

LA CLIENTÈLE BRITANNIQUE
venue en avion et en train

Population totale : 62,0 millions d'habitants
Taux de croissance économique : +1,3 %
Taux de change moyen : 1 € = 0,86 £ ; variation 2010/2009 : -3,7 %
Taux de chômage : 7,8 %
Taux d'inflation : +3,3 %

Sources : Eurostat, Banque de France.



Quel profil ?

Les Britanniques ont un âge moyen (41 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (40 ans).

Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures¹ pour plus de la moitié d'entre eux (51,3 %, +6,7 points). Près de 8 visiteurs sur 10 (78,7 %) viennent d'Angleterre : parmi eux, 32,7 % viennent du Grand Londres, 29,9 % du Sud de l'Angleterre (Southampton, Bristol), 16,7 % du Nord (Manchester, Leeds, Liverpool) et 13,1 % du Centre (Birmingham, Nottingham).

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

Une majorité de repeaters britanniques à Paris Île-de-France



Période de référence : les 5 dernières années.
La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 56,6 % de repeaters et de 39,8 % de primo-visiteurs (3,6 % de non-réponse).

Quel type de voyage ?

Près des trois quarts (74,0 %, +3,3 points) voyagent pour motifs personnels. Ils viennent en couple (35,8 %, +7,5 points) ou seuls (25,4 %, -8,9 points).

Plus des trois quarts (75,7 %, +1,5 point) voyagent en individuel non organisé. Ils sont 18,2 % (-2,1 points) à voyager en individuel organisé et 6,2 % (+0,5 point) à voyager en groupe organisé.

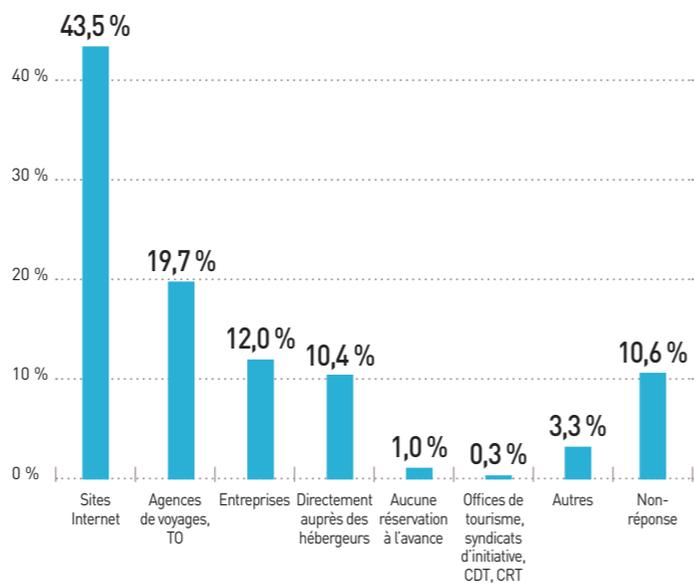
Quel hébergement ?

Près de 9 séjours sur 10 (88,6 %, +7,3 points) ont lieu en hébergements marchands.

Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 82,7 % (moyen de gamme pour 64,5 % et haut de gamme pour 31,2 %), les résidences hôtelières (2,6 %) ainsi que les hébergements pour jeunes (1,7 %).

Les résidences principales d'amis (5,4 %), de parents (3,3 %) et les résidences secondaires de parents ou d'amis (1,0 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

Pour réserver, Internet joue un rôle prépondérant



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.
À l'étape de la préparation du voyage, les Britanniques favorisent également Internet (46,8 %, +5,1 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (19,8 %, -4,6 points) ainsi que les entreprises (12,4 %, +0,7 point).

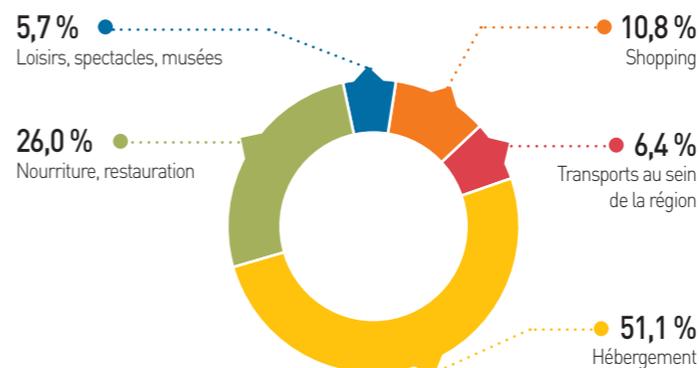
Quelles activités ?

Les Britanniques réalisent globalement moins d'activités que les autres clientèles, excepté les visites de parcs d'attractions (10,6 %, +3,6 points). Ils visitent moins de parcs et jardins (23,5 %, -14,5 points), de marchés et brocantes (13,6 %, -14,2 points). Ils sont moins attirés par le shopping (33,8 %, -14,1 points), les sorties nocturnes (12,9 %, -10,7 points), la découverte de la gastronomie (28,6 %, -9,6 points), la découverte des villes (64,3 %, -8,6 points) ainsi que la visite de musées et monuments (84,4 %, -5,9 points).

Quels sites visités ?

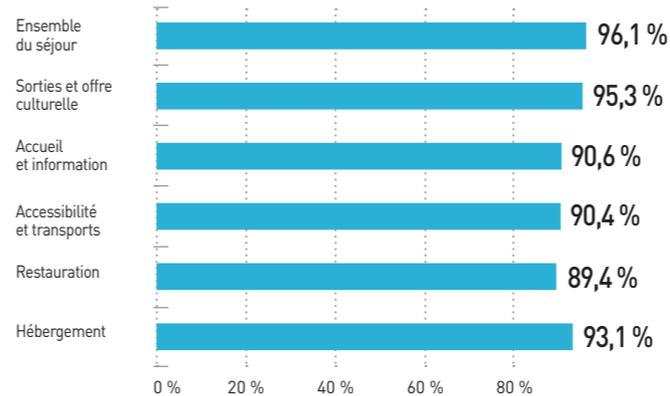
"Top 5" des lieux les plus visités : Notre-Dame de Paris (47,6 %), la tour Eiffel (47,5 %), l'Arc de triomphe (39,6 %), le musée du Louvre (38,5 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (28,4 %). S'ils réalisent globalement moins de visites que les autres clientèles (et en particulier les sites du "top 5"), ils se rendent en revanche un peu plus à Disneyland® Paris (18,8 %, +2,6 points).

Plus de la moitié des dépenses des Britanniques consacrées à l'hébergement



Les Britanniques, 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 (+9,3 points) ainsi qu'à la restauration (+3,1 points) et moins important au shopping (-10,8 points).

Des touristes très satisfaits, en particulier de l'hébergement et de l'offre culturelle*



*% satisfaits et très satisfaits.
Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 95,0 %.

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'enquête dans les aéroports et dans les trains - CRT Paris Île-de-France, ADP, SVD (BVA) - résultats 2010.

62,5 % sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années

60,3 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

L'ESSENTIEL

- 1 219 000 séjours soit 8,8 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train (↘ 9,0 % par rapport à 2009).
- 3 716 000 nuitées soit 5,3 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train (↘ 18,7 % par rapport à 2009).
- 3,0 nuits en moyenne (↘ 0,4 nuit par rapport à 2009).
- 62,5 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 93,8 % voyagent en individuel.
- 74,0 % voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 138 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 96,1 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 96,6 % recommanderaient la destination à leur entourage.
- 60,3 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.