



# PRESENTATION DES CLIENTELES DE LA DESTINATION PARIS ILE-DE-FRANCE



# BILAN ET TENDANCES 2014

45,9  
millions

de touristes à Paris  
Île-de-France

58%  
de Français

42%  
d'Internationaux

170,8  
millions

de nuitées à Paris  
Île-de-France

47%  
de nuitées  
françaises

53%  
de nuitées  
internationales

20,8  
milliards d'€

de consommation touristique  
générée par les touristes à Paris  
Île-de-France

# BILAN ET TENDANCES 2014

Les agences de voyages et les tour-opérateurs : principal vecteur de réservation surtout pour les Japonais, les Espagnols et les Chinois

Des touristes français en diminution (baisse de la clientèle d'affaires du fait de la crise)

Des touristes français et européens qui représentent près de 8 touristes sur 10 dans l'hôtellerie

Importance des familles espagnoles et brésiliennes

Des touristes européens en diminution

Des touristes en provenance des marchés lointains plus nombreux

Un fort recours à l'hôtellerie francilienne

Internet : principal vecteur de réservation surtout pour les Russes, les Canadiens et les Suisses

Importance des couples australiens, russes, brésiliens et canadiens

Des séjours essentiellement réalisés pour motif personnel notamment pour les Australiens, les Brésiliens et les Canadiens



# BILAN ET TENDANCES 2014

Un taux de satisfaction élevé

Importance des voyageurs professionnels français, indiens, belges et allemands

Une majorité de repeaters de la destination notamment pour les Français, les Belges et les Suisses

Les Britanniques, les Américains et les Allemands : les 3 premières clientèles internationales dans l'hôtellerie francilienne

Les Japonais, les Russes et les Chinois : les clientèles qui dépensent le plus par jour et par personne

Les Russes, les Brésiliens et les Indiens : les clientèles qui disposent des budgets les plus importants

Une intention de revisite importante notamment pour les clientèles de proximité

Les Français, les Américains et les Italiens génèrent les recettes touristiques les plus importantes

Une prédominance des activités culturelles

Le shopping : une activité plébiscitée



# BILAN ET TENDANCES 2014

## 32,2 millions

d'arrivées hôtelières à Paris Île-de-France  
de janvier à décembre 2014

- 1,2%

de visiteurs  
français\*

-0,4%

de visiteurs  
internationaux\*

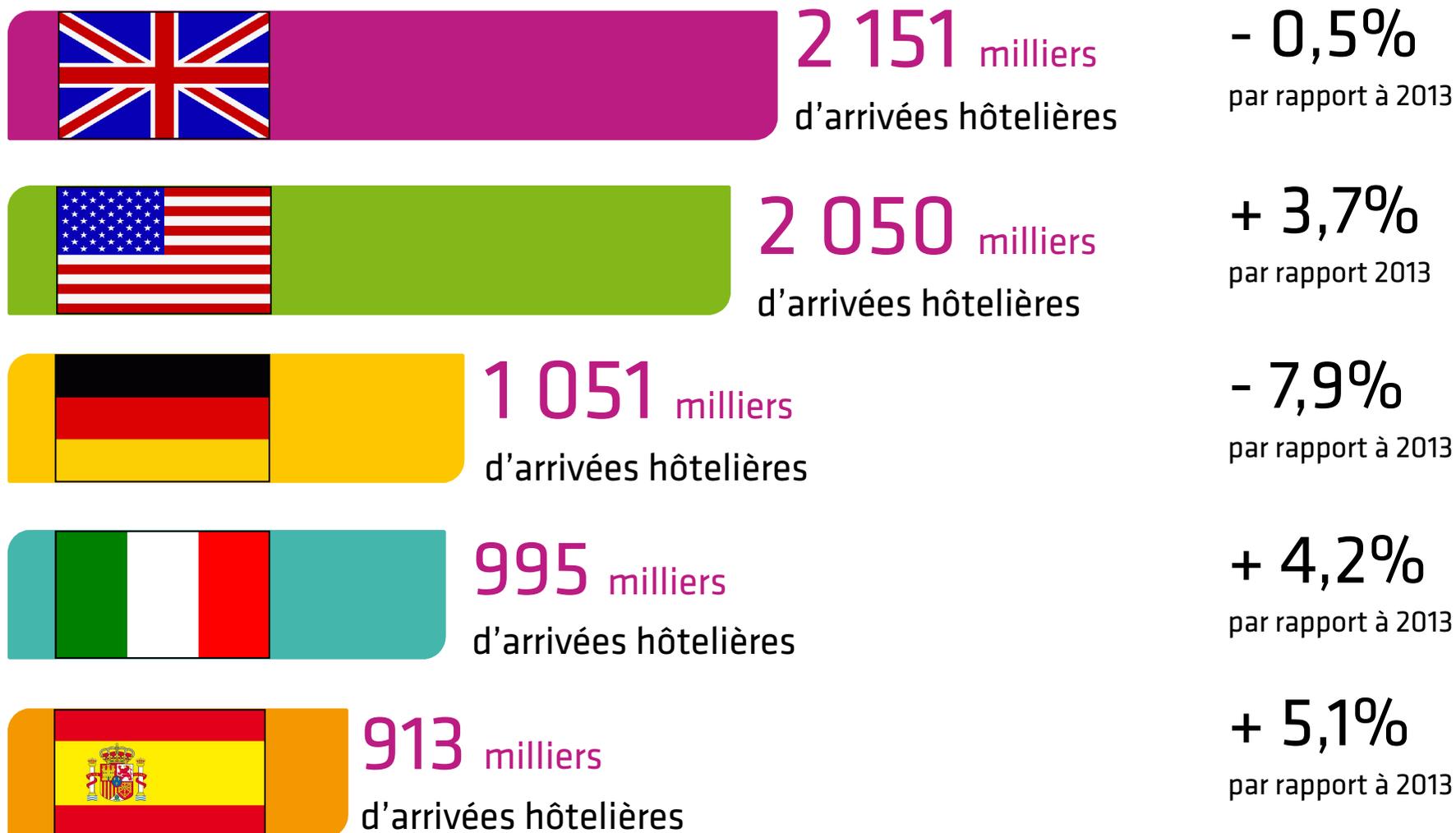
75,0%

de taux  
d'occupation  
moyen

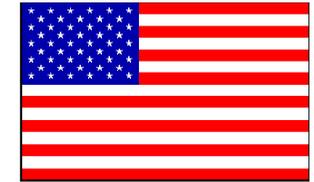
\* Variation 2014/ 2013

Sources : INSEE - DGCIS - CRT Paris Île-de-France - Données 2014

## Top 5 des clientèles internationales en 2014 (arrivées hôtelières)



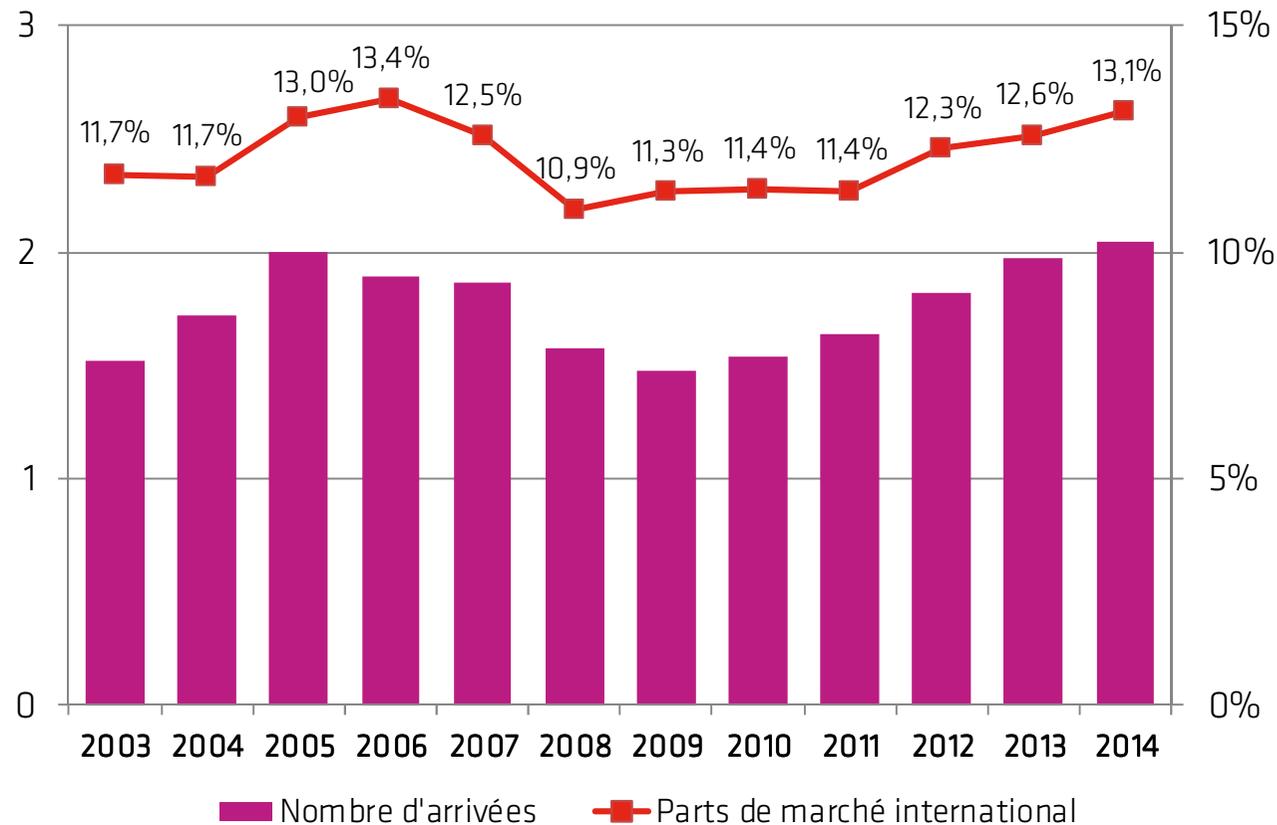
Sources : INSEE - DGE - CRT Paris Île-de-France - Données 2014.



# LES AMÉRICAINS

## 2<sup>ème</sup> clientèle internationale dans l'hôtellerie francilienne - arrivées

(en millions)



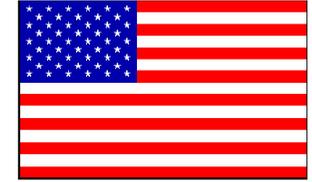
**+3,7%**  
entre 2014 et 2013

**+2,1%**  
entre le 1<sup>er</sup> trimestre  
2015 et le 1<sup>er</sup>  
trimestre 2014

*Avertissement méthodologique : l'enquête de fréquentation hôtelière a fait l'objet de plusieurs changements méthodologiques en 2006 et en 2014. Ainsi, les résultats 2005 et ceux de 2010 à 2013 ont été « rétropolés ».*

Sources : DGCIS - INSEE - CRT Paris Île-de-France.



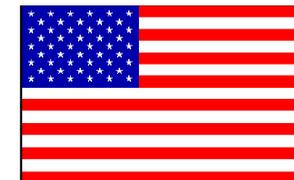


# PROFIL DE LA CLIENTELE US DE LA DESTINATION PARIS ILE-DE-FRANCE

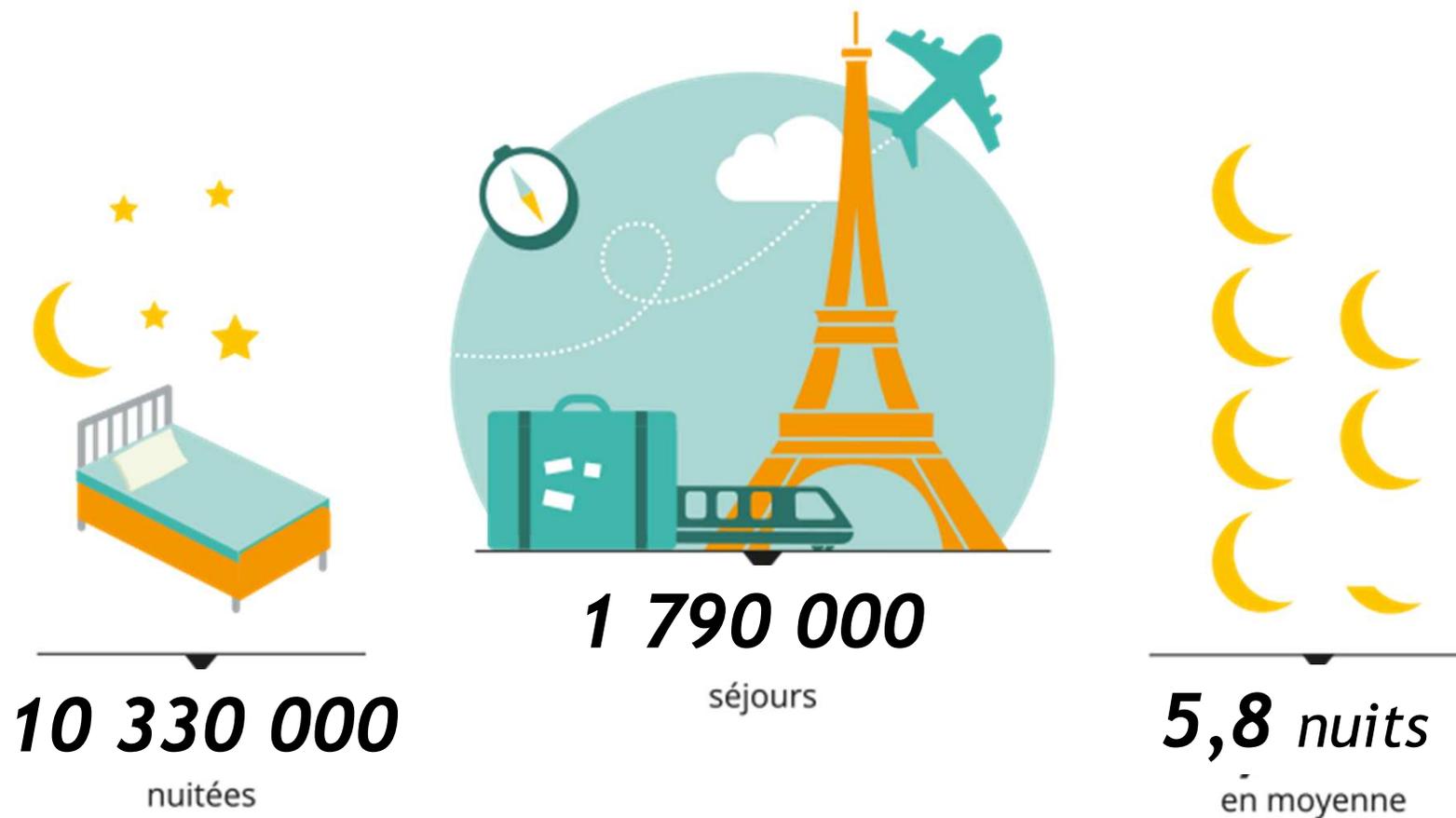
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014



# LES AMERICAINS

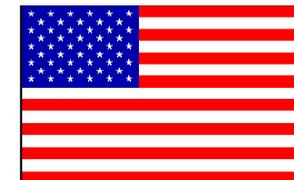


## FRÉQUENTATION



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014

# LES AMERICAINS

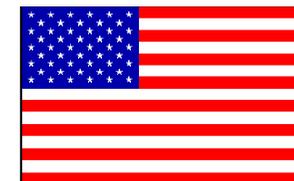


## Provenance

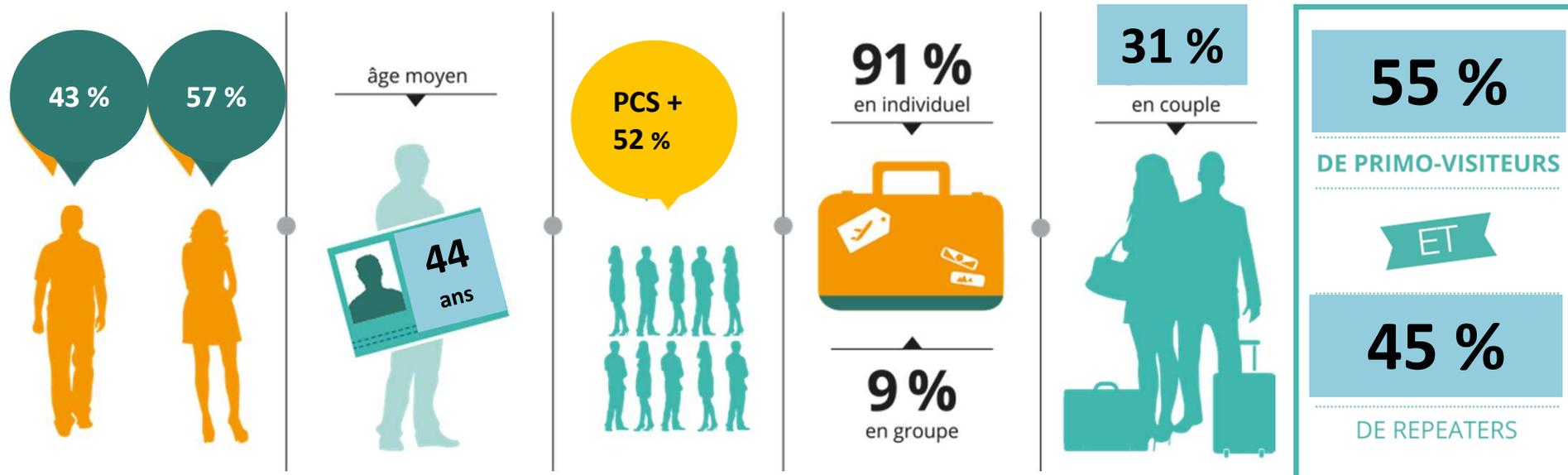
- 21,2% New York/ Boston
- 18,1% Californie
- 13,4% Pennsylvanie, Ohio, Michigan, Illinois

