive au CNIT, pour **le début d'une histoire à succès** et d'autre part, il se professionnalise puisqu'il est dorénavant produit par une société.

Après de belles aventures à la Défense, Japan Expo prend son envol au Parc d'Expositions de Paris-Nord Villepinte à partir de 2006, pour devenir **un des événements culturels majeurs de France** en accueillant en 2007 plus de 80 000 visiteurs dans 55 000 m² d'exposition en 2007.

Japan Expo est dorénavant **une référence publique et professionnelle** tant en France et en Europe qu'au Japon. Le festival est aussi **reconnu au niveau culturel** par de grandes institutions comme l'Ambassade du Japon en France et le Ministère des Affaires Étrangères Japonais.

» Objectifs Japan Expo 2008

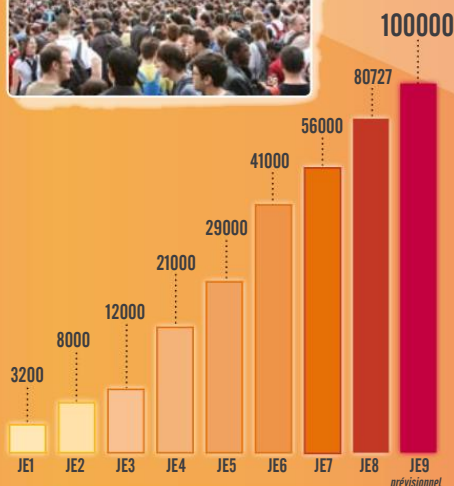
Japan Expo a toujours avancé par étape, pour un **développement serein et conforté**. Chaque année, l'équipe se donne quelques objectifs, conjoints aux améliorations qualitatives et quantitatives de rigueur, qui sont notre fil rouge pour une année.

- **Développer nos espaces Culture Moderne et Culture Pop** en général, la mode et la musique en particulier.
- **Développer nos relations institutionnelles, publiques et privées**, avec le Japon, notamment par le biais de l'anniversaire des 150 ans des relations diplomatiques entre la France et le Japon.
- **Développer nos actions en faveur des relations entre la France et le Japon** au sein du festival, avec d'une part une augmentation du nombre d'exposants japonais, et d'autre part, l'agrandissement de notre Business Center.



» Chiffres Clés de Japan Expo 2007

- **80 727** visites
- **55 000** m² bruts
- **263** exposants
- **50** activités
- **3 000** professionnels
- **50** invités et intervenants
- **1** amphithéâtre de **10 000** places dont **3 000** assises
- **80** membres d'organisation
- **21** semaines de communication



FRÉQUENTATION DE JAPAN EXPO (en nombre de visites)

PARIS-NORD VILLEPINTE

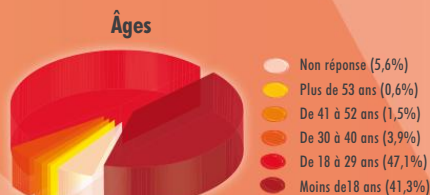
Parc d'Expositions de Paris-Nord Villepinte

Le Parc d'Expositions de Paris-Nord Villepinte est idéal pour un événement comme Japan Expo, qui connaît une croissance rapide.

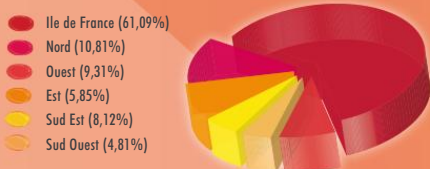
Au cœur de réseaux de transport internationaux et locaux très denses (RER B, Autoroute A1, TGV, Aéroport Charles de Gaulle), le parc est accessible facilement quel que soit son point de départ et l'on trouve de nombreux hôtels à proximité ou à Paris.

La part francilienne de notre cœur de cible peut, grâce à sa carte de transport étudiante, se déplacer gratuitement depuis toute l'Île de France jusqu'à Japan Expo.

La taille et les infrastructures du parc sont favorables à toutes nos envies pour l'avenir.



RÉPARTITION PAR ÂGE DES VISITEURS



RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE FRANÇAISE

Chiffres Clés* de Japan Expo 2008

- 100 000 visites
- 70 000 m² bruts
- 300 exposants
- 80 activités
- 5 000 professionnels
- 70 invités et intervenants
- 1 amphithéâtre de 10 000 places dont 3 000 assises
- 1 salle de concert
- 120 membres d'organisation
- 21 semaines de communication

* prévisionnel

Vers un nouveau concept : Kultiverse !

Le festival est maintenant lié à un événement fédérateur, au cœur des univers cultes : **Kultiverse**. Il est le rendez-vous de tous les fans de loisirs, modernes ou anciens, et ouvre la possibilité de découvrir toutes les tendances ludiques dans un même endroit et à une même date. Il est composé de :

- Japan Expo, le Festival des Loisirs Japonais
- Azikult, le Festival des Loisirs Asiatiques
- Kultima, le Festival des Cultures de l'Imaginaire
- Kultigame, le Festival des Cultures Ludiques

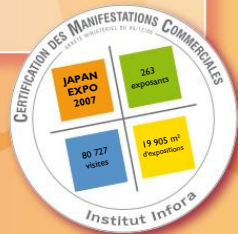
N'hésitez pas à en demander plus !



