



LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES VENUES EN AVION



LES AMÉRICAINS

Population totale : 311,6 millions d'habitants
 Taux de croissance économique : +1,7 %
 Taux de change moyen : 1 € = 1,39 \$; variation 2011/2010 : +4,9 %
 Taux de chômage : 8,9 %
 Taux d'inflation : +3,1 %

Sources : U.S. Census Bureau – Banque de France – Eurostat – FMI.



Quel profil ?

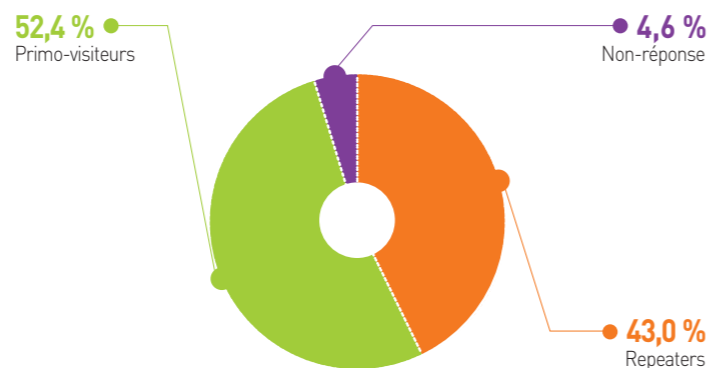
Les visiteurs américains ont un âge moyen (43 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion (39 ans).

Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures¹ pour plus de la moitié (53,7 %, +6,9 points).

Ils proviennent en majorité de New York/Boston (23,8 %), de Californie (13,9 %) et de l'axe Pennsylvanie, Ohio, Michigan, Illinois (11,7 %).

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

UNE MAJORITÉ DE PRIMO-VISITEURS AMÉRICAINS À PARIS ÎLE-DE-FRANCE



Période de référence : les 5 dernières années.
 La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 52,3 % de repeaters et de 43,7 % de primo-visiteurs (4,0 % de non-réponse).

Quel type de voyage ?

Les trois quarts environ (75,4 %, +4,3 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (32,9 %, +4,8 points) ou seuls (31,5 %, -3,4 points).

Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour dans 52,3 % des cas (-14,9 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 24,3 % (+8,2 points) et d'un circuit France pour 18,4 % (+6,6 points).

Les Américains voyagent en individuel non organisé pour 80,7 % (+3,4 points). Ils sont 12,1 % (-5,1 points) à voyager en individuel organisé et 7,2 % (+1,7 point) à voyager en groupe organisé.

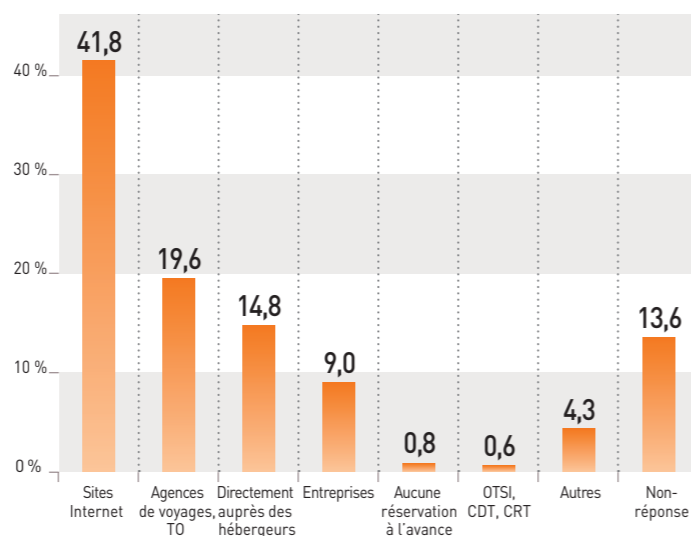
Quel hébergement ?

Plus de 8 séjours sur 10 (82,9 %, +1,2 point) ont lieu en hébergements marchands.

Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 68,1 % (moyen de gamme pour 63,8 % et haut de gamme pour 30,1 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (8,0 %).

Les résidences principales d'amis (6,5 %), de parents (4,6 %) et les échanges d'appartements (1,9 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

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



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.
 À l'étape de la préparation du voyage, les Américains favorisent également Internet (45,0 %, -1,4 point), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (19,0 %, -7,0 points).

Quelles activités ?

Les Américains sont particulièrement intéressés par la visite de parcs et jardins (50,1 %, +8,8 points), la découverte de la gastronomie (48,5 %, +8,3 points), les marchés et brocantes (36,2 %, +7,9 points), les événements et expositions (14,6 %, +6,3 points) ainsi que la découverte de nouveaux quartiers branchés (18,1 %, +5,4 points). Il n'existe pas d'activités qu'ils pratiquent moins que les autres hormis les visites de parcs d'attractions (6,3 %, -12,3 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : Notre-Dame de Paris (74,7 %), la tour Eiffel (74,0 %), le musée du Louvre (65,1 %), l'Arc de triomphe (60,3 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (43,8 %).

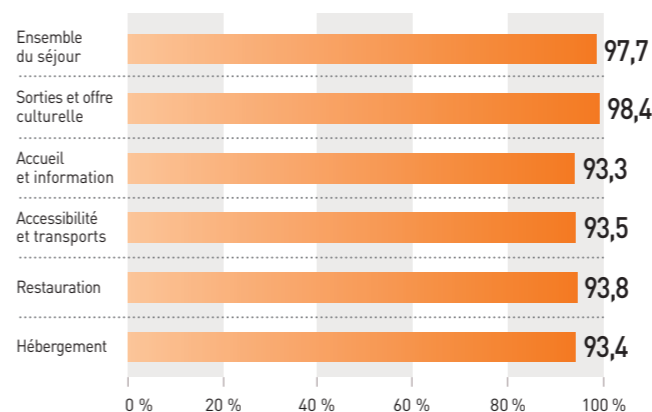
Les Américains sont particulièrement nombreux à visiter le musée d'Orsay (38,7 %, +13,2 points), Notre-Dame de Paris (+10,4 points) et le musée du Louvre (+7,6 points). En revanche, ils fréquentent moins Disneyland® Paris (5,4 %, -13,0 points), la Grande Arche de La Défense (6,2 %, -5,0 points), le Sacré-Cœur de Montmartre (-2,3 points) et le Stade de France (0,8 %, -2,3 points).

ENVIRON 46 % DES DÉPENSES DES AMÉRICAINS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Américains, 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 (+7,2 points) ainsi qu'à la restauration (+2,5 points) et moins important au shopping (-8,7 points).

DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, EN PARTICULIER DES SORTIES ET DE L'OFFRE CULTURELLE (EN %)*



*% satisfaits et très satisfaits.
 Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 95,3 %.
 Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion.
 Source : dispositif permanent d'enquête dans les aéroports – CRT Paris Île-de-France, ADP (BVA) - résultats 2011.

43,0% sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années²

41,6% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans²

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

L'ESSENTIEL

- 1 296 000 séjours soit 12,5 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion (↗ 11,9 % par rapport à 2010).
- 8 698 000 nuitées soit 13,6 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion (↗ 19,7 % par rapport à 2010).
- 6,7 nuits en moyenne (↗ 0,4 nuit par rapport à 2010).
- 43,0 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 92,8 % voyagent en individuel.
- 75,4 % voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 140 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 97,7 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 97,7 % recommanderaient la destination à leur entourage.
- 41,6 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.