

Focus

clientèles lointaines

38

Les Américains

40

Les Chinois

42

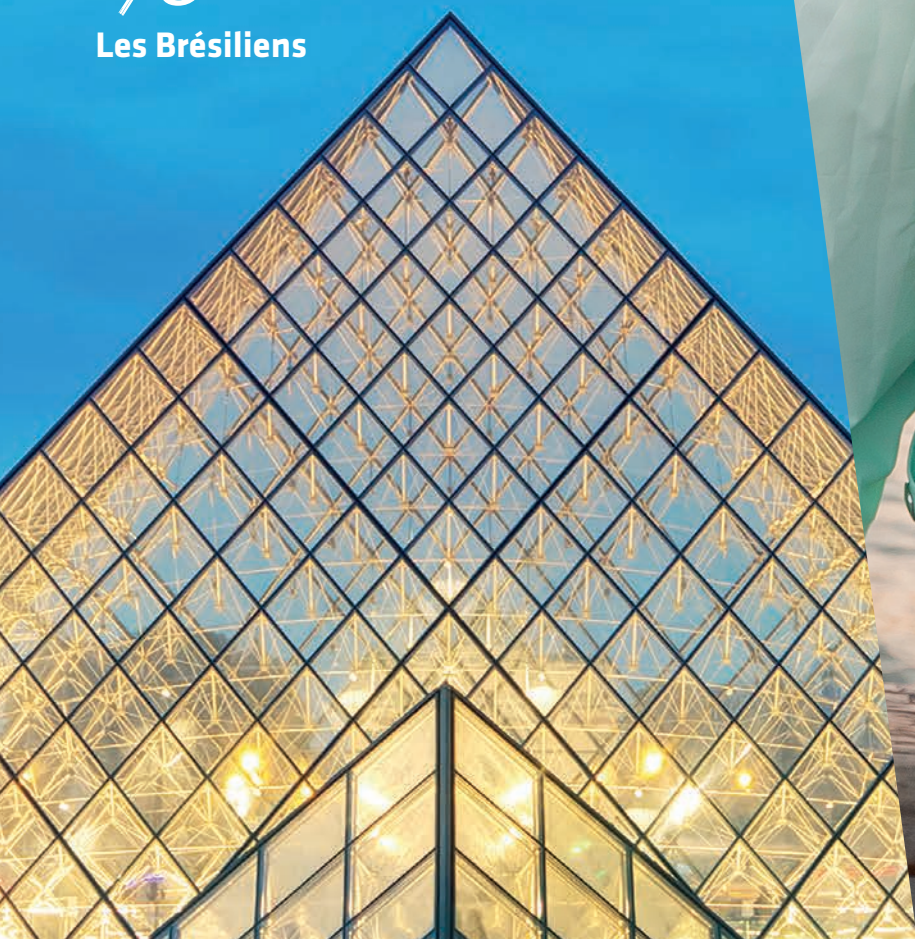
Les Canadiens

44

Les Japonais

46

Les Brésiliens



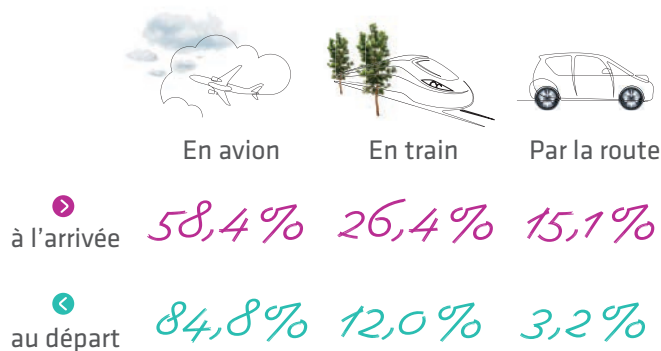
Les Américains



- **Population totale :**
327,2 millions d'habitants
- **Taux de croissance économique :** +2,3 %
- **PIB/habitant :** 62 795 USD
- **Taux de change moyen :**
1 EUR = 1,12 USD ;
variation 2019/2018 : -5,2 %
- **Taux de chômage :** 3,7 %

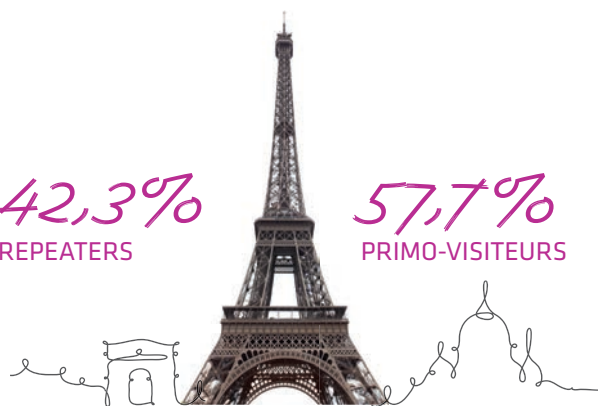


MODE DE TRANSPORT



42,3 %
REPEATERS

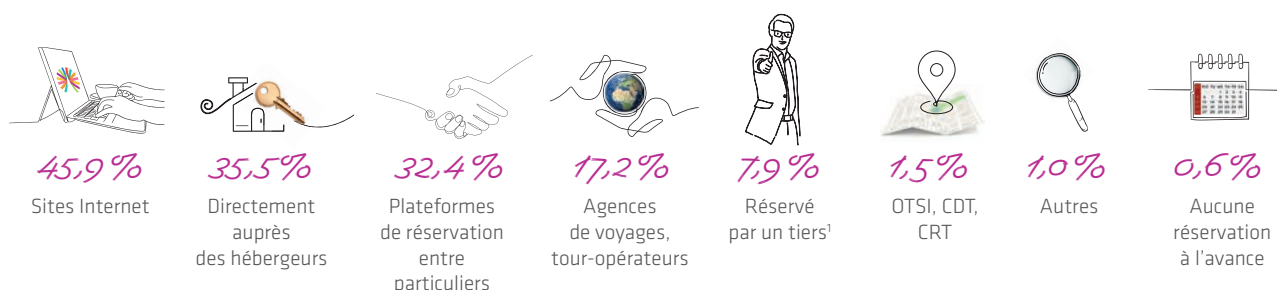
57,7 %
PRIMO-VISITEURS



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, PRÈS D'UN TIERS DES AMÉRICAINS ONT UTILISÉ LES PLATEFORMES ENTRE PARTICULIERS



Quel profil ?

Les visiteurs américains ont un âge moyen (42 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont issus des CSP+¹ pour 38,5 % (+4,9 points), 20,8 % (-7,5 points) sont employés et 12,7 % (-0,1 point) sont étudiants. Les retraités sont plus nombreux comparativement à l'ensemble des touristes internationaux (10,2 %, +4,2 points). Ils proviennent principalement de Californie (17,9 %), de New York (10,7 %), du Texas (7,6 %), du Maryland (5,6 %) et du Massachusetts (5,0 %).

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

Quel type de voyage ?

Plus de 8 visiteurs sur 10 (83,5 %, +8,7 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (29,4 %, +5,2 points), en famille (28,3 %, +2,1 points) ou seuls (17,4 %, -9,8 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour pour 44,4 % des touristes (-27,7 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 36,4 % (+19,0 points) et d'un circuit France pour 28,6 % (+15,1 points). Les Américains voyagent en individuel non organisé pour 77,3 % (+0,2 point). Ils sont 9,9 % (+1,8 point) à opter pour un séjour individuel organisé par une

agence de voyages ou un tour-opérateur, 8,0 % (+2,0 points) à préférer les groupes organisés et 4,8 % (-3,9 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise.

Quel hébergement ?

Près de 9 séjours sur 10 (89,9 %, +8,5 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 59,1 % (52,2 % en haut de gamme et 38,8 % en 3 étoiles), les meublés et locations saisonnières (22,6 %) ainsi que les résidences hôtelières (2,4 %). Les résidences principales d'amis (4,5 %) et de parents (2,7 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

Quelles activités ?

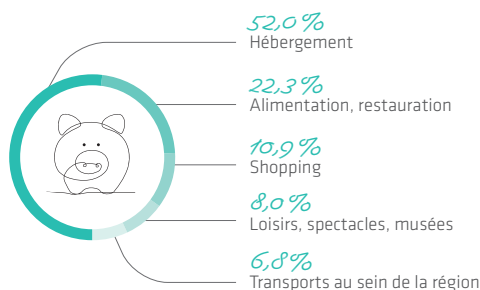
Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (94,9 %), les promenades en ville (86,7 %) ainsi que les visites de parcs et jardins (69,0 %). Les Américains sont particulièrement intéressés par les visites de parcs et jardins (+18,8 points), les promenades en ville (+15,3 points), les marchés et brocantes (31,7 %, +13,9 points) ainsi que la gastronomie française (51,0 %,

+12,1 points). Ils apprécient également les visites de musées et monuments (+11,9 points), les croisières fluviales (28,5 %, +11,4 points), le shopping (56,4 %, +10,3 points), les visites guidées de quartiers (21,1 %, +8,8 points), les événements culturels (18,6 %, +5,6 points) ainsi que les sorties nocturnes (24,4 %, +4,1 points). Il est peu d'activités qu'ils pratiquent moins que les autres, excepté les parcs d'attractions (11,9 %, -13,7 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (75,8 %), le musée du Louvre (63,8 %), Notre-Dame de Paris (59,4 %), l'Arc de triomphe (57,6 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (38,2 %). Les Américains sont particulièrement nombreux à visiter Notre-Dame de Paris (+15,5 points), le musée du Louvre (+13,8 points), le musée d'Orsay (32,6 %, +12,8 points), la tour Eiffel (+11,5 points), l'Arc de triomphe (+9,2 points) ainsi que le château de Versailles (21,6 %, +7,4 points). En revanche, ils fréquentent moins Disneyland® Paris (5,6 %, -12,6 points) et le centre Pompidou (12,3 %, -3,3 points).

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



Les Américains, dont la dépense moyenne par jour et par personne (160 €) est nettement supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (138 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+4,0 points) et moins importante au shopping (-3,8 points).

À retenir

- **2 491 000 séjours**, soit 11,2 % des séjours de la clientèle internationale
- **14 124 000 nuitées**, soit 13,4 % des nuitées de la clientèle internationale
- **2,3 milliards d'euros** de consommation touristique, soit 15,6 % de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **5,7 nuits** en moyenne
- **42,3 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **77,3 %** voyagent en individuel non organisé
- **83,5 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **908 €** de budget de séjour par personne
- **95,8 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **38,8 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

Nos suggestions

- > Valoriser l'art de vivre à la française : la culture et la gastronomie
- > Privilégier la communication via les canaux numériques et notamment sur les réseaux sociaux
- > Proposer des parcours de visites intégrant des lieux plus confidentiels et moins fréquentés

DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, EN PARTICULIER DE LA RESTAURATION



95,8%

Ensemble du séjour



97,6%

Sorties et offre culturelle



94,3%

Hébergement



93,6%

Restauration



92,5%

Accueil et information



90,0%

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 aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2019 : Banque mondiale, FMI.



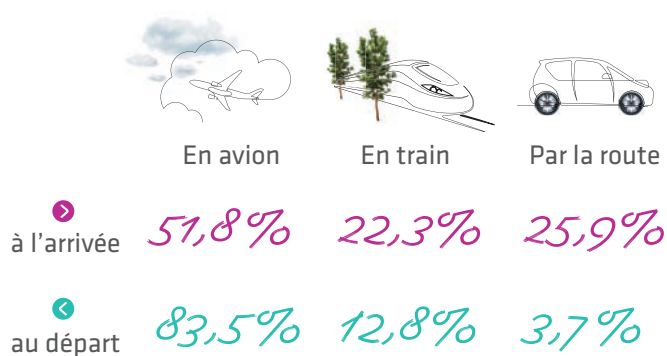
Les Chinois



- **Population totale :**
1,393 milliard d'habitants
- **Taux de croissance économique :** +6,1%
- **PIB/habitant :** 9 771 USD
- **Taux de change moyen :**
1 EUR = 7,74 CNY
variation 2019/2018 : -0,9%
- **Taux de chômage :** 3,6%

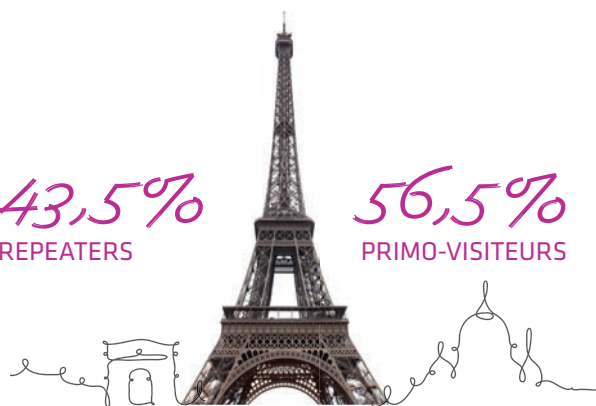


MODE DE TRANSPORT



43,5%
REPEATERS

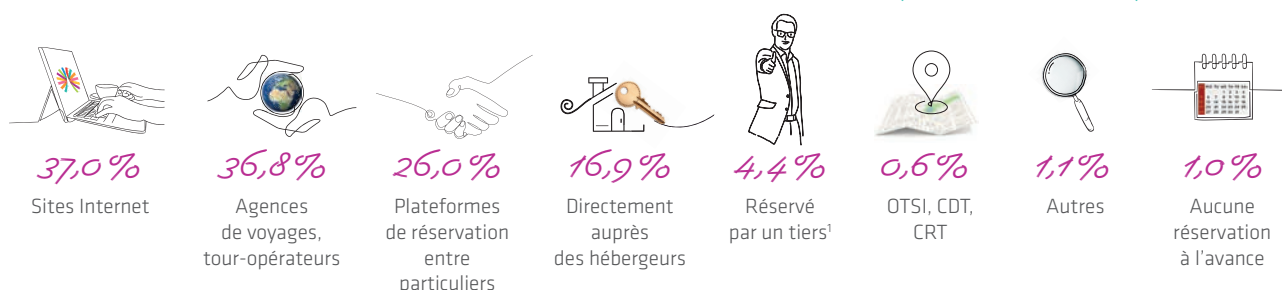
56,5%
PRIMO-VISITEURS



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, LES AGENCES DE VOYAGES ET TOUR-OPÉRATEURS JOUENT UN RÔLE MAJEUR



Quel profil ?

Les visiteurs chinois ont un âge moyen (32 ans) bien inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont étudiants pour 26,1% (+13,2 points), employés pour 25,0% (-3,3 points) et issus des CSP+¹ pour 24,7% (-8,8 points). Ils proviennent majoritairement de la République populaire (78,2%), notamment des provinces de Guangdong, Pékin, Shanghai, Zhejiang, Jiangsu, ainsi que de la région de Hong Kong (21,4%).

