



Population totale	8,4 millions d'habitants
Taux de croissance économique	+1,1 %
PIB/habitant	79 888 USD
Taux de change	1 EUR = 1,11 CHF variation 2017/2016 : +2,0 %
Taux de chômage	3,2 %

LES SUISSES

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs suisses ont un âge moyen (40 ans) légèrement supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (39 ans). Les principales catégories socio-professionnelles sont les PCS+¹ (33,7 %, +1,4 point), les employés (31,3 %, +3,9 points) et les professions intermédiaires (8,3 %, -1,1 point). Ils proviennent principalement des cantons de Genève (22,3 %), Vaud notamment de Lausanne (20,2 %), Zürich (19,0 %) et Neuchâtel (6,5 %).

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus des trois quarts des Suisses (77,7 %, +3,4 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en couple (29,3 %, +3,4 points), seuls (27,5 %, +2,1 points) ou en famille (26,3 %, +0,6 point). Ils voyagent principalement en individuel non organisé (95,9 %, +6,9 points). Ils sont 2,5 % (-2,7 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise, 1,2 % (-2,3 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur et 0,5 % (-1,9 point) à préférer les groupes organisés.

QUEL HÉBERGEMENT ?

Près de 7 séjours sur 10 (68,2 %, -14,4 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 54,2 % (38,0 % en 3 étoiles et 45,6 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (4,2 %) ainsi que les résidences hôtelières (3,7 %). Les résidences principales de parents (12,4 %) et d'amis (10,2 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (73,8 %), les promenades en ville (70,5 %) et le shopping (45,2 %). Les Suisses apprécient davantage les événements culturels (17,7 %, +5,0 points) ainsi que les spectacles et concerts (9,5 %, +4,4 points). En revanche, ils sont moins intéressés par la gastronomie française (30,8 %, -13,8 points), les visites de parcs et jardins (42,3 %, -13,3 points), les parcs d'attractions (14,4 %, -9,6 points), les croisières fluviales (7,2 %, -9,4 points), les visites guidées de quartiers (1,8 %, -9,2 points) et celles des musées et

monuments (-8,7 points). Ils sont également moins attirés par les promenades en ville (-4,2 points), le shopping (-3,9 points) ou les marchés et brocantes (12,0 %, -3,6 points).

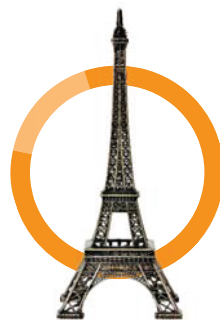
QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (39,1 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (30,1 %), l'Arc de triomphe (29,8 %), Notre-Dame de Paris (28,8 %) et le musée du Louvre (27,3 %). Ils sont moins nombreux à visiter certains "classiques" comme la tour Eiffel (-24,6 points), le musée du Louvre (-22,4 points), Notre-Dame de Paris (-21,8 points), l'Arc de triomphe (-19,6 points) et le Sacré-Cœur de Montmartre (-8,8 points). Ils se rendent également moins au musée d'Orsay (11,3 %, -8,7 points), à Disneyland® Paris (10,1 %, -8,4 points), au château de Versailles (7,5 %, -6,3 points) ainsi qu'au musée de l'Armée (2,3 %, -4,2 points). En revanche, ils visitent davantage le musée du quai Branly - Jacques Chirac (6,5 %, +4,3 points).

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



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	21,9%	45,6%	32,5%
Départ	26,8%	37,5%	35,7%

