

LES CANADIENS

76,5 %
des touristes
sont venus en avion

17,0 %
des touristes
sont venus en train

6,5 %
des touristes
sont venus par la route

> Population totale : **35,5 millions** d'habitants
> Taux de croissance économique : **+1,2 %**
> Taux de change moyen : **1 EUR = 1,42 CAD** ;
variation 2015/2014 : **-3,2 %**

> Taux de chômage : **6,9 %**
> Taux d'inflation : **+1,1 %**

Sources : BCE, Banque mondiale, FMI.



50,7 %
REPEATERS
49,3 %
PRIMO-VISITEURS

La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 58,1% de repeaters et de 41,9% de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDERANT



50,6 %
Sites Internet



27,3 %
Agences de voyages, tour-opérateurs



15,0 %
Plateformes de réservation entre particuliers



9,1 %
Directement auprès des hébergeurs



8,1 %
Entreprises



1,0 %
OTSI, CDT, CRT



2,7 %
Autres



0,7 %
Aucune réservation à l'avance

À l'étape de la préparation du voyage, les Canadiens favorisent également Internet (56,0%, +0,4 point), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (22,0%, +0,7 point) ainsi que le bouche-à-oreille (15,5%, +5,9 points).

Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs canadiens ont un âge moyen (43 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils appartiennent pour 36,4% (+0,4 point) aux PCS⁽¹⁾, pour 17,8% (+9,8 points) à la catégorie des retraités et pour 17,0% (-8,8 points) à celle des employés.

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

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus de 8 visiteurs sur 10 (80,8%, +7,3 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (34,2%, +7,6 points), seuls (26,5%, -0,3 point) ou en famille (18,2%, -7,3 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 45,8% (-20,5 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour 31,1% (+15,3 points) et d'un circuit France pour 28,3% (+8,1 points). Les Canadiens voyagent en individuel non organisé pour 82,1% (-0,1 point). Ils sont 9,7% (-1,1 point) à opter pour un séjour en individuel organisé tandis que 8,2% (+1,1 point) préfèrent les groupes organisés.

QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de 8 séjours sur 10 (84,5%, +0,4 point) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 61,6% (moyen de gamme pour 59,9% et haut de gamme pour 36,0%), les meublés et locations saisonnières (10,7%) ainsi que les résidences hôtelières (6,3%). Les résidences principales d'amis (6,3%) et de parents (5,6%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (92,4%), la découverte des villes (79,3%) et le shopping (49,5%). Les Canadiens sont particulièrement intéressés par la découverte de la gastronomie (46,0%, +8,9 points), des nouveaux quartiers branchés (26,0%, +7,8 points) et des villes (+7,8 points). Ils se consacrent également davantage aux marchés et brocantes (31,2%, +6,8 points), aux visites des parcs et jardins (45,4%, +6,7 points) ainsi que des musées et monuments (+5,8 points). Ils sont en revanche moins intéressés par les parcs d'attractions (12,6%, -14,0 points) et les sorties nocturnes (16,7%, -2,9 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (68,7%), Notre-Dame de Paris (61,8%), l'Arc de triomphe (56,5%), le musée du Louvre (50,9%) et le Sacré-Cœur de Montmartre (35,8%). Ils sont plus nombreux à visiter les sites du "top 5", particulièrement Notre-Dame de Paris (+8,7 points) et l'Arc de triomphe (+5,7 points). Ils visitent aussi davantage le château de Versailles (18,5%, +4,8 points) et le musée d'Orsay (25,0%, +4,6 points). En revanche, ils visitent moins Disneyland® Paris (3,6%, -13,4 points), le centre Pompidou (13,9%, -3,5 points) et le Sacré-Cœur de Montmartre (-2,8 points).



DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'OFFRE CULTURELLE⁽¹⁾



96,3 %
Ensemble du séjour



96,8 %
Sorties et offre culturelle



94,2 %
Accessibilité et transports



91,5 %
Hébergement



91,1 %
Accueil et information

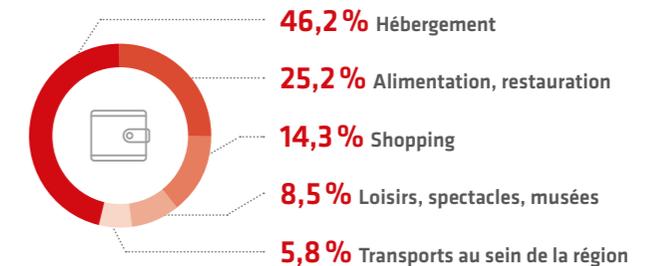


89,5 %
Restauration

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 94,5%.

(1) % satisfaits et très satisfaits.

PRÈS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES DES CANADIENS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Canadiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne (148 €) est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles (153 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+2,9 points) et à la restauration (+2,4 points) et moins importante au shopping (-5,1 points).

À RETENIR <

- > **477 000 séjours** soit 2,5% des séjours de la clientèle internationale
- > **2 462 000 nuitées** soit 2,9% des nuitées de la clientèle internationale
- > **5,2 nuits** en moyenne
- > **50,7 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France

- > **91,8 %** voyagent en individuel
- > **80,8 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- > **148 €** de dépense moyenne par jour et par personne

- > **764 €** de budget moyen du séjour par personne
- > **96,3 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- > **44,2 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

NOS SUGGESTIONS <

- > Porter une attention particulière aux voyageurs en couple
- > Proposer des activités sur la thématique de la gastronomie
- > Répondre aux exigences de cette clientèle, davantage à la recherche de meublés et locations saisonnières