



Les Australiens

- Population totale: **23,2 millions d'habitants**
- Taux de croissance économique: **+2,4%**
- Taux de change moyen: **1 EUR = 1,38 AUD**; variation 2013/2012: **+10,9%**
- Taux de chômage: **5,7%**
- Taux d'inflation: **+2,4%**

Sources : Bureau australien de statistiques, Banque de France, FMI.

- 75,3%** des touristes sont venus en avion.
- 24,7%** des touristes sont venus en train.

Les transports routiers ne sont pas comptabilisés dans les enquêtes.



Quel profil ?

Les visiteurs australiens ont un âge moyen (45 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (40 ans). Ils appartiennent pour 43,2% (+0,9 point) aux PCS+¹, pour 17,3% (+9,3 points) à la catégorie des retraités et pour 12,2% (-8,3 points) à celle des employés.

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

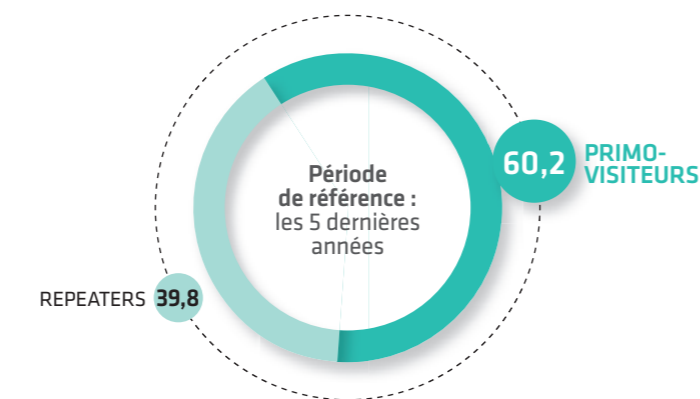
Quel type de voyage ?

Plus de 9 visiteurs sur 10 (91,8%, +20,3 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (39,5%, +11,9 points), en famille (23,5%, +1,5 point) ou seuls (20,3%, -12,0 points). Le séjour est inclus dans un circuit européen pour plus de la moitié (52,1%, +31,9 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 32,1% (-38,0 points). Elle fait partie d'un circuit France pour 29,4% (+16,6 points). Les Australiens voyagent en individuel non organisé pour 76,8% (-3,1 points). Ils sont 16,9% (+3,2 points) à opter pour un séjour en individuel organisé tandis que 6,3% (0,0 point) préfèrent les groupes organisés.

Quel hébergement ?

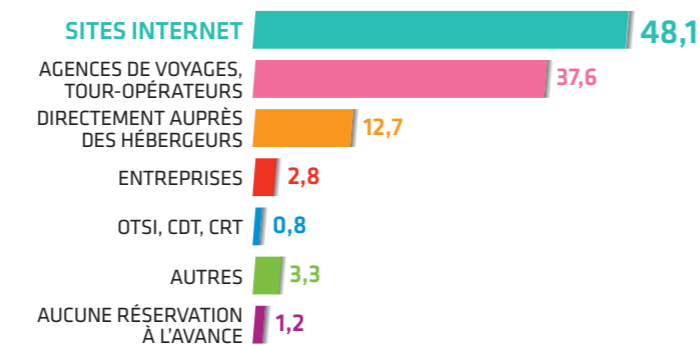
Plus de 9 séjours sur 10 (91,6%, +8,7 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 70,3% (moyen de gamme pour 66,9% et haut de gamme pour 28,3%), les résidences hôtelières (9,0%) ainsi que les meublés et locations saisonnières (8,0%). Les résidences principales d'amis (4,2%) et de parents (1,5%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

UNE MAJORITÉ DE PRIMO-VISITEURS AUSTRALIENS À PARIS ÎLE-DE-FRANCE (EN %)



La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 56,1% de repeaters et de 43,9% de primo-visiteurs.

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



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

À l'étape de la préparation du voyage, les Australiens favorisent également Internet (51,7%, +2,5 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (33,3%, +7,3 points) ainsi que le bouche-à-oreille (13,6%, +4,9 points).

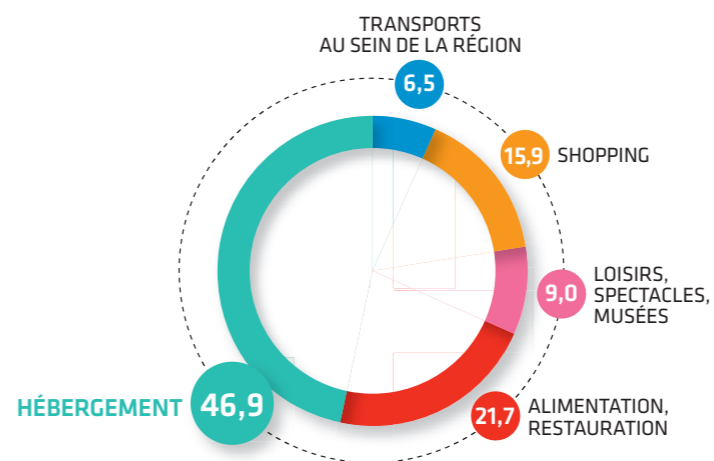
Quelles activités ?

Les Australiens sont particulièrement intéressés par les visites guidées de quartiers (18,4%, +10,4 points), la visite de musées et monuments (95,8%, +8,1 points), les spectacles et concerts (15,0%, +5,7 points) ainsi que par la découverte des villes (75,8%, +5,7 points). Ils apprécient également les marchés et brocantes (27,6%, +5,5 points), les parcs et jardins (40,1%, +5,3 points) ainsi que la découverte de nouveaux quartiers branchés (21,9%, +4,7 points). Ils sont en revanche moins attirés par la visite de parcs d'attractions (10,3%, -6,7 points) et par les sorties nocturnes (13,9%, -4,4 points).

Quels sites visités ?

« Top 5 » des lieux les plus visités : la tour Eiffel (79,8%), Notre-Dame de Paris (72,3%), l'Arc de triomphe (64,4%), le musée du Louvre (59,3%) et le Sacré-Cœur de Montmartre (41,7%). Ils sont plus nombreux à visiter la plupart des sites du « top 5 » et particulièrement Notre-Dame de Paris (+12,3 points) et la tour Eiffel (+11,6 points). En revanche, ils sont moins nombreux à visiter Disneyland® Paris (9,2%, -5,8 points), le centre Pompidou (14,7%, -5,4 points) ainsi que la Grande Arche de La Défense (4,9%, -4,3 points).

PRÈS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES DES AUSTRALIENS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT (EN %)



Les Australiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne est très supérieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important à l'hébergement (+4,7 points) et moins important au shopping (-3,6 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: 94,3%.

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, SAGEB, SVD (BVA) - résultats 2013.

SUGGESTIONS

- Adapter le discours à une clientèle plus âgée, à la recherche de culture et d'événementiel.
- Travailler de concert avec les agences de voyages et les tour-opérateurs, incontournables malgré le poids d'Internet.
- Propriétaires de meublés et résidences hôtelières : démarcher particulièrement cette clientèle davantage à la recherche de ce type d'hébergement.

L'essentiel

- 520 000 séjours soit 3,4% des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 2 899 000 nuitées soit 3,5% des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 5,6 nuits en moyenne.
- 39,8% sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 93,7% voyagent en individuel.
- 91,8% voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 177 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 96,7% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 96,5% recommanderaient la destination à leur entourage.
- 33,2% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.