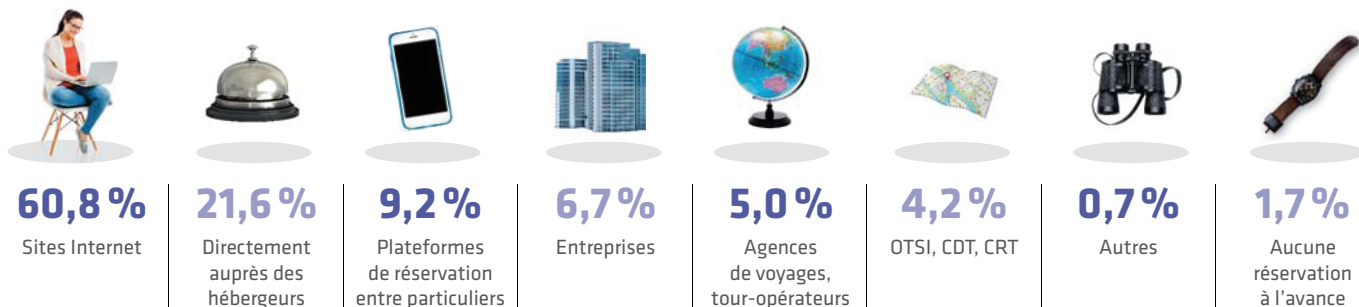


83,6%
Repeaters

16,4%
Primo-visiteurs

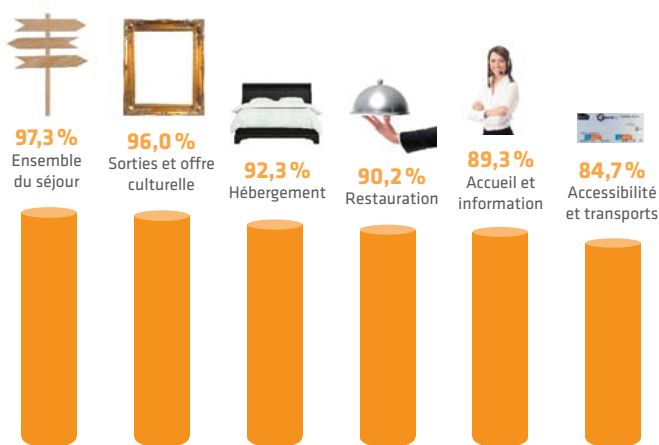
La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,2% de repeaters et de 40,8% de primo-visiteurs.
Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



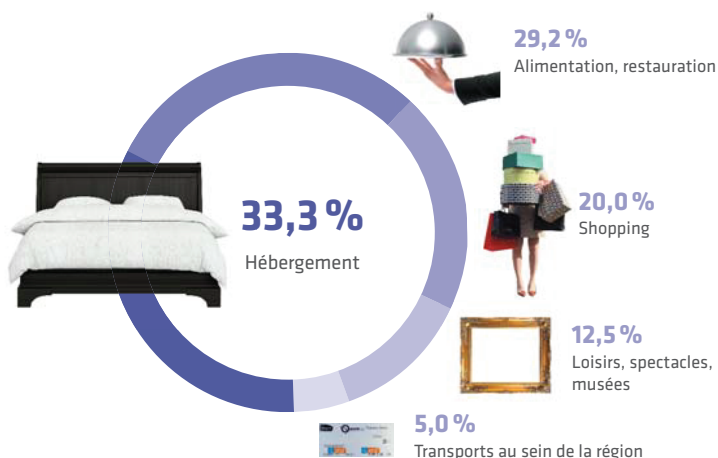
À l'étape de la préparation du voyage, pour s'informer, les Suisses favorisent également Internet (65,0%, +11,4 points), devant les hébergeurs en direct (15,7%, +5,3 points). Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE TRANSPORTS



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 94,2%.

PRÈS DE 30% DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À LA RESTAURATION



Les Suisses, dont la dépense moyenne par jour et par personne (135 €) est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (142 €), accordent une part plus importante de leur budget à la restauration (+5,2 points) et aux loisirs (+2,8 points) et moins importante à l'hébergement (-8,2 points).

À retenir

- **550 000 séjours**, soit 2,7% des séjours de la clientèle internationale
- **1 798 000 nuitées**, soit 1,9% des nuitées de la clientèle internationale
- **243 millions d'euros** de consommation touristique, soit 1,8% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **3,3 nuits** en moyenne
- **83,6%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **95,9%** voyagent en individuel non organisé
- **77,7%** voyagent pour motifs personnels uniquement

Nos suggestions

- Informer régulièrement de l'actualité événementielle de la destination, levier important de revisite pour cette clientèle
- Accorder une attention particulière à la propreté, aspect particulièrement sensible pour les Suisses
- Proposer une offre d'hébergement de qualité à cette clientèle qui a recours en proportion très importante aux hôtels haut de gamme
- **441€** de budget moyen du séjour par personne
- **97,3%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **70,1%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans