



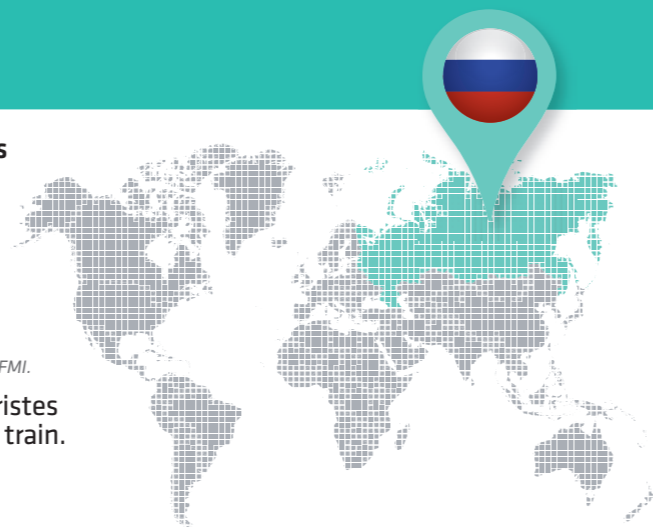
# Les Russes

- Population totale: **143,3 millions d'habitants**
- Taux de croissance économique: **+1,3 %**
- Taux de change moyen: **1 EUR = 42,32 RUB**; variation 2013/2012: **+6,0 %**
- Taux de chômage: **5,5 %**
- Taux d'inflation: **+6,8 %**

Sources: Service fédéral de la statistique d'État (GKS), Banque de France, FMI.

- 93,7%** des touristes sont venus en avion.
- 6,3%** des touristes sont venus en train.

Les transports routiers ne sont pas comptabilisés dans les enquêtes.



## Quel profil ?

Les visiteurs russes ont un âge moyen (38 ans) inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (40 ans). Ils appartiennent pour moins du tiers (31,0 %, -11,3 points) aux PCS+<sup>1</sup> et pour 23,8 % (+15,6 points) aux catégories socioprofessionnelles intermédiaires.

<sup>1</sup> Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

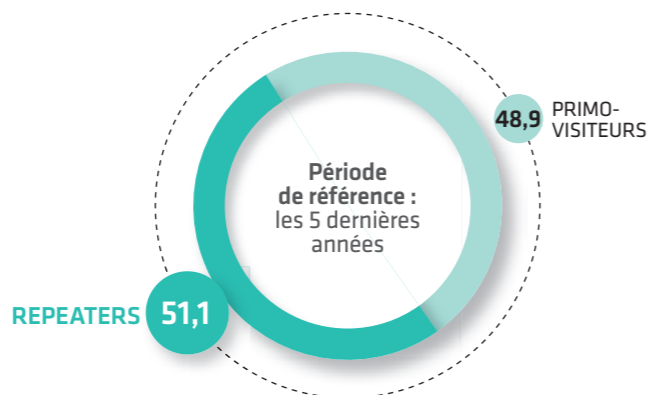
## Quel type de voyage ?

Près de 8 visiteurs sur 10 (77,4 %, +5,9 points) se déplacent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (38,0 %, +10,4 points) ou seuls (27,8 %, -4,6 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour dans plus de deux tiers des cas (67,3 %, -2,8 points). Elle fait partie d'un circuit France pour 19,3 % (+6,6 points) et d'un circuit Europe pour 15,3 % (-4,9 points). Les Russes voyagent en individuel non organisé pour plus des trois quarts (76,2 %, -3,8 points). Ils sont 19,1 % à opter pour un séjour en individuel organisé (+5,3 points) et 4,8 % préfèrent les groupes organisés (-1,5 point).

## Quel hébergement ?

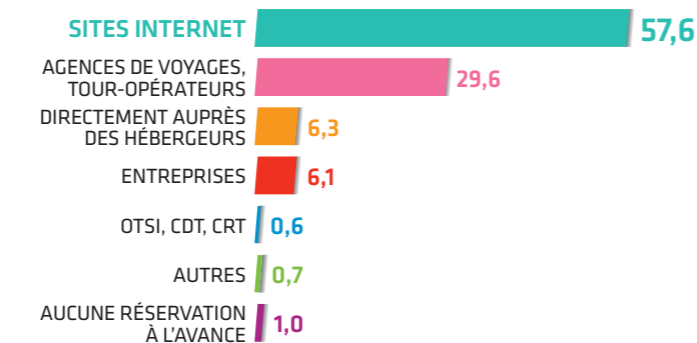
Près de 9 séjours sur 10 (89,5 %, +6,6 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 76,2 % (moyen de gamme pour 69,7 % et haut de gamme pour 27,0 %), les meublés et locations saisonnières (6,7 %), les chambres d'hôtes (2,9 %) et les résidences hôtelières (1,9 %). Les résidences principales d'amis (5,6 %) et de parents (2,6 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

## UNE RÉPARTITION QUASI ÉQUIVALENTE ENTRE LES REPEATERS ET LES PRIMO-VISITEURS RUSSES (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 PRÉPONDERANT (EN %)



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

À l'étape de la préparation du voyage, les Russes favorisent également Internet (59,3 %, +10,0 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (25,4 %, -0,6 point).

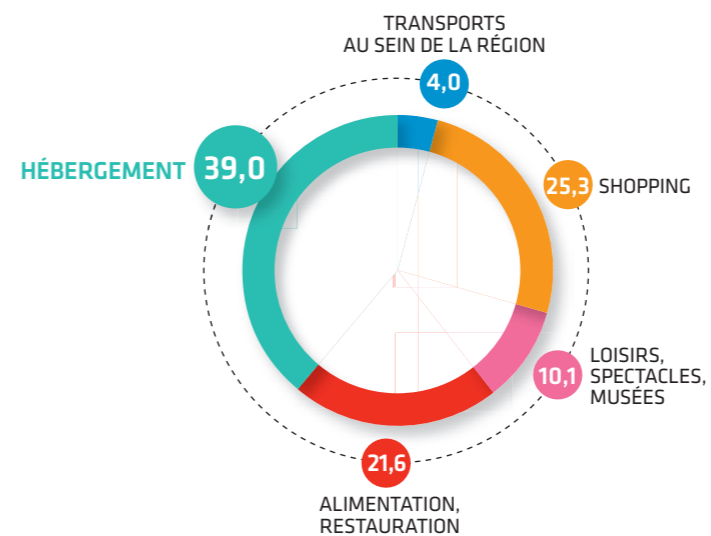
## Quelles activités ?

Les Russes sont plus nombreux à se consacrer à la découverte des villes (83,6 %, +13,5 points), à la visite de parcs d'attractions (27,9 %, +10,8 points), aux visites de musées et monuments (95,4 %, +7,8 points) et à la découverte de la gastronomie (40,8 %, +5,2 points). En revanche, ils sont moins attirés par la découverte de nouveaux quartiers branchés (8,2 %, -9,0 points), par les sorties nocturnes (9,4 %, -8,9 points) ainsi que par les marchés et brocantes (15,9 %, -6,2 points).

## Quels sites visités ?

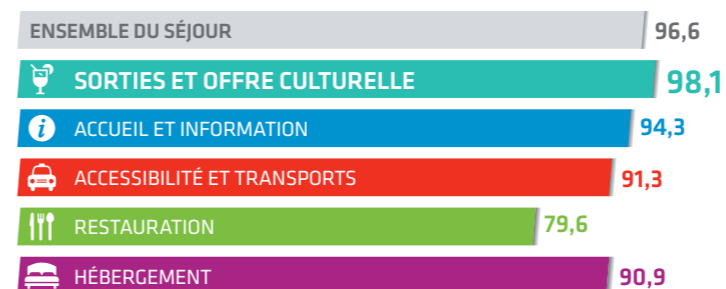
« Top 5 » des lieux les plus visités : Notre-Dame de Paris (81,7%), la tour Eiffel (80,5%), le musée du Louvre (74,7%), l'Arc de triomphe (72,2 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (60,9 %). Les Russes sont plus nombreux à visiter les sites du « top 5 » comme Notre-Dame de Paris (+21,7 points), le musée du Louvre (+19,6 points) et le Sacré-Cœur de Montmartre (+18,0 points). Ils se rendent également davantage au musée d'Orsay (39,0 %, +15,0 points), à Disneyland® Paris (25,2 %, +10,2 points) et au centre Pompidou (28,1 %, +8,0 points). Il est peu de sites qu'ils visitent moins que les autres.

## LE QUART DES DÉPENSES DES RUSSES CONSACRÉES AU SHOPPING (EN %)



Les Russes, dont la dépense moyenne par jour et par personne est très supérieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important au shopping (+5,8 points) et moins important à l'hébergement (-3,2 points) ainsi qu'aux transports (-2,9 points).

## DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE RESTAURATION (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

- Accentuer les efforts en matière de restauration, notamment au niveau de l'accueil.
- Communiquer sur la thématique « shopping », activité à laquelle est consacré un budget important.
- Propriétaires de meublés et résidences hôtelières : démarcher particulièrement cette clientèle davantage à la recherche de ce type d'hébergement.

## L'essentiel

- 431 000 séjours soit 2,9 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 2 812 000 nuitées soit 3,4 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 6,5 nuits en moyenne.
- 51,1 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 95,2 % voyagent en individuel.
- 77,4 % voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 187 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 96,6 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 97,3 % recommanderaient la destination à leur entourage.
- 58,8 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.