

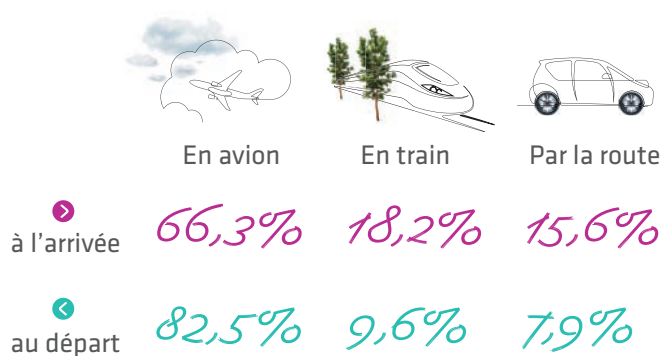
Les Canadiens



- **Population totale :**
371 millions d'habitants
- **Taux de croissance économique :** +1,6 %
- **PIB/habitant :** 46 233 USD
- **Taux de change moyen :**
1 EUR = 1,49 CAD
variation 2019/2018 : -2,9 %
- **Taux de chômage :** 5,7 %

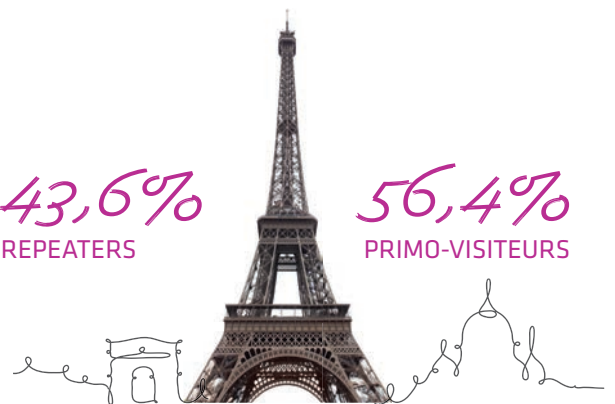


MODE DE TRANSPORT



43,6%
REPEATERS

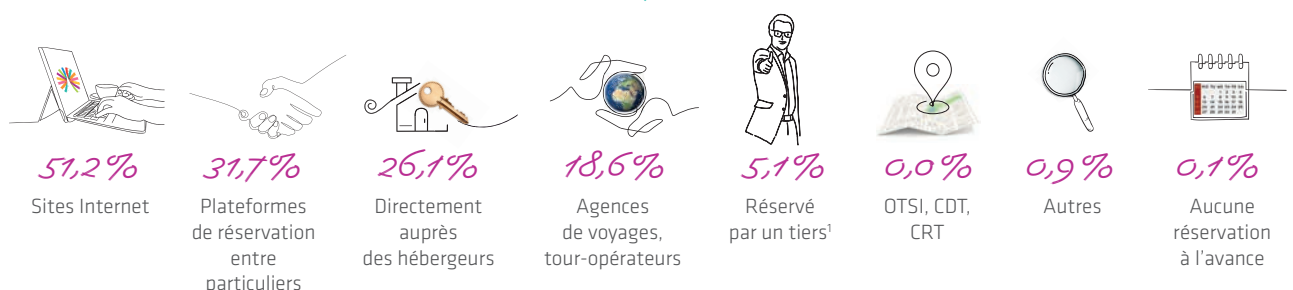
56,4%
PRIMO-VISITEURS



La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,9 % de repeaters et de 40,1 % de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



¹ - Entreprise, parent, ami.
Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

Quel profil ?

Les visiteurs canadiens ont un âge moyen (45 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils appartiennent pour 44,3 % (+10,7 points) aux CSP+, pour 18,0 % (-10,4 points) à la catégorie des employés et pour 15,5 % (+9,4 points) à celle des retraités.

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

Quel type de voyage ?

Plus de 8 visiteurs sur 10 (82,4 %, +7,5 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (31,2 %, +6,9 points), seuls (27,1 %, -0,1 point) ou en famille (26,4 %, +0,2 point). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 48,0 % (-24,1 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour 35,0 % (+17,6 points) et d'un circuit France pour 22,7 % (+9,2 points). Les Canadiens voyagent en individuel non organisé pour 88,5 % (+11,4 points). Ils sont 4,2 % (-4,0 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur, 4,2 % (-1,8 point) à préférer les groupes organisés et 3,2 % (-5,6 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise.

Quel hébergement ?

Près de 8 séjours sur 10 (77,0 %, -4,4 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 44,6 % (48,1 % en 3 étoiles et 32,4 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (18,6 %) ainsi que les chambres d'hôtes et gîtes ruraux (4,9 %). Les résidences principales de parents (14,8 %) et d'amis (5,3 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

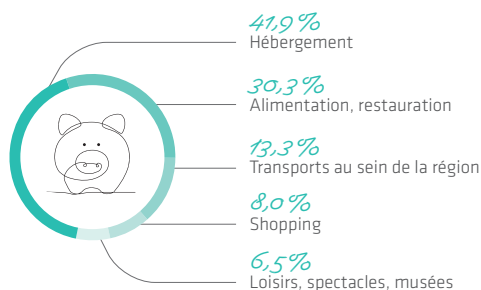
Quelles activités ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (93,1 %), les promenades en ville (83,3 %) ainsi que les visites de parcs et jardins (62,2 %). Les Canadiens sont particulièrement intéressés par les parcs et jardins (+12,0 points), les promenades en ville (+11,9 points), les musées et monuments (+10,2 points) ainsi que la découverte de la gastronomie française (47,6 %, +8,7 points). Ils se consacrent également davantage aux visites guidées de quartiers (16,0 %, +3,8 points) ainsi qu'au shopping (49,3 %, +3,1 points). Ils sont en revanche moins intéressés par les parcs d'attractions (10,2 %, -15,3 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (74,7 %), Notre-Dame de Paris (54,7 %), l'Arc de triomphe (54,4 %), le musée du Louvre (49,5 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (33,9 %). Ils sont plus nombreux à visiter les sites "classiques", notamment Notre-Dame de Paris (+10,8 points), la tour Eiffel (+10,5 points) ou l'Arc de triomphe (+6,0 points). Ils visitent davantage le château de Versailles (24,8 %, +10,6 points) et le musée d'Orsay (25,3 %, +5,4 points). En revanche, ils visitent moins Disneyland® Paris (6,1 %, -12,1 points), le centre Pompidou (10,4 %, -5,2 points) ainsi que le Sacré-Cœur de Montmartre (-4,5 points).

PRÈS DU TIERS DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À LA RESTAURATION



Les Canadiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne (155 €) est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (138 €), accordent une part plus importante de leur budget à la restauration (+8,1 points) et aux transports (+6,6 points) et moins importante au shopping (-6,7 points) et à l'hébergement (-6,1 points).

À retenir

- **556 000 séjours**, soit 2,5 % des séjours de la clientèle internationale
- **2 868 000 nuitées**, soit 2,7 % des nuitées de la clientèle internationale
- **444 millions d'euros** de consommation touristique, soit 3,1 % de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **5,2 nuits** en moyenne
- **43,6 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **88,5 %** voyagent en individuel non organisé
- **82,4 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **799 €** de budget de séjour par personne
- **95,6 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **41,9 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

Nos suggestions

- Proposer des circuits thématiques incluant l'offre de plein air et la gastronomie française
- Privilégier dans un premier temps les jeunes et les couples de moins de 60 ans
- Proposer une large gamme d'activités incluant certaines plus confidentielles telles que les visites guidées de quartiers

DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'ACCUEIL ET DE LA RESTAURATION



95,6%

Ensemble du séjour



98,2%

Sorties et offre culturelle



97,3%

Accueil et information



95,9%

Restauration



93,4%

Hébergement



91,6%

Accessibilité et transports

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 92,9 %

Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les axes d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROPLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2019 : Banque mondiale, FMI.