



Population totale
325,7 millions d'habitants

Taux de croissance économique
+2,9 %

PIB/habitant
59 532 USD

Taux de change moyen
1 EUR = 1,18 USD
variation 2018/2017 : +4,5 %

Taux de chômage
3,9 %

LES AMÉRICAINS

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs américains ont un âge moyen (42 ans) légèrement supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont issus des CSP+¹ pour 37,1 % (+3,4 points). 19,2 % (-7,6 points) sont employés et 13,5 % (+4,1 point) sont issus des professions intermédiaires. Les retraités sont plus nombreux comparativement à l'ensemble des touristes internationaux (10,7 %, +4,3 points). Ils proviennent principalement de Californie (17,6 %), de New York (10,1 %), du Texas (8,2 %), de Floride (5,5 %) et du Massachusetts (5,3 %).

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus de 8 visiteurs sur 10 (83,4 %, +8,1 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (30,4 %, +3,8 points), en famille (24,4 %, -2,2 points) ou seuls (20,8 %, -4,4 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour pour 51,8 % des touristes (-20,4 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 31,0 % (+12,5 points) et d'un circuit France pour 22,7 % (+10,1 points). Les Américains voyagent en individuel non organisé pour 85,0 % (+4,9 points). Ils sont 5,7 %

(+0,6 point) à opter pour les groupes organisés, 5,3 % (-1,5 point) à préférer un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur, et 4,1 % (-4,0 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise.

QUEL HÉBERGEMENT ?

9 séjours sur 10 (90,0 %, +7,9 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 60,5 % (50,2 % en haut de gamme et 41,5 % en 3 étoiles), les meublés et locations saisonnières (18,8 %) ainsi que les résidences hôtelières (3,7 %). Les résidences principales d'amis (4,5 %) et de parents (3,6 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (93,7 %), les promenades en ville (91,9 %) ainsi que les visites de parcs et jardins (73,6 %). Les Américains sont particulièrement intéressés par les visites de parcs et jardins (+19,7 points), les promenades en ville (+17,1 points), la gastronomie française (61,3 %, +14,7 points) ainsi

que les marchés et brocantes (27,3 %, +12,0 points). Ils apprécient également les visites de musées et monuments (+9,7 points), les croisières fluviales (22,4 %, +8,2 points), le shopping (55,9 %, +7,2 points), les visites guidées de quartiers (17,2 %, +7,0 points) ainsi que les événements culturels (15,5 %, +3,0 points). Il est peu d'activités qu'ils pratiquent moins que les autres excepté les parcs d'attractions (10,3 %, -13,7 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (76,7 %), Notre-Dame de Paris (69,5 %), le musée du Louvre (64,6 %), l'Arc de triomphe (54,8 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (37,5 %). Les Américains sont particulièrement nombreux à visiter Notre-Dame de Paris (+19,0 points), le musée du Louvre (+14,3 points), le musée d'Orsay (33,1 %, +13,6 points), la tour Eiffel (+11,9 points), le château de Versailles (22,0 %, +7,2 points), l'Arc de triomphe (+6,7 points) ainsi que le musée national Picasso-Paris (9,7 %, +3,8 points). En revanche, ils fréquentent moins Disneyland® Paris (7,1 %, -11,4 points) ou la Grande Arche de La Défense (3,5 %, -3,2 points).

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



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	61,6 %	24,3 %	14,1 %
Départ	85,4 %	11,2 %	3,4 %