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

Quel type de voyage ?

Près des deux tiers des touristes (66,0%, -8,8 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement seuls (26,6%, -0,6 point), entre amis (21,4%, +11,2 points) ou en couple (16,3%, -7,9 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour pour 45,9% des visiteurs (-26,3 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 42,4% (+25,1 points) et d'un circuit France pour 21,1% (+7,6 points). Les Chinois voyagent en individuel non organisé pour 61,9% (-15,2 points). Ils sont 17,0% (+11,0 points) à préférer les groupes organisés, 11,7% (+3,5 points) à

opter pour un séjour organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur et 9,4% (+0,6 point) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise.

Quel hébergement ?

Plus de 9 séjours sur 10 (90,1%, +8,7 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 67,2% (47,4% en 3 étoiles et 42,7% en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (9,0%) ainsi que les résidences hôtelières (4,9%). Les résidences principales d'amis (4,8%) et de parents (2,4%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

Quelles activités ?

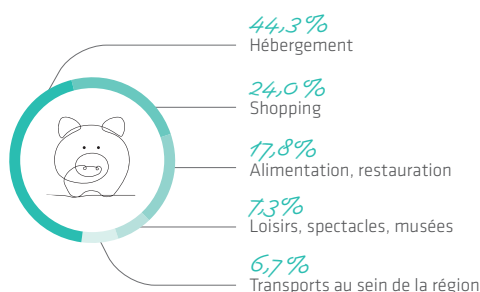
Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (95,2%), les promenades en ville (63,3%) et le shopping (50,0%). Les Chinois apprécient particulièrement les visites de musées et monuments (+12,3 points), les visites guidées de quartiers (22,8%, +10,6 points), la découverte de la gastronomie française (47,3%, +8,4 points), les croisières fluviales (24,7%, +7,6 points) ainsi que les marchés

et brocantes (23,8%, +5,9 points). Ils se consacrent également davantage au shopping (+3,8 points). En revanche, ils sont moins intéressés par les promenades en ville (-8,1 points), les sorties nocturnes (12,9%, -7,4 points), les parcs d'attractions (21,2%, -4,3 points) ou les événements culturels (10,0%, -3,0 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (82,9%), le musée du Louvre (78,3%), l'Arc de triomphe (68,3%), Notre-Dame de Paris (56,5%) et le Sacré-Cœur de Montmartre (34,4%). Les Chinois sont plus nombreux à visiter les sites "classiques", notamment le musée du Louvre (+28,3 points), l'Arc de triomphe (+20,0 points), la tour Eiffel (+18,7 points) et Notre-Dame de Paris (+12,6 points). Ils sont également plus nombreux à se rendre au château de Versailles (28,8%, +14,7 points), à La Vallée Village (6,6%, +3,9 points), au musée d'Orsay (23,4%, +3,5 points), et au centre Pompidou (18,9%, +3,3 points). En revanche, ils fréquentent moins Disneyland® Paris (9,6%, -8,6 points) et le Sacré-Cœur de Montmartre (-3,9 points).

PRÈS DU QUART DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES AU SHOPPING



Les Chinois, dont la dépense moyenne par jour et par personne (191 €) est nettement supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (138 €), accordent une part plus importante de leur budget au shopping (+9,2 points) et moins importante à la restauration (-4,4 points) ainsi qu'à l'hébergement (-3,7 points).

À retenir

- **945 000 séjours**, soit 4,3% des séjours de la clientèle internationale
- **5 585 000 nuitées**, soit 5,3% des nuitées de la clientèle internationale
- **1,1 milliard d'euros** de consommation touristique, soit 7,3% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **5,9 nuits** en moyenne
- **43,5%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **61,9%** voyagent en individuel non organisé
- **66,0%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **1 128 €** de budget de séjour par personne
- **91,6%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **46,4%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

Nos suggestions

- Mettre en avant, notamment à travers les réseaux sociaux, les mesures sanitaires mises en place pour rassurer cette clientèle
- Privilégier une communication auprès d'une cible jeune qui a l'habitude de voyager
- Développer les solutions de paiement sans contact

DES TOURISTES UN PEU MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE DE TRANSPORTS



91,6%

Ensemble du séjour



96,5%

Sorties et offre culturelle



90,2%

Restauration



90,1%

Hébergement



87,3%

Accueil et information



78,5%

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 aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINE, OUIBUS (BVA) - résultats 2019 : Banque mondiale, FMI.



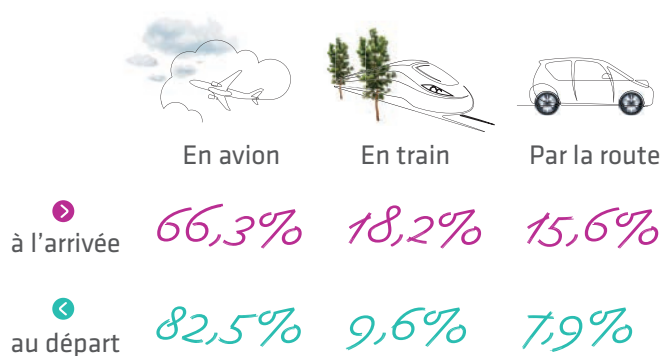
Les Canadiens



- **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 %

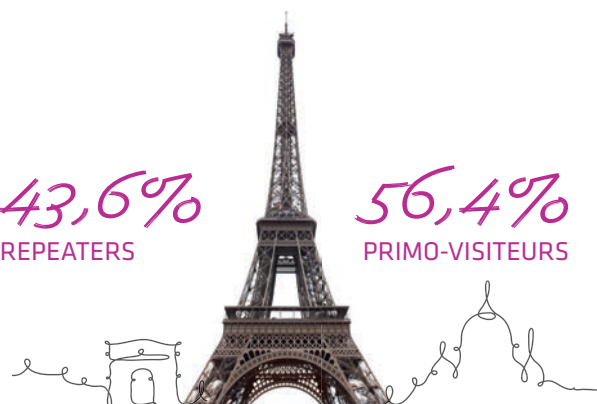


MODE DE TRANSPORT



43,6%
REPEATERS

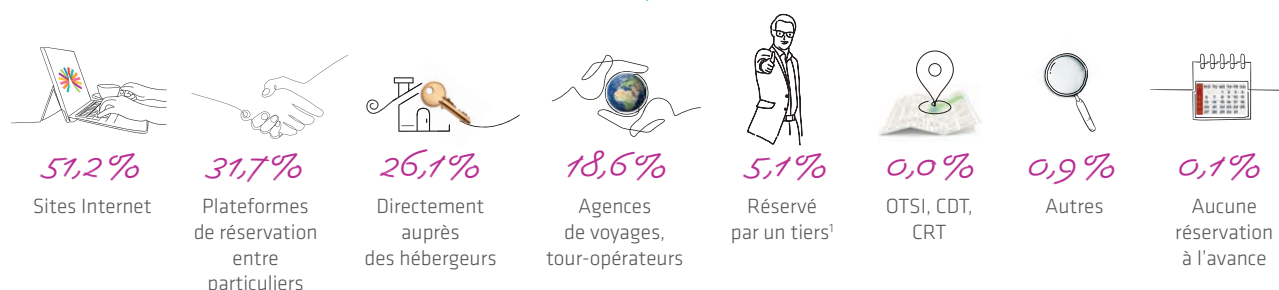
56,4%
PRIMO-VISITEURS



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



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.

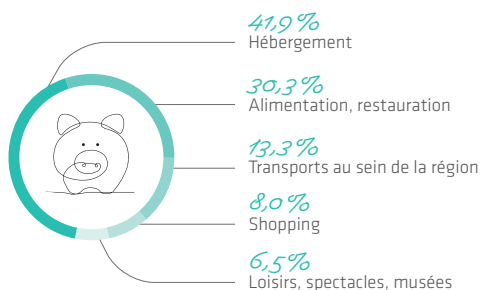
Quelles activités ?

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.



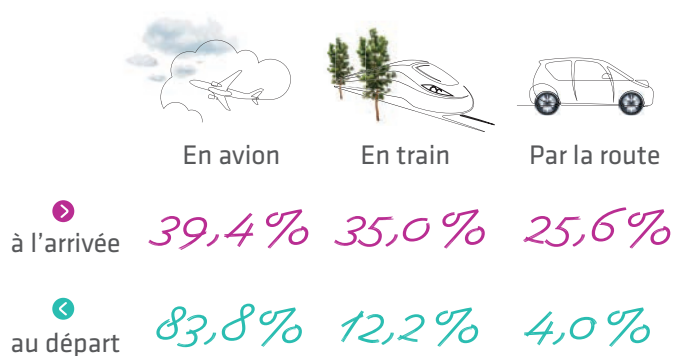
Les Japonais



- **Population totale :**
126,5 millions d'habitants
- **Taux de croissance économique :** +0,7%
- **PIB/habitant :** 39 290 USD
- **Taux de change moyen :**
1 EUR = 122,01 YEN
variation 2019/2018 : -6,4%
- **Taux de chômage :** 2,4%

