



Les Américains

- Population totale: **316,1 millions d'habitants**
- Taux de croissance économique: **+1,9 %**
- Taux de change moyen: **1 EUR = 1,33 USD**; variation 2013/2012: **+3,3 %**
- Taux de chômage: **7,4 %**
- Taux d'inflation: **+1,5 %**

Sources: U.S. Census Bureau, Banque de France, FMI.

- 85,9 %** des touristes sont venus en avion.
- 14,1 %** des touristes sont venus en train.

Les transports routiers ne sont pas comptabilisés dans les enquêtes.



Quel profil ?

Les visiteurs américains ont un âge moyen (45 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (40 ans). Ils appartiennent pour plus de la moitié (51,3 %, +9,0 points) aux PCS¹. Ils proviennent en majorité de Californie (20,5 %), de New York/Boston (15,7 %) et de l'axe Pennsylvanie, Ohio, Michigan, Illinois (12,0 %).

¹ Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

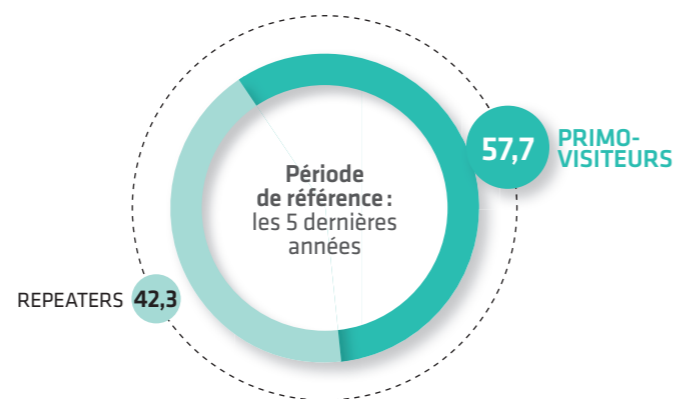
Quel type de voyage ?

Près de 8 visiteurs sur 10 (79,4 %, +7,9 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (32,4 %, +4,8 points), seuls (24,1 %, -8,3 points) ou en famille (22,8 %, +0,8 point). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour dans plus de la moitié des cas (53,0 %, -17,0 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 30,9 % (+10,6 points) et d'un circuit France pour 21,6 % (+8,9 points). Les Américains voyagent en individuel non organisé pour 79,7 % (-0,2 point). Ils sont 11,6 % (-2,1 points) à opter pour un séjour en individuel organisé et 8,7 % (+2,4 points) à préférer les groupes organisés.

Quel hébergement ?

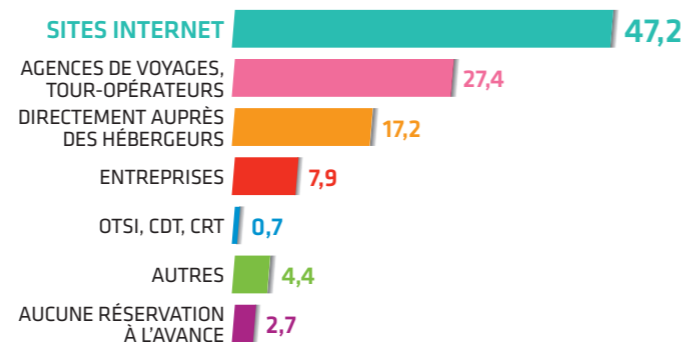
Plus de 8 séjours sur 10 (85,9 %, +3,0 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 71,5 % (moyen de gamme pour 56,7 % et haut de gamme pour 35,6 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (7,3 %). Les résidences principales d'amis (5,0 %), de parents (2,9 %) et les échanges d'appartements (2,3 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

UNE MAJORITÉ DE PRIMO-VISITEURS AMÉRICAINS À PARIS ÎLE-DE-FRANCE (EN %)



La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 56,1 % de repeaters et de 43,9 % de primo-visiteurs.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDERANT (EN %)



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

À l'étape de la préparation du voyage, les Américains favorisent également Internet (46,5 %, -2,8 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (24,1 %, -1,9 point).