Qu'est-ce qu'Infra ?

Infra est un organisme de certification reconnu par le Ministère du Commerce, qui a pour objectif de transmettre aux organisateurs et aux participants d'un salon des chiffres contrôlés et objectifs pour déterminer l'importance de l'événement.

Cette certification est une obligation légale pour tous les événements commerciaux. Vous pouvez trouver plus d'informations sur www.infra.fr.



CULTURE MANGA



✧ Manga

Un enfant sur deux a aujourd'hui lu au moins un manga. Devenu **un véritable phénomène de société**, le manga a su toucher tous les publics, grâce à un style dynamique et des codes particuliers, qui autorisent le traitement de tous les thèmes. Véritable cœur de Japan Expo, il est cette année encore **à l'honneur du festival**.



✧ Anime

Des produits de qualité et un imaginaire riche ont fait du Japon une référence en la matière. Des sujets les plus graves aux délires les plus novateurs, l'animation gagne les chaînes de télévision françaises. Le succès de réalisateurs comme Hayao Miyazaki lui ont conféré ses **lettres de noblesse**.



Kikaku © 2008 Shueisha/Shueisha, Inc. All Rights Reserved. Reproduced with permission.

✧ Jouets & Merchandising

L'industrie du jouet n'est, au Japon, jamais loin de la haute technologie. **Toujours plus perfectionné**, le jouet est aussi devenu **objet de collection** et de passionnés. Ils font la joie des petits comme des grands !



✧ Sports & Arts Martiaux

Quel lecteur de manga n'a jamais rêvé de participer au Tournoi des Arts Martiaux de *Dragon Ball*, ou de sauver la veuve et l'orphelin comme *Judo Boy* ? **Zinedine Zidane** a lui-même avoué avoir été influencé dans sa passion par *Olive et Tom* ... Les exemples sont nombreux et les **activités sportives**, ancestrales ou modernes, sont **indissociables du Japon et de son festival**.



CULTURE MODERNE

Auto / Moto

Dans ce secteur de pointe, **le Japon est devenu un acteur leader**, tant par la qualité que par le volume. Marques de référence et avancées technologiques viennent désormais du pays du « Soleil Levant ». **Passionnés de voitures, les japonais se montrent aussi créatifs en tuning.** Ce phénomène est aussi présent en France, en particulier les modifications sur voitures japonaises.



Scolarité / Formations

Apprendre le japonais ? Etudier ou travailler au Japon ?

Nombreux sont ceux qui désirent vivre cette expérience au pays du « Soleil Levant ». D'autres, pour leur part, souhaitent s'initier au design, au dessin et à l'animation made in Japan... Nos partenaires répondent présents, cette année encore, pour renseigner tous les jeunes avides de savoir et d'orientation.



High Tech

Ouvrages à la pointe de la technologie et des tendances actuelles, à l'image de leurs **technologies mobiles** ou de leur **passion pour les robots**, ces produits sont aujourd'hui de véritables accessoires de mode et de grande consommation. Un espace est entièrement consacré aux **nouvelles technologies** et aux gadgets colorés et extravagants dont raffolent les japonais.



Tourisme

Le Japon est une destination de plus en plus prisée, notamment au sein du public de Japan Expo. Dans un espace spécialement dédié, les visiteurs peuvent découvrir les solutions et astuces pour réussir leur **voyage au pays du « Soleil Levant »**. Les agences de voyages proposent leurs packs dédiés et leurs **offres exceptionnelles « Spéciales Salon »**.



CULTURE POP

📽 Cinéma

Le Japon s'illustre par une **production variée et novatrice**. Du classique *Sept Samourais* au controversé *Battle Royale*, de l'horifique *Ring* au poignant *Hana Bi*, il **secoue régulièrement les fondations du cinéma français** et hollywoodien. Le festival accueille régulièrement le **lancement de nouveaux films** tels que *Kamikaze Girls*.



🎮 Jeux Vidéo

Le **plus célèbre des loisirs nippons** connaît depuis son apparition un **succès jamais démenti**. Les jeux japonais font le tour du monde et **leurs icônes sont reconnues par tous**. Des nouveautés techniques aux innovations graphiques, le pays qui a vu naître les consoles est **toujours leader** sur le marché.



🎵 Musique

Des **instruments traditionnels aux rythmes électroniques**, des B.O. de dessins animés aux groupes les plus originaux, la musique a su forger **son propre style**, à l'image des contrastes de la société qui la produit. Japan Expo est aujourd'hui en Europe **le tremplin idéal pour le lancement des groupes de musiques**, à l'instar d'Anna Tsuchiya ou de Gari, grâce à une scène pouvant accueillir jusqu'à 10 000 personnes.



👗 Mode

Tokyo est le **lieu de toutes les créations**. Japan Expo est un lieu de choix pour **découvrir les défilés et les tendances made in Japan**. Les créateurs occidentaux enrichissent leurs productions de **tonalités asiatiques** où se mêlent tradition et modernité, des couleurs acidulées du manga au style épuré du **zen**.



CULTURE TRADITIONNELLE

📌 Culture et Traditions

Des arts les plus ancestraux aux gestes quotidiens, ce sont tous les rites d'une culture, plusieurs fois millénaire, qui s'exprime à travers la calligraphie, l'origami, la cérémonie du thé, l'ikebana, les kimono... Présents depuis toujours à Japan Expo, ces espaces prennent une teinte particulière cette année à l'occasion du 150^e Anniversaire des relations diplomatiques entre la France et le Japon.



📌 Arts de vivre

Il n'est plus rare aujourd'hui de croiser des gens qui dorment sur des futons, que l'on trouve jusque chez Ikea. **Design épurés, espaces optimisés...** le mobilier, la décoration et tous les artefacts des arts de vivre japonais sont en démonstration à Japan Expo. **Spiritualité, Art et Décoration sont réunis pour une formidable invitation au voyage et au zen !**



📌 Littérature

Les récits de l'ère des samouraïs, les contes traditionnels bouddhistes ou l'énigmatique théâtre Nô imprègnent la littérature contemporaine, productrice d'œuvres singulières et enthousiasmantes. Les plus grands auteurs d'aujourd'hui ont inspiré le cinéma japonais comme américain. Certaines œuvres ont traversé le temps comme le *Dit du Genji*, qui fête un millénaire d'actualité.



📌 Cuisine

Sushi, sashimi, yakitori... le trio gagnant de la gastronomie japonaise, après avoir conquis les restaurants, est entré dans les supermarchés et dans les mœurs français. Pourtant le paysage de cette gastronomie, dont la finesse n'est plus à démontrer, est bien plus étendu. **Découvertes d'ingrédients, de recettes et de tours de mains** sont à l'honneur à Japan Expo !

ÉVÉNEMENTS

Les Concerts

La success-story de Japan Expo est intimement liée à sa scène musicale. D'année en année, **les concerts sont devenus les valeurs sûres du festival** : les groupes japonais sont aujourd'hui tout aussi populaires que les manga, redessinant le paysage culturel aux multiples facettes de Japan Expo.



Le Catch

Le puroresu, le catch made in Japan, a confirmé son effet spectaculaire en rassemblant **plusieurs milliers de spectateurs pendant les trois jours du festival**. Les meilleurs catcheurs japonais masculins et féminins viennent affronter des adversaires européens et faire preuves de **prouesses techniques à couper le souffle** !

Le Cosplay

L'événement le plus attendu des fans est également le **plus participatif et le plus créatif**. Le Cosplay a pour but de concevoir le costume d'un personnage de manga ou de jeu vidéo et de parader sur scène. **Le Cosplay de Japan Expo est célèbre jusqu'au Japon** : en 2007, les gagnants de la finale du prestigieux **World Cosplay Summit à Nagoya** furent des français sélectionnés à Japan Expo !



Les 150 ans des relations diplomatiques entre la France et le Japon

A l'occasion du 150^e Anniversaire des relations diplomatiques et culturelles France-Japon, l'**Ambassade du Japon en France** s'associe à Japan Expo. Près de **200 événements** se dérouleront toute l'année partout dans le pays, et Japan Expo en sera sans doute un point d'orgue.

Les Défilés de Mode

Laforet Harajuku, l'équivalent des **Galeries Lafayette** au Japon, représente les enseignes les plus prestigieuses de la mode japonaise et mondiale. A Japan Expo, c'est lors d'un défilé rythmé et moderne que **Laforet** se distingue, et participe au succès de la mode nipponne chez les fans du Japon. D'autres enseignes et marques se joignent à **Laforet** pour proposer des **happenings exclusifs**.

Les Japan Expo Awards

Fort de sa représentativité dans le milieu culturel japonais, Japan Expo possède sa propre cérémonie de prix, **désignant les meilleures œuvres japonaises ou d'origine japonaise**. Professionnels et journalistes s'associent afin de rendre un verdict qui permet de récompenser ces œuvres et, espérons-le, de servir de fil rouge aux consommateurs pour choisir des produits de référence.



INVITÉS

Les Artistes Japonais

Les invités japonais font de plus en plus confiance à Japan Expo. Aussi bien en musique qu'en manga, en jeu vidéo qu'en sport, les personnalités du Japon confèrent au festival une **légitimité** acclamée par les fans. D'autre part, Japan Expo est devenue une plateforme idéale pour le **lancement d'artistes et la promotion d'œuvres en tous genres**. Le festival est aussi pour les auteurs, l'opportunité de pouvoir **rencontrer des fans et des confrères européens**.