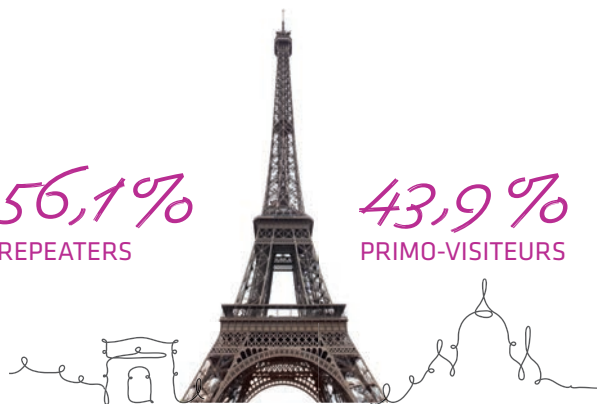


MODE DE TRANSPORT



56,1%
REPEATERS

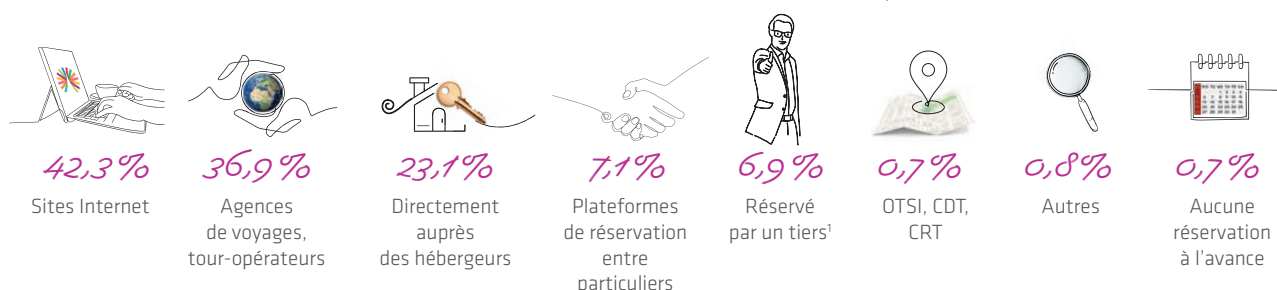
43,9%
PRIMO-VISITEURS



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, LES AGENCES DE VOYAGES ET TOUR-OPÉRATEURS JOUENT UN RÔLE ESSENTIEL



Quel profil ?

Les visiteurs japonais ont un âge moyen (38 ans) inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont employés pour 47,4 % (+19,0 points), étudiants pour 16,5 % (+3,7 points) et issus des CSP+¹ pour 10,9 % (-22,7 points).

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

Quel type de voyage ?

Plus de 7 visiteurs sur 10 (70,1%, -4,7 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement seuls (39,4 %, +12,1 points), en famille (19,4 %, -6,8 points) ou entre amis (16,7 %, +6,5 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour pour près de 6 séjours sur 10 (57,2 %, -14,9 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour 26,1 % (+8,7 points) et d'un circuit France pour 19,9 % (+6,3 points). Les Japonais voyagent en individuel non organisé pour 57,5 % (-19,6 points). Ils sont 19,2 % (+11,0 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur, 16,9 % (+8,1 points) à réaliser un voyage organisé par leur entreprise et 6,4 % (+0,4 point) à effectuer un séjour en groupe organisé.

Quel hébergement ?

Près de 9 séjours sur 10 (87,4 %, +6,0 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 69,9 % (53,1 % en 3 étoiles et 30,6 % en haut de gamme), les résidences hôtelières (5,3 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (4,8 %). Les résidences principales d'amis (8,3 %) et de parents (2,4 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

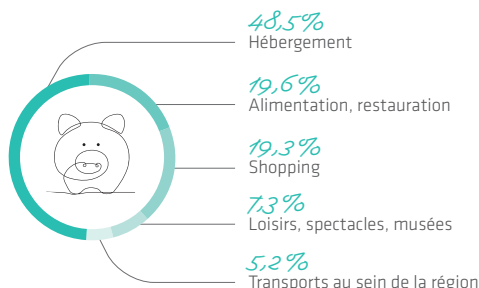
Quelles activités ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (87,2 %), les promenades en ville (74,6 %) ainsi que le shopping (55,8 %). Les Japonais sont particulièrement intéressés par le shopping (+9,6 points), la découverte de la gastronomie française (47,4 %, +8,5 points) ainsi que les musées et monuments (+4,2 points). Ils apprécient davantage les visites guidées de quartiers (15,8 %, +3,6 points) et les promenades en ville (+3,2 points). Ils sont en revanche moins attirés par les parcs d'attractions (12,1 %, -13,4 points), les parcs et jardins (43,4 %, -6,8 points), les marchés et brocantes (13,6 %, -4,2 points) ainsi que les événements culturels (9,2 %, -3,8 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (55,8 %), le musée du Louvre (55,1 %), l'Arc de triomphe (49,1 %), Notre-Dame de Paris (42,4 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (28,5 %). Ils sont plus nombreux à visiter le château de Versailles (21,2 %, +7,1 points), le musée du Louvre (+5,1 points) et le musée d'Orsay (23,2 %, +3,3 points). En revanche, ils sont moins nombreux à se rendre à Disneyland® Paris (7,6 %, -10,7 points), au Sacré-Cœur de Montmartre (-9,8 points), à la tour Eiffel (-8,4 points) et au centre Pompidou (8,9 %, -6,8 points). Ils sont également moins attirés par la Grande Arche de La Défense (1,3 %, -4,6 points), le musée de l'Armée (2,0 %, -3,9 points) et la Basilique Saint-Denis (0,5 %, -3,0 points).

PRÈS DE 20% DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES AU SHOPPING



Les Japonais, dont la dépense moyenne par jour et par personne (179 €) est nettement supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (138 €), accordent une part plus importante de leur budget au shopping (+4,5 points) et moins importante à la restauration (-2,5 points).

À retenir

- **543 000 séjours**, soit 2,4 % des séjours de la clientèle internationale
- **2 681 000 nuitées**, soit 2,5 % des nuitées de la clientèle internationale
- **480 millions d'euros** de consommation touristique, soit 3,3 % de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **4,9 nuits** en moyenne
- **56,1%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **57,5%** voyagent en individuel non organisé
- **70,1%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **884 €** de budget de séjour par personne
- **85,6%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **38,6%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

Nos suggestions

- > Communiquer auprès de cette clientèle sur les mesures sanitaires mises en place via les réseaux sociaux ou les agences de voyages et tour-opérateurs
- > Cibler une clientèle jeune qui voyage seule ou en couple
- > Intégrer les "Incontournables" de la destination dans des offres packagées incluant des visites plus confidentielles

DES TOURISTES MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE DE TRANSPORTS ET D'HÉBERGEMENT



85,6%

Ensemble du séjour



93,6%

Sorties et offre culturelle



85,8%

Restauration



81,7%

Hébergement



80,2%

Accueil et information



75,0%

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 aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2019 : Banque mondiale, FMI.

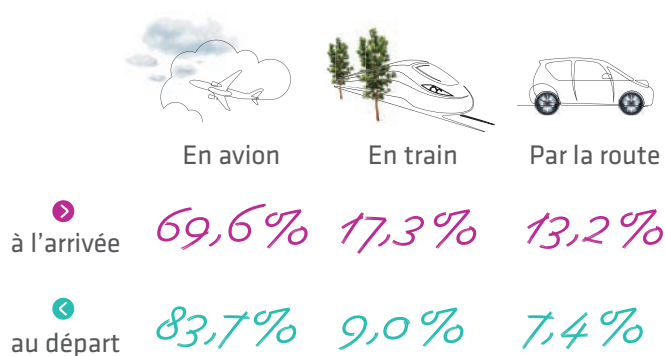
Les Brésiliens



- **Population totale :**
209,5 millions d'habitants
- **Taux de croissance économique :** +1,1%
- **PIB/habitant :** 8 921 USD
- **Taux de change moyen :**
1 EUR = 4,41 BRL
variation 2019/2018 : +2,4%
- **Taux de chômage :** 11,9%



MODE DE TRANSPORT



58,0%
REPEATERS

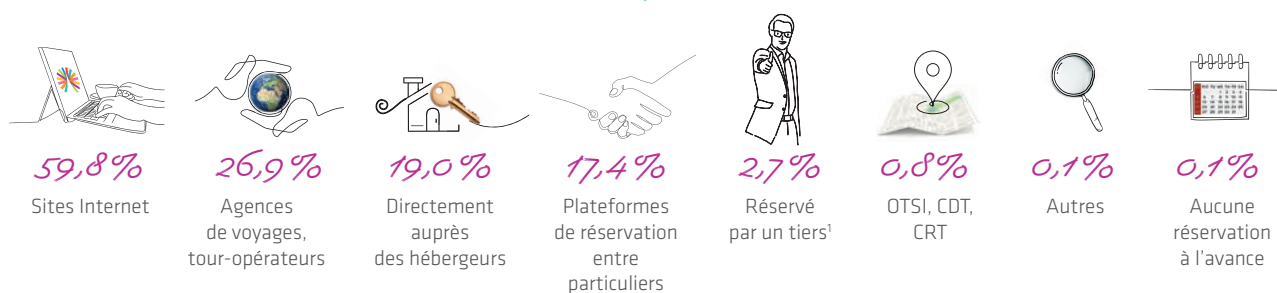
42,0%
PRIMO-VISITEURS



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



Quel profil ?

Les visiteurs brésiliens ont un âge moyen (39 ans) légèrement inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont issus des CSP+¹ pour plus de 4 personnes sur 10 (44,2 %, +10,6 points), employés pour 24,0 % (-4,4 points) et étudiants pour 12,0 % (-0,8 point).

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

Quel type de voyage ?

Près de 8 visiteurs sur 10 (79,7 %, +4,8 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en couple (32,4 %, +8,2 points), en famille (28,5 %, +2,3 points) ou seuls (22,9 %, -4,4 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 49,8 % (-22,3 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 38,0 % (+20,6 points) et d'un circuit France pour 16,3 % (+2,7 points). Les Brésiliens voyagent en individuel non organisé pour 79,3 % (+2,2 points). Ils sont 8,4 % (+0,2 point) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur, 7,5 % (+1,5 point) à préférer les groupes organisés et 4,8 % (-4,0 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise.

Quel hébergement ?

Près de 9 séjours sur 10 (88,3 %, +6,9 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 61,7 % (54,7 % en 3 étoiles et 31,2 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (12,6 %), les résidences hôtelières (6,9 %) et les hébergements pour jeunes (3,4 %). Les résidences principales de parents (4,9 %) et d'amis (4,2 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

Quelles activités ?

