

LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES VENUES EN AVION ET EN TRAIN

LES ALLEMANDS

Population totale : 81,8 millions d'habitants
 Taux de croissance économique : +3,0 %
 Taux de chômage : 5,9 %
 Taux d'inflation : +2,5 %

Source : Eurostat.



Quel profil ?

Les visiteurs allemands ont le même âge moyen que l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (39 ans).

Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures¹ pour plus de 4 visiteurs sur 10 (41,4 %, -4,7 points) et sont employés pour 24,7 % (+5,4 points). Ils proviennent essentiellement de Rhénanie du Nord Westphalie (24,4 %), de Bavière (13,1 %), du Bade-Wurtemberg (11,6 %), de Hesse (7,4 %) et de Berlin (6,7 %).

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

Quel type de voyage ?

Plus des deux tiers (69,3 %, -1,0 point) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent seuls (37,3 %, +3,4 points) ou en couple (28,4 %, +0,7 point).

Ils voyagent en individuel non organisé pour 83,5 % (+5,2 points). 14,4 % voyagent en individuel organisé (-2,2 points) et 2,1 % seulement optent pour les groupes organisés (-3,0 points).

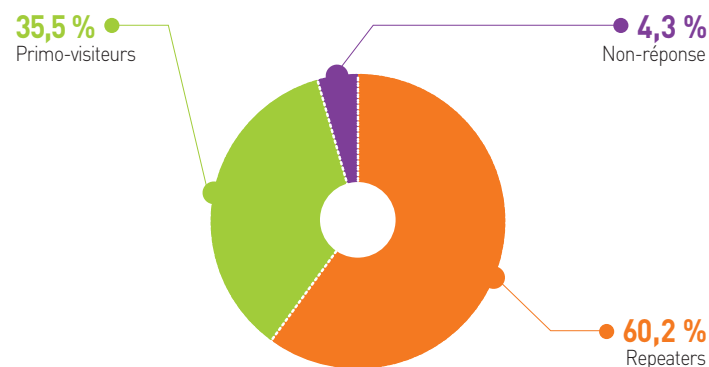
Quel hébergement ?

Plus de 8 séjours sur 10 (81,7 %, +0,1 point) ont lieu en hébergements marchands.

Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 74,2 % (moyen de gamme pour 70,7 % et haut de gamme pour 23,0 %), les meublés et locations saisonnières (2,5 %), les hébergements pour jeunes (2,2 %) ainsi que les résidences hôtelières (1,8 %).

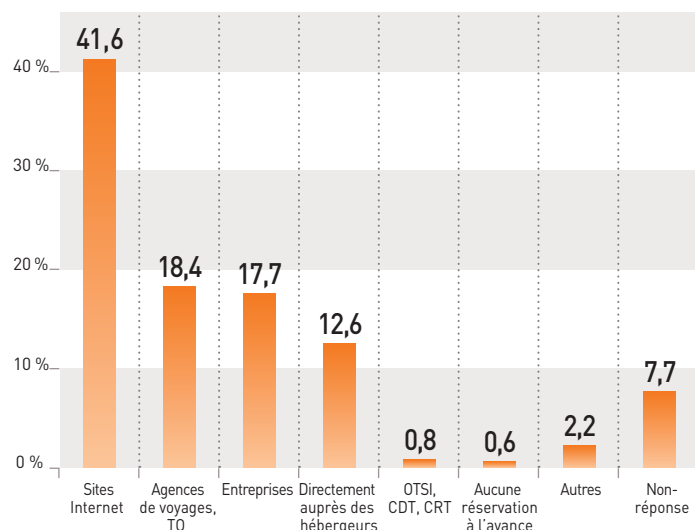
Les résidences principales d'amis (7,5 %), de parents (5,4 %) ainsi que les résidences secondaires de parents ou d'amis (2,6 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

UNE MAJORITÉ DE REPEATERS ALLEMANDS À PARIS ÎLE-DE-FRANCE



Période de référence : les 5 dernières années.
 La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 55,8 % de repeaters et de 41,0 % de primo-visiteurs (3,2 % de non-réponse).

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



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.
 À l'étape de la préparation du voyage, les Allemands favorisent également Internet (47,2 %, +0,9 point), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (17,8 %, -6,9 points) et les entreprises (17,4 %, +7,4 points).

Quelles activités ?

Les Allemands sont particulièrement attirés par la découverte de nouveaux quartiers branchés (18,9 %, +5,1 points) et les sorties nocturnes (23,0 %, +1,5 point). En revanche, ils se consacrent moins au shopping (38,4 %, -9,0 points), à la visite de marchés et brocantes (17,9 %, -6,6 points) et à celle de parcs d'attractions (11,0 %, -6,5 points). Ils sont également moins intéressés par la visite de parcs et jardins (34,3 %, -3,2 points) et les visites guidées de quartiers (3,5 %, -3,0 points).

Quels sites visités ?

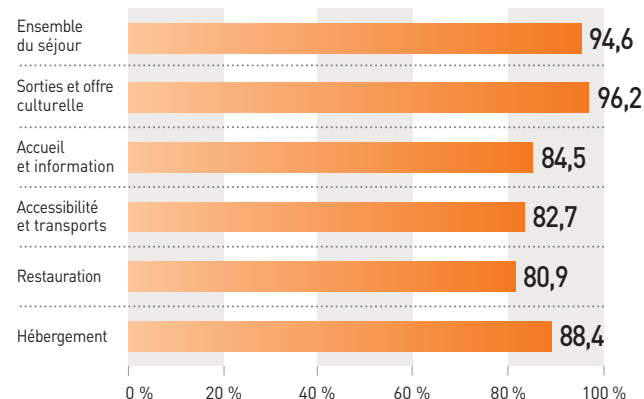
"Top 5" des lieux les plus visités : Notre-Dame de Paris (60,3 %), la tour Eiffel (58,3 %), l'Arc de triomphe (51,6 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (49,0 %) et le musée du Louvre (45,1 %). Ils sont plus nombreux à visiter le Sacré-Cœur de Montmartre (+4,0 points) et le Centre Pompidou (26,0 %, +3,3 points). En revanche, ils visitent moins le musée du Louvre (-8,5 points), la tour Eiffel (-8,3 points), le musée d'Orsay (15,3 %, -8,1 points) ainsi que le château de Versailles (9,0 %, -7,2 points).

PLUS DE 43 % DES DÉPENSES DES ALLEMANDS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Allemands, dont la dépense moyenne, par jour et par personne, est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important à l'hébergement (+4,1 points) et moins important au shopping (-6,7 points).

DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE TRANSPORTS ET DE RESTAURATION (EN %)*



*% satisfaits et très satisfaits.
 Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 95,4 %.

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, SVD (BVA) - résultats 2011.

60,2% sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années

57,2% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans²

² Ce qui est supérieur à la moyenne de l'ensemble des clientèles.

L'ESSENTIEL

- 938 000 séjours soit 6,8 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train (↘ 5,1 % par rapport à 2010).
- 3 528 000 nuitées soit 4,7 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train (↘ 7,4 % par rapport à 2010).
- 3,8 nuits en moyenne (↘ 0,1 nuit par rapport à 2010).
- 60,2 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 97,9 % voyagent en individuel.
- 69,3 % voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 131 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 94,6 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 95,6 % recommanderaient la destination à leur entourage.
- 57,2 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.