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014

# LES AMERICAINS

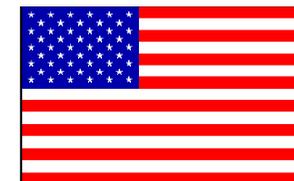


## PROFIL



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014

# LES AMERICAINS

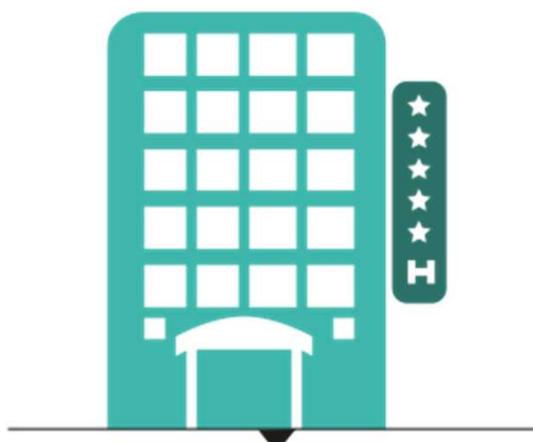


HÉBERGEMENT



17 %

non marchand



65 %

hôtellerie

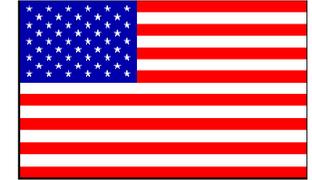


18 %

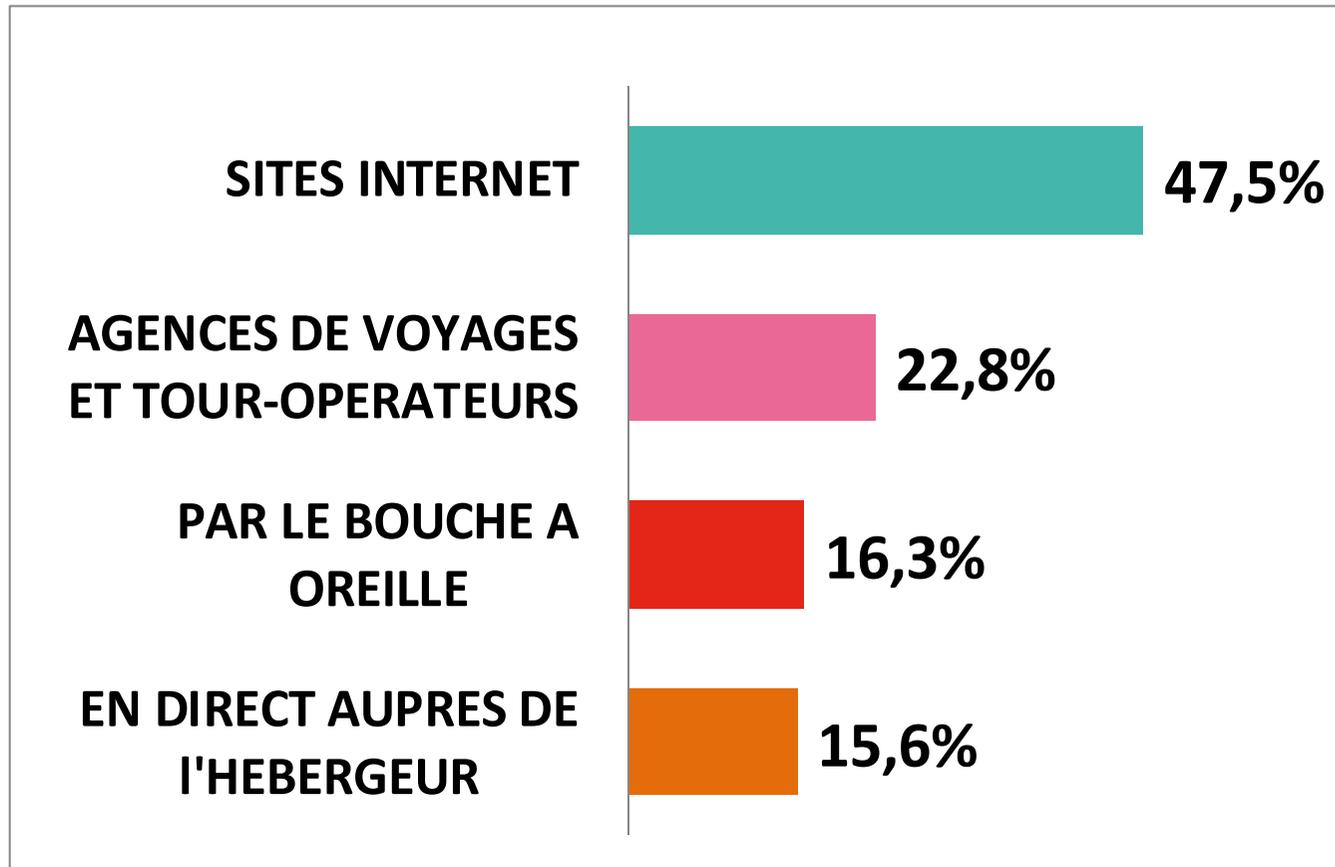
reste marchand

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014

# LES AMERICAINS

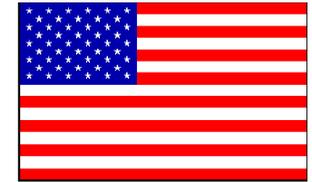


## MOYENS D'INFORMATION