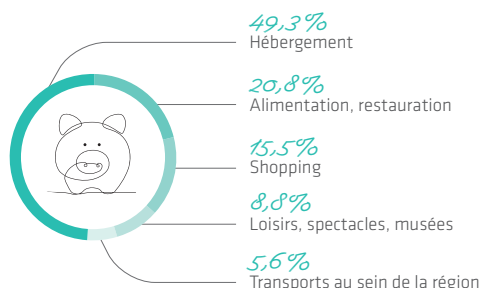
Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (96,7 %), les promenades en ville (82,4 %) ainsi que les visites des parcs et jardins (67,4 %). Les Brésiliens se consacrent particulièrement aux visites de parcs et jardins (+17,2 points), de musées et monuments (+13,8 points), aux sorties nocturnes (32,7 %, +12,4 points), aux promenades en ville (+11,0 points) ainsi qu'à la découverte de la gastronomie française (48,4 %, +9,5 points). Ils sont également davantage attirés par les marchés et brocantes (23,3 %, +5,4 points) et le cyclotourisme (7,1 %, +4,8 points).

En revanche, ils sont moins intéressés par les visites guidées de quartiers (9,2 %, -3,0 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (83,7 %), l'Arc de triomphe (76,8 %), le musée du Louvre (74,4 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (51,9 %) et le musée d'Orsay (31,0 %). Ils sont plus nombreux à visiter certains des "classiques" cités plus haut comme l'Arc de triomphe (+28,4 points), le musée du Louvre (+24,4 points), la tour Eiffel (+19,5 points) ou encore le Sacré-Cœur de Montmartre (+13,6 points). Ils se rendent également davantage au musée d'Orsay (+11,2 points), au château de Versailles (25,0 %, +10,9 points), au musée de l'Armée (13,2 %, +7,2 points) ou au château de Fontainebleau (6,4 %, +4,2 points). Ils sont aussi attirés par le musée national Picasso-Paris (9,4 %, +3,9 points), le Muséum national d'Histoire naturelle (6,7 %, +3,9 points) et la fondation Louis Vuitton (7,2 %, +3,1 points). Ils sont en revanche moins nombreux à se rendre à Notre-Dame de Paris (25,0 %, -18,9 points).

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



Les Brésiliens, dont la dépense moyenne par jour et par personne (151 €) est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (138 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+1,4 point) et moins importante à la restauration (-1,4 point).

À retenir

- **516 000 séjours**, soit 2,3 % des séjours de la clientèle internationale
- **3 066 000 nuitées**, soit 2,9 % des nuitées de la clientèle internationale
- **463 millions d'euros** de consommation touristique, soit 3,2 % de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **5,9 nuits** en moyenne
- **58,0 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **79,3 %** voyagent en individuel non organisé
- **79,7 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **896 €** de budget de séjour par personne
- **94,7 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **49,9 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

Nos suggestions

- Communiquer sur les nouvelles mesures sanitaires mises en place pour rassurer cette clientèle
- Mettre en avant les parcs et jardins à proximité des sites culturels, fortement appréciés par cette clientèle
- Inscrire la visite de la destination dans le cadre d'un circuit français ou européen

DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE D'ACCUEIL ET DE RESTAURATION



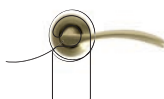
94,7%

Ensemble du séjour



98,1%

Sorties et offre culturelle



90,9%

Hébergement



85,0%

Accessibilité et transports



84,8%

Restauration



83,8%

Accueil et information

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, EUROLINE, OUIBUS (BVA) - résultats 2019 : Banque mondiale, FMI.



EN RÉSUMÉ



NOMBRE DE SÉJOURS

États-Unis	2 491 000
Chine	945 000
Canada	556 000
Japon	543 000
Brésil	516 000
Australie	503 000
Russie	376 000
Corée du Sud	371 000
Inde	287 000
Mexique	285 000



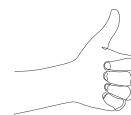
TAUX DE REPEATERS

Mexique	60,0 %
Russie	59,1 %
Brésil	58,0 %
Inde	57,3 %
Japon	56,1 %
Canada	43,6 %
Chine	43,5 %
États-Unis	42,3 %
Australie	40,1 %
Corée du Sud	39,6 %



CONSOMMATION TOURISTIQUE

États-Unis	2 261 millions d'euros
Chine	1 066 millions d'euros
Japon	480 millions d'euros
Brésil	463 millions d'euros
Canada	444 millions d'euros
Australie	421 millions d'euros
Russie	343 millions d'euros
Corée du Sud	300 millions d'euros
Inde	241 millions d'euros
Mexique	211 millions d'euros



TAUX DE SATISFACTION

Russie	97,6 %
Mexique	96,2 %
États-Unis	95,8 %
Canada	95,6 %
Brésil	94,7 %
Chine	91,6 %
Inde	91,3 %
Australie	91,0 %
Japon	85,6 %
Corée du Sud	80,3 %

En savoir plus

Retrouvez toutes nos fiches
clientèles internationales sur
visitparisregion.com,
espace "Professionnels".