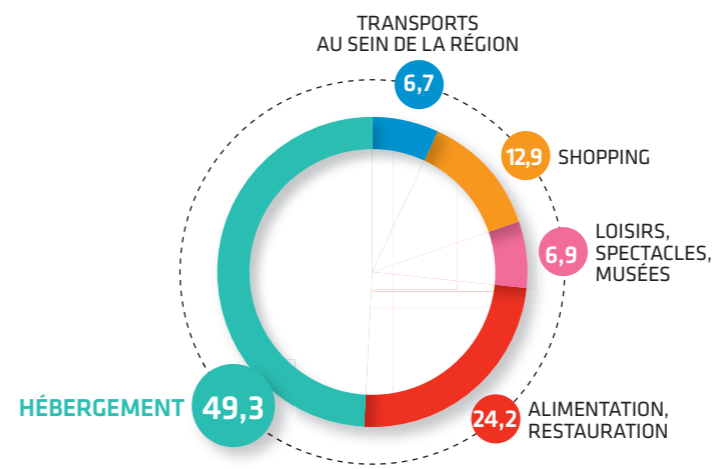
Quelles activités ?

Les Américains sont particulièrement intéressés par la visite de parcs et jardins (47,6 %, +12,9 points), la découverte de la gastronomie (47,7 %, +12,1 points), les marchés et brocantes (32,2 %, +10,0 points) et les visites guidées de quartier (16,1 %, +8,1 points). Ils apprécient également les visites de musées et monuments (95,3 %, +7,6 points) ainsi que la découverte des villes (77,5 %, +7,3 points). Il est peu d'activités qu'ils pratiquent moins que les autres visiteurs, excepté les visites de parcs d'attractions (6,1 %, -10,9 points).

Quels sites visités ?

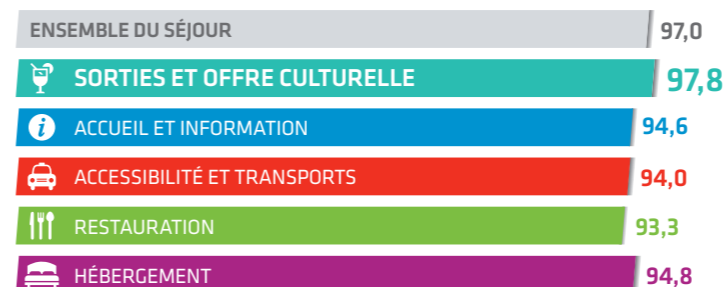
« Top 5 » des lieux les plus visités: la tour Eiffel (76,1 %), Notre-Dame de Paris (75,5 %), le musée du Louvre (64,7 %), l'Arc de triomphe (62,3 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (40,9 %). Les Américains sont particulièrement nombreux à visiter le musée d'Orsay (39,7 %, +15,7 points), Notre-Dame de Paris (+15,5 points), le musée du Louvre (+9,7 points), le château de Versailles (26,2 %, +9,2 points) et la tour Eiffel (+7,8 points). En revanche, ils fréquentent moins Disneyland® Paris (4,6 %, -10,3 points), le centre Pompidou (16,7 %, -3,4 points), la Grande Arche de La Défense (6,2 %, -3,0 points) et le Sacré-Cœur de Montmartre (-2,0 points).

PRÈS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES DES AMÉRICAINS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT (EN %)



Les Américains, dont la dépense moyenne par jour et par personne est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important à l'hébergement (+7,1 points) et moins important au shopping (-6,6 points).

DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, EN PARTICULIER DES SORTIES ET DE L'OFFRE CULTURELLE (EN %)*



* % satisfaits et très satisfaits.

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues: 94,3 %.

Les données exprimées en « points » sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train.

Sources: dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports et dans les trains - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD (BVA) - résultats 2013.

SUGGESTIONS

- Adapter le discours à une clientèle plus âgée, plus aisée, à la recherche de culture et d'événementiel.
- Continuer les efforts en matière d'hébergement, notamment pour le secteur du haut de gamme auquel les Américains ont davantage recours.
- Porter une attention particulière aux voyageurs en couple.

L'essentiel

- 1 703 000 séjours** soit 11,3 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 10 750 000 nuitées** soit 13,1 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 6,3 nuits** en moyenne.
- 42,3 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 91,3 %** voyagent en individuel.
- 79,4 %** voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 160 €** de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 97,0 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 97,6 %** recommanderaient la destination à leur entourage.
- 41,5 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.