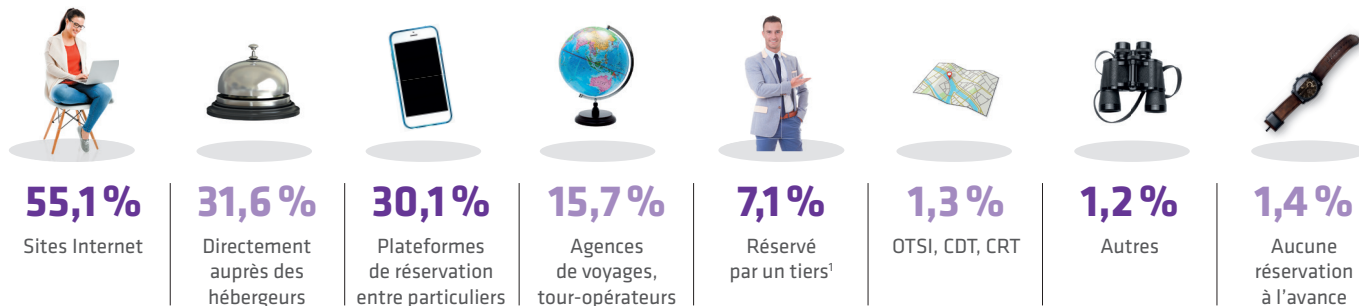


42,4 %
Repeaters

57,6 %
Primo-visiteurs

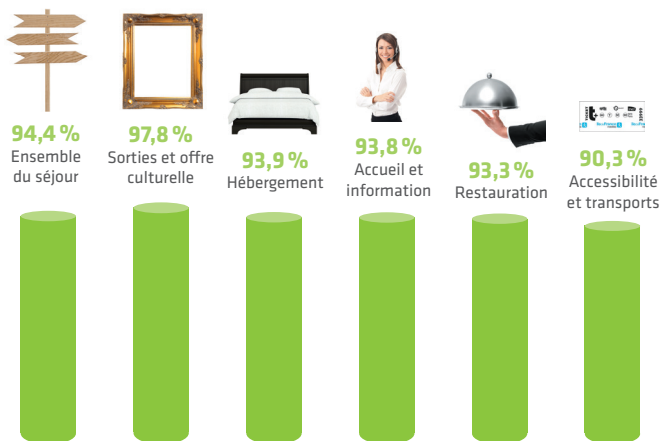
La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,7% de repeaters et de 40,3% de primo-visiteurs.
Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



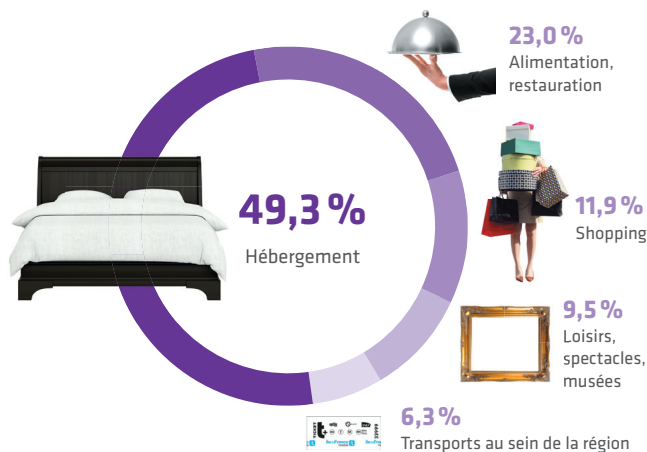
Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.
1 - Entreprises, parents, amis.

DES TOURISTES SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'OFFRE CULTURELLE



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 93,0 %.

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



Les Américains, dont la dépense moyenne par jour et par personne (166 €) est nettement supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (139 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+5,0 points) et moins importante au shopping (-4,3 points).

À retenir

- 2 379 000 séjours, soit 10,7% des séjours de la clientèle internationale
- 12 445 000 nuitées, soit 12,2% des nuitées de la clientèle internationale
- 2,1 milliards d'euros de consommation touristique, soit 14,5% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- 5,2 nuits en moyenne
- 42,4% sont déjà venus à Paris Île-de-France
- 85,0% voyagent en individuel non organisé
- 83,4% voyagent pour motifs personnels uniquement

Nos suggestions

- Soigner l'accueil et faire preuve de proactivité à l'égard de cette clientèle, plus âgée et plus aisée, qui apprécie particulièrement la qualité du service
- Valoriser l'art de vivre à la française : la gastronomie, la culture et l'œnologie
- Communiquer via les canaux numériques et notamment sur les réseaux sociaux
- 867€ de budget moyen de séjour par personne
- 94,4% 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