



Les Canadiens

- Population totale: **35,2 millions d'habitants**
- Taux de croissance économique: **+2,0 %**
- Taux de change moyen: **1 EUR = 1,37 CAD**; variation 2013/2012: **+6,5 %**
- Taux de chômage: **7,1 %**
- Taux d'inflation: **+1,0 %**

Sources : Statistique Canada, Banque de France, FMI.

- 83,1 %** des touristes sont venus en avion.
- 16,9 %** des touristes sont venus en train.

Les transports routiers ne sont pas comptabilisés dans les enquêtes.



Quel profil ?

Les visiteurs canadiens ont un âge moyen (43 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (40 ans). Ils appartiennent aux PCS+¹ pour près de la moitié (46,5 %, +4,2 points).

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

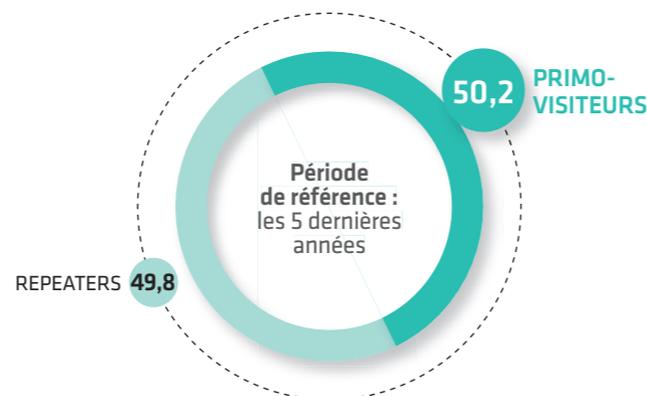
Quel type de voyage ?

Plus de 8 visiteurs sur 10 (81,9 %, +10,5 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (36,2 %, +8,6 points) ou seuls (29,0 %, -3,3 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour moins de la moitié (44,2 %, -25,9 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour 37,3 % (+17,0 points) et d'un circuit France pour 23,5 % (+10,7 points). Les Canadiens voyagent en individuel non organisé pour 86,5 % (+6,5 points). Ils sont 7,3 % (-6,4 points) à opter pour un séjour en individuel organisé tandis que 6,2 % (-0,1 point) préfèrent les groupes organisés.

Quel hébergement ?

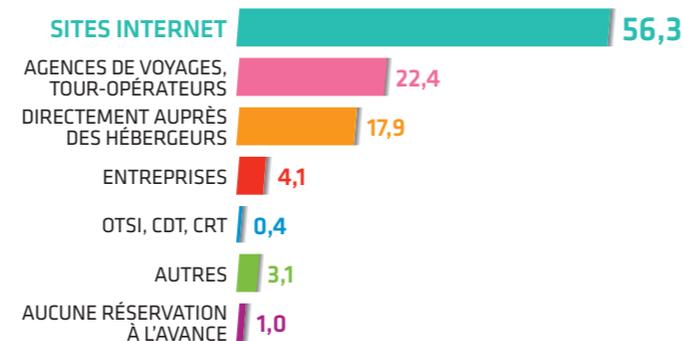
Près de 8 séjours sur 10 (78,9 %, -4,0 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 59,7 % (moyen de gamme pour 69,9 % et haut de gamme pour 25,2 %), les meublés et locations saisonnières (8,8 %), les résidences hôtelières (3,7 %) et les hébergements pour jeunes (3,5 %). Les résidences principales d'amis (10,5 %), de parents (4,7 %), les échanges d'appartements (1,9 %) ainsi que les résidences secondaires de parents ou d'amis (1,7 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

UNE RÉPARTITION ÉQUIVALENTE ENTRE LES REPEATERS ET LES PRIMO-VISITEURS CANADIENS (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 Canadiens favorisent également Internet (56,8 %, +7,5 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (20,5 %, -5,5 points) ainsi que le bouche-à-oreille (14,7 %, +6,0 points).

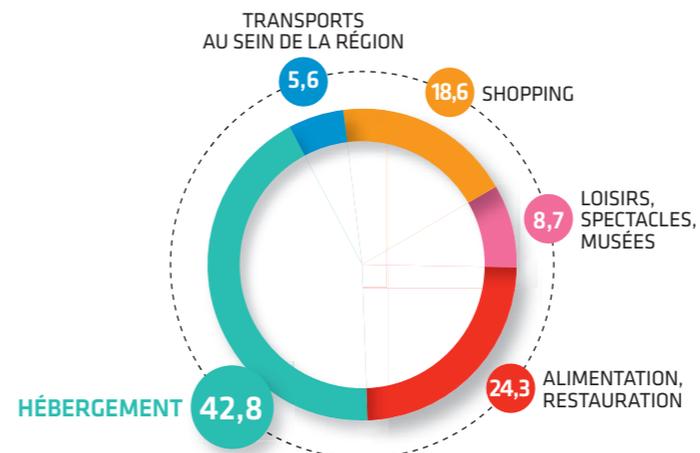
Quelles activités ?

Les Canadiens sont particulièrement intéressés par les parcs et jardins (48,6 %, +13,8 points), la découverte de nouveaux quartiers branchés (29,3 %, +12,1 points), celle des villes (78,2 %, +8,1 points) ainsi que par les marchés et brocantes (29,5 %, +7,3 points). Ils se consacrent également davantage à la visite de musées et monuments (93,9 %, +6,2 points) ainsi qu'aux visites guidées de quartiers (12,4 %, +4,4 points). Ils sont en revanche moins intéressés par les parcs d'attractions (5,9 %, -11,2 points) et les sorties nocturnes (15,8 %, -2,6 points).

Quels sites visités ?

« Top 5 » des lieux les plus visités : la tour Eiffel (71,6 %), Notre-Dame de Paris (66,4 %), l'Arc de triomphe (61,9 %), le musée du Louvre (57,7 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (40,6 %). Les Canadiens sont plus nombreux à visiter le château de Versailles (24,8 %, +7,8 points), Notre-Dame de Paris (+6,4 points), l'Arc de triomphe (+5,2 points), le musée d'Orsay (27,7 %, +3,7 points) et la tour Eiffel (+3,4 points). En revanche, ils visitent moins Disneyland® Paris (3,5 %, -11,5 points) et le centre Pompidou (16,0 %, -4,1 points).

43 % DES DÉPENSES DES CANADIENS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT (EN %)



Les Canadiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important à la restauration (+1,5 point) et moins important aux transports (-1,2 point).

DES TOURISTES 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

- Être présent et visible sur Internet pour répondre à un comportement indépendant en termes d'achat.
- Accentuer les efforts en matière d'accueil dans les hébergements.
- Propriétaires de meublés et locations saisonnières : démarcher particulièrement cette clientèle, davantage à la recherche de ce type d'hébergement.

L'essentiel

- 457 000 séjours** soit 3,0 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 2 872 000 nuitées** soit 3,5 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 6,3 nuits** en moyenne.
- 49,8 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 93,8 %** voyagent en individuel.
- 81,9 %** voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 131 €** de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 96,4 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 96,4 %** recommanderaient la destination à leur entourage.
- 39,2 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.