Les Acteurs de la vague « Nostalgie »

Les loisirs japonais ont connu une croissance rapide, et non-démentie depuis, à partir des années 80, grâce à la Télévision. C'est ainsi que les **comédiens de doublage et les chanteurs de génériques** sont devenus, au fil des années et des générations, de **véritables stars** ! Cette période, qualifiée de **nostalgique** aujourd'hui, a aussi été animée par de nombreuses personnes et entreprises, qui viennent témoigner de ces aventures pendant le festival.

Les Artistes inspirés par le Japon

Japan Expo s'internationalise et ouvre ses portes aux **nombreuses œuvres d'inspiration japonaise venant du monde entier**. Des auteurs se revendiquent fans du Japon et le font savoir lors du festival. **Ce choc des cultures** prend toute sa mesure dans un cadre comme celui de Japan Expo.

LES ACTIVITÉS

D'année en année, Japan Expo confirme sa position dominante au cœur des communautés. Plus qu'un salon, il s'agit du **point de rencontre de milliers de fans** en ébullition autour de leurs thèmes de prédilection. Pendant le festival, cette énergie se traduit par une programmation riche en conférences, spectacles sur scène, projections et jeux en tout genre. Japan Expo est un festival vivant au rythme des communautés.



Activités / Découvertes

Fort de ses partenaires amateurs, Japan Expo dispose de **plusieurs lieux d'animations** : les diverses associations assurent des jeux sur leurs espaces, et des salles aménagées sont **libres d'entrée** pour le visiteur avec des centaines de **lots à gagner** !

Activités Enfants

La zone Enfants permettra aux parents de pouvoir trouver des **animations adaptées aux plus jeunes** de nos visiteurs. Ils profiteront de jeux, de jouets, mais aussi d'animations en rapport avec la culture traditionnelle japonaise, comme des initiations au japonais ou au dessin « manga ».

Ateliers

Diverses associations permettent aux visiteurs de s'initier aux différentes facettes de la **culture japonaise, populaire ou traditionnelle**. Ils découvriront ainsi de **nombreux ateliers** : dessins, scénario, mais aussi calligraphie, pliage (Origami) ou encore art floral (Ikebana).



Cycles de conférences

Les professionnels liés au Japon se donnent rendez-vous et offrent au public des **cycles de conférences sur des thèmes très variés** : la culture au Japon, les manga, le cinéma ou encore la politique des éditeurs.

Concours

Les activités mènent irrémédiablement aux concours. De quoi **faire gagner aux visiteurs** des centaines de lots par jour et participer à la **popularité du festival**.

Master Classes

A la différence d'une conférence ou d'une table ronde, la Master Classe met en scène un **artiste reconnu** dans sa catégorie **dispensant un « cours » aux visiteurs**. Dessinateurs, auteurs ou encore sportifs de haut niveau entretiennent ainsi une **relation privilégiée** avec les visiteurs.

Expositions

Dans un cadre agréable et prestigieux, les expositions mettent en avant le travail d'artistes, professionnels ou amateurs. Les visiteurs découvrent **tableaux, modèles réduits ou figurines**, mais aussi **mise en avant** de certaines cultures (retro gaming, etc).

Projections

L'**actualité des éditeurs** se présente sous forme de véritables projections à l'accès libre, où les visiteurs peuvent voir, parfois **en exclusivité et en avant-première**, les animés, films et concerts du moment sur grand écran.

Jeux

Dans les salles d'activités, sur les espaces associatifs et professionnels ainsi que dans les allées du festival, **les jeux sont omniprésents** à Japan Expo. Parfois, les visiteurs créent leurs propres jeux, se déplaçant entre membres d'un même forum.

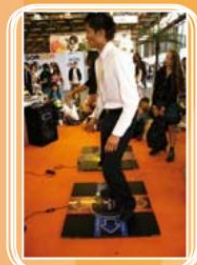
Manga Café

Lieu de rencontre atypique, le Manga Café permet de s'asseoir et de profiter de **manga en libre service**. Concept novateur venu du Japon, le Manga Café est avant tout un **lieu de détente** et de repos.



Tournois / Championnats de Jeux Vidéo

Les nombreuses associations de jeux vidéo présentes organisent des **tournois des jeux les plus populaires** : courses, combats, sports et jeux musicaux attirent de plus en plus de visiteurs, qui auront la possibilité d'accéder à de nombreux lots... et à la gloire !



Chiffres Clés* Activités Japan Expo 2008

- 30 000 m² dédiés
- 5 000 lots distribués
- 100 invités et intervenants
- 70 activités différentes
- 30 conférences et expositions

*prévisionnel



COMMUNICATION

L'édition 2007 du Festival a connu une vraie **reconnaissance médiatique** et un **accroissement important de sa communication**.

A vocation grand public, la communication est entrée dans les pages de journaux comme les « gratuits » **Com Ça** (distribué chez Mc Donald's) ou **Métro**, ou dans le quotidien **Le Monde**. **Le journal de 13h de TF1** s'est même penché sur Japan Expo.

Un **press book** est **disponible** afin de présenter une partie des retombées média de Japan Expo.

Après une année 2007 des plus populaires, la SEFA a décidé de **renforcer** et d'**accentuer sa communication**, tant grand public que spécialisée. De nombreuses **actions inédites** sont prévues, en plus de celles déjà reconnues pour leur efficacité.

» Billetterie

La billetterie de Japan Expo est disponible en **prévente dans tous les réseaux habituels**, Billetel et Ticketnet. Les prix pour cette année ne sont pas augmentés afin de **soutenir la croissance de fréquentation** que Japan Expo connaît depuis plusieurs années.

L'**ouverture sur 4 jours** permettra au public de venir un jour de plus et le **jeudi est proposé à un prix exceptionnel** pour favoriser le développement rapide de la fréquentation ce nouveau jour.

» Billets Privilèges

Afin de **satisfaire les fans**, qui cherchent la **primeur de l'événement**, l'**exclusivité de certains services**, Japan Expo propose cette année pour la première fois une billetterie novatrice, qualitative, à l'écoute des demandes des fans.

Ils sont nommés **les billets Platine et Or**, et permettent notamment d'**entrer prioritairement** dans le festival et dans certains événements majeurs, de recevoir des **cadeaux exclusifs** et d'appréhender une **expérience festivalière plus inédite** pour le public. Ces billets, distribués en quantité très limitée, sont un **outil exceptionnel de marketing viral pour le festival et ses partenaires**.

» Media Plan

Février / Mars 2008

- Distribution de flyers en réseaux magasins
- Insertions dans la Presse Spécialisée
- Annonces TV
- Lettres d'Informations Internet
- Bannières sur sites partenaires
- Site Web du Festival

Avril 2008

- Distribution de flyers en réseaux magasins
- Insertions dans la Presse Spécialisée
- Annonces TV
- Annonces radio
- Marketing viral sur les sites communautaires (Facebook, MySpace...)
- Lettres d'Informations Internet
- Bannières sur sites partenaires
- Site Web du Festival

Mai 2008

- Distribution de flyers en réseaux magasins
- Insertion dans la Presse Spécialisée
- Insertion dans la Presse Généraliste
- Distribution Affiches tous réseaux
- PLV sur les réseaux de distribution
- Annonces TV
- Annonces radio
- Marketing viral sur les sites communautaires (Facebook, MySpace...)
- Lettres d'Informations hebdomadaires Internet
- Bannières sur sites partenaires
- Site Web du Festival

Juin / Juillet 2008

- Distribution de flyers en réseaux magasins
- Insertion dans la Presse Spécialisée
- Insertion dans la Presse Généraliste
- Distribution Affiches tous réseaux
- Affiches Métro et Train
- PLV sur les réseaux de distribution
- Annonces TV
- Annonces radio
- Marketing viral sur les sites communautaires (Facebook, MySpace...)
- Lettres d'Informations bi-hebdomadaires Internet
- Bannières sur sites partenaires
- Site Web du Festival
- Conférence de Presse
- Dossier de Presse



► Chiffres Clés Internet (site Japan Expo)

- 7 780 000 pages vues en 2007
- 1 100 000 occurrences sur Google.fr
- 1 150 000 visiteurs, dont 480 000 entre juin et juillet 2007
- 430 000 visiteurs grâce à Google Adwords entre le 1er juin et la fin du Festival
- 480 sites partenaires référencés



► Japan-expo.com

www.japan-expo.com est la vitrine du festival sur la toile. Il s'agit d'un outil de communication essentiel pour le festival, car il est un lien direct entre l'organisation et le public.

On y retrouve la liste des invités du festival, les lieux et horaires des activités, les informations pratiques (tarifs, horaires, moyens d'accès...) et bien d'autres renseignements complémentaires tels les inscriptions aux concours et différents jeux.

C'est également un moyen pour nous de mieux connaître nos visiteurs à travers d'un forum et de sondages, mais aussi de permettre à nos partenaires de promouvoir leurs activités à travers d'annonces exclusives, de jeux concours ou bannières publicitaires.

- exposant.japan-expo.com est un espace dédié à la communication spécifique avec nos clients.
- presse.japan-expo.com est un espace dédié à la communication média.



► La Communication Internet

En dehors de notre site web, Internet recèle des communautés sensibles à Japan Expo et à ses thématiques. De plus un ensemble de sondages nous ont permis de confirmer qu'il s'agit de notre premier outil de recrutement.

Une personne de notre équipe est donc dédiée à l'animation des communautés de Japan Expo et à la diffusion de l'information sur Internet. Nous avons actuellement développé un réseau de près de 500 sites partenaires de notre communication.

Nous allons aussi renforcer notre présence sur les supports du web 2.0 afin d'optimiser notre visibilité sur la toile, notamment aux travers des réseaux sociaux du type MySpace ou Facebook.

L'objectif est de développer deux voies de communication bien distinctes. D'un côté étendre la notoriété du festival auprès du grand public, et de l'autre se rapprocher des fans pour développer le bouche-à-oreille.

Il est à noter également que pour optimiser le référencement du site, plusieurs mots-clés spécifiques ont été sélectionnés via le service de publicité textuelle proposé par le moteur de recherche Google.

Enfin, la dimension internationale du festival n'est pas en reste puisqu'un effort tout particulier va être apporté pour développer une version anglaise du site web de Japan Expo afin d'achever d'en faire le plus grand rendez-vous européen sur la culture Japonaise.

Ils l'ont dit !

« On ne peut qu'être impressionné par cette huitième édition qui a su drainer un public toujours plus vaste, en proposant toujours plus d'activités, en sachant toujours se diversifier et se renouveler. »

Animeland n°134, septembre 2007

« Au paradis des fans du manga »

Ouest France n°19100, 7-8 juillet 2007

« Japan Expo : le rendez-vous des amoureux de l'Asie ! »

Campus Mag n° 120, juin 2007

« Japan Expo [...] la première manifestation hexagonale consacrée à la culture nippone. »

Métro n°1202, 6 juillet 2007

« Japonaramique ! »

Télérama n°3001, du 21 au 27 juillet 2007

ESPACES PRO

Japan Expo a toujours apporté un soin particulier au **développement des relations professionnelles au sein de son organisation**. D'année en année, le succès et les moyens aidants, nous avons développé un espace propice aux rencontres, l'Espace VIP. Depuis l'an dernier, avec la venue du monde entier de **3 000 accrédités**, nous avons pu créer un **espace d'échanges de droits : le Business Center**. Le passage à 4 jours du festival ouvre aussi de nouvelles perspectives, notamment avec l'apparition d'un deuxième jour de semaine dans les plannings. Nous préparons pour Japan Expo 9 des espaces **plus grands, mieux pensés et adaptés** à chacun de leurs usages.



» Espace Business Center

Fort de sa position dans les secteurs du manga, du jeu vidéo et du Japon dans son ensemble, Japan Expo accueille chaque année de plus en plus de professionnels du milieu culturel. **Le Business Center permettra, dans un cadre calme et accueillant, de favoriser la rencontre entre professionnels de tout pays, afin de découvrir les licences à venir et de conclure les contrats qui feront le marché de demain.**

Cet espace B to B est situé en marge du festival afin de préserver le calme nécessaire à ce genre d'événement. Il reste proche tout de même afin de permettre aux participants de **se faire une image du marché et de tester leurs licences.**



» Espace Presse

Les journalistes peuvent profiter d'un espace doté de salles d'interview, de salles de repos et d'un Open Bar, tout le long du festival. Il s'agit d'un **espace dédié idéal pour se retrouver et partager l'expérience Japan Expo** entre professionnels de la presse.

Nos équipes média sont à **disposition des journalistes pour les informer, les guider et organiser leurs rencontres avec les intervenants du festival. Quelques services complémentaires** sont aussi disponibles, tel que la possibilité de recharger les accus d'appareils photos, ordinateurs portables ou autre...

» Espace VIP

Lieu de détente par excellence, **l'espace VIP est un endroit privilégié permettant aux acteurs du festival de prendre du repos, de se retrouver dans un espace calme pour discuter et de se restaurer** via l'Open Bar mis à leur entière disposition.

Des espaces à l'écart sont prévus pour les invités, pour qu'ils puissent profiter d'un **instant de paix** entre deux interventions.

VOS CONTACTS



Lexique

Anime : mot emprunté désignant les films d'animation, dont le Japon est un grand producteur.

Cosplay : néologisme créé au Japon, venant des deux mots "costume" et "play", il décrit les fans de manga, d'animation et de jeux vidéo qui se produisent déguisés en leurs personnages favoris.

Dit du Genji : est une œuvre considérée comme majeure de la littérature japonaise du XI^e siècle, attribué à Murasaki Shikibu.

Go : originaire d'Extrême-Orient, le jeu de Go oppose deux adversaires qui placent à tour de rôle des pierres noires et blanches sur un tablier de jeu.

Japonisme : le japonisme est l'influence de l'art japonais sur les artistes, premièrement français, puis occidentaux. L'art qui résulte de cette influence est qualifié de japonisme.

Ikebana : désigne l'art floral japonais, constitué des mots « ikeru » (arranger) et « hana » (fleur).

Manga : désigne en japonais les bandes dessinées en général. En français, ce terme désigne les bandes dessinées japonaises, et par extension, les bandes dessinées non-japonaises respectant les codes des productions japonaises.

Merchandising : le merchandising est l'ensemble des techniques visant à optimiser la rentabilité d'un point de vente et des produits qu'il contient. Il est l'application du marketing au point de vente. Le merchandising consiste à définir l'assortiment qui sera proposé aux clients.

Origami : l'origami est le nom japonais de l'art du pliage du papier.

Retrogaming : le retrogaming est l'activité qui consiste à jouer et à collectionner des jeux vidéo anciens.

Shôgi : le shôgi est un jeu de société combinatoire abstrait traditionnel japonais, se rapprochant du jeu d'échecs occidental, et opposant deux joueurs.

Théâtre Nô : le Nô est un des styles traditionnels de théâtre japonais, venant d'une conception religieuse et aristocratique de la vie.

Web 2.0 : le Web 2.0 se réfère à la seconde génération de communautés et de services en ligne tels que des réseaux sociaux, des blogs ou des wikis qui visent à faciliter la collaboration et le partage entre les internautes.

Contacts

SEFA S.A.R.L

Japan Expo, le Festival des Loisirs Japonais

6 rue du Maréchal Masséna

77340 Pontault-Combault

FRANCE

Jean-François Dufour

Président du Festival

jfdufour@sefa-event.com

+ 33 6 21 10 67 63

Thomas Sirdey

Vice-Président

en charge du Marketing et de la Communication

tsirdey@sefa-event.com

+ 33 6 17 81 38 09

Sandrine Dufour

Vice-présidente, en charge des Exposants,
notamment boutiques et associations

sdufour@sefa-event.com

+ 33 6 16 41 47 05

Samantha Bourgis

Chargée de Communication

sbourgis@sefa-event.com

+ 33 6 16 41 46 68

Florent Dautriche

Responsable Commercial
en charge des éditeurs et nouveaux marchés

fdautriche@sefa-event.com

+ 33 6 16 41 46 69

Pierre Renaud

Chargé de Communication Internet

prenaud@sefa-event.com

Damien Sabatier

Responsable Technique Exposants

dsabatier@sefa-event.com

+ 33 6 16 52 43 35

Cyril Grillon

Directeur, en charge du Contenu

cgrillon@sefa-event.com

+ 33 6 16 52 40 23

Romain Dasnoy

Chargé de Contenu

rdasnay@sefa-event.com

+ 33 6 16 52 39 43

Antoine Samson

Responsable Technique Contenu

asamson@sefa-event.com

+ 33 6 16 41 46 06

Jérémy Le Bricquer

Service Comptabilité

jlebricquer@sefa-event.com

+ 33 1 60 06 32 76

Laura Goncalves

Service PAO

lgoncalves@sefa-event.com

+ 33 1 60 06 32 76

Ils nous font confiance:

9ÈME DIMENSION, AAFDP, ABYSS, ABYSSE CORP, ACBD, ACTUA BD, AIKOUDOU, AIR FRANCE, AK VIDEO, AKIZA, ALBUM, ALGONQUINS, ALLIANCE SLAYRIK, AMAETA'S DESIGN, ANDORPHYNE, ANI GETTER, ANIMA, ANIMANGA, ANIMELAND, ANKAMA, APOCRYPHES INTERDITS, APPARE! JAPAN, ASIAN ALTERNATIVE, ASIAN DOLLS, ASIAN QUEST, ASPTT ORLEANS KARATE, ASSOCIATION DES AMITIES ASIATIQUES, ASSOCIATION KEJHIA, ASUNAROSYA - G-MIX CO., LTD, ATARI, ATELIER MANDA, AUTREMENT LE JAPON, BABYTHE STARS SHINE BRIGHT - ALICE AND THE PIRATES, BAKAYARO, BANDAÏ, BAZAR DU BIZARRE, BEACH BOY BLUES, BEEZ, BISHII SANCTUARY, BIYOBIYO, BJD EXPO, BLACK COOKIES, BLACK PEACE NOW, BLACKCAT, BODDYWOOD, BONG!, BURDA INTERACTIVE, COM ÇA, CARTOON PASSION, CASPER JOHN, CASTERMAN, CENTRAL CITY, CHASSEURS DE LA VILLE, CHIBIMAG, CHRYSANTHEME, CLAUDE YOSHIZAWA, CLUB AUTO CONCEPT, COMITÉ NATIONAL DE KENDO, CORNER - HAPPY GOODIES, COSPA - ENTERBRAIN, COSWORLD, COYOTE, CRASH, DAMNED !, DE FILLES EN AIGUILLES..., DECLIC IMAGES, DELCOURT-AKATA, DELETER, S.E. INC., DESIGNERTYOZ, DIGICLUB, DIORAMA PROJECT 2007, DISCOUNT MANGA, DOKI-DOKI, DOYOE, DRAGONFLEYES, DVDRAAMA, DYBEX, EDLES, E-FRONTIER, ENCHANTEMENT, ENTRAVO, EPITANIME, ESPACE JAPON, EURASIAM - YUTAKA, EYROLLES, EPS, FAHR SINDRAM, FANTASY MOVIES, FANZINE MATSURI, FÉDÉRATION FRANÇAISE DE SHOJI, FÉDÉRATIONS FRANÇAISE DE KUNG FU MANDCHOU, FNAC, FREE LANCE, FRUITS BASKET BOOK, FULL FX - COMIC BOX, FURYO FANZINE, GAME ONE, GAMERS - ANIMANGA, GENTARO ARAKI WORKS, GLÉNAT, GLOBAL, GLOBAL ANIME, GLP'C, GOA, GREEN ELVEN STUDIO, HAGALAZ, HANAMI, HAPPY PRINCESS, HARAJUKU, HIDEO MANGA SHOP, HIRAISHI OFFICE, HYBRID, ICWA, IKITABI BY TRAZITA, IKKI, IMAGIN'ERES, IMHO, INFRA-TEAM, INSTITUT FRANÇAIS DE SHIATSU, INSTITUT JAPONAIS, JAME, JAPAN AIRLINES, JAPAN HOUSE, JAPAN VIBES, JAPANESE STORIES, JAPMANGAFRANCE, J-MUSIC DISTRIBUTION, JUBII, JUMP, JUN PLANNING CO., INC., KAMI, KAMILOKA, KANA, KAWAII ATTITUDE, KAWAIKO, KAZE, KI-0ON, KIT'S LAND, KIWEE, KODATI SANNTOURYU, KONCI, KOONAMIK, KOSMIC KACTOVS, KUROKAWA, LA CASTE MANGA, LAFORET HARAJUKU, LAPINOULOSE, L'ATELIER DU PORING, LAURA EN ERYN, LE CRAYON BLANC, LE MOUV', LE TROISIEME CEIL, LELAHÉL, LEMON SQUASH, LES ALFES BLANCS, LES ENFANTS DU SOLEIL, LES RAT'CROBATES, LI-CHII, LIGUE DE GO, LORD ILLUSTRATIONS, L'UNIVERS DU BONBON, LYCOS, MANGA CAFÉ, MANGA DISTRIBUTION, MANGA KIDS, MANGA NENDAI, MANGA POP, MANGA SANCTUARY, MANGA'CHRIS - VANICATE CHRISTINE, MANGANATION, MANGAS FANTAISIE, MANGASHOPEU, MANGASTYL'E-KAKI, MANGATEC, MAPLE & COSMODE, MASKOT, MELUZINE, MICROSOFT, MILAN, MIYAKODORI, MOS.COM, MONKEY FACTORY, MTV, NAPEE, NEKOMORI, NEKOWEAR, NEKOZUMIX, NEMESIS, NEMESISSEMENT VOTRE, NÉO-ARCADIA, NEW CITY GAMES, NINTENDO FRANCE, NIPPON KODO - TIERRA ZEN, NIPPONSPIRIT.COM, NO LIFE, NONSENSE, NOODLES, NO-XICE, OBSIDIURNE, OFFICE NATIONAL DU TOURISME JAPONAIS, ONE SHOT MANGA, ORGAMES, ORPHEELIN, PANINI, PAQUET, PARIS VISUAL PROD - RADIO NOZOMI, PERFECT CUSTOM & CAPUCIN TEAM FUSION, PHOSPHORE, PIKA EDITION, PIN 'K' UP, PIXTIM, PLUSH & CO, PODRIM TOKU CLUB, PURES ET INNOCENTES, RAXXON, RED EYES - TOKIDOKI, ROLE PLAYING GAME, SAMOURAI ZEN & CULTURE, SAMURAI ROCK, SCYTHE, SEEBD, SEIRYU TEIEN, SERIAL BAMBOO, SHINYSHUNTERS, SHMUP, SHO-GAMES LEAGUE, SHOGUN, SHORINJI KEMPO AOSAKA CLUB NEUILLY, SODAN, SOLEIL, SOLEIL SOMBRE, SOUNDLICKIOUS, SPACE SHOWER TV, STUDIO AVALON, STUDIO BUTTER FLIES, STUDIO DAYDREAM, STUDIO KHARAINS, STUDIO MADRAWERS, STUDIO MELINDRA, STUDIO PLUME, STUDIO YOU, S-UNG, SUSHY HOUSE, T@TSU, TACNA - DREAMARROW, TAI YOU, TAÏFU COMICS, TAKAMURA-STORE, TEAM ADVANCE, TELERAMA, TENGUMI, THE «O» SHOP, THE CHAMALLOW, THE EDGE - DRAGON MAGAZINE, TOKYO TOYS, TONKAM, TOXIC STORE, TOYSTAR, TSUBASA, TSURU, TVHLAND, ULYSSE, UMISEN-YAMASEN, UNE CASE EN MOINS, UNIVERSITÉ TOYO, UPPER DECK, VISUAL DAÏ, WACOM EUROPE GMBH, WASABI RECORDS, WAT, WATER LILY ISLAND, WAVE RAGE STUDIO, WORLD COSPLAY SUMMIT, WORLD OF WARCRAFT, XIAO PAN, YATOSA, YODOYA MATSURI, YUM YUM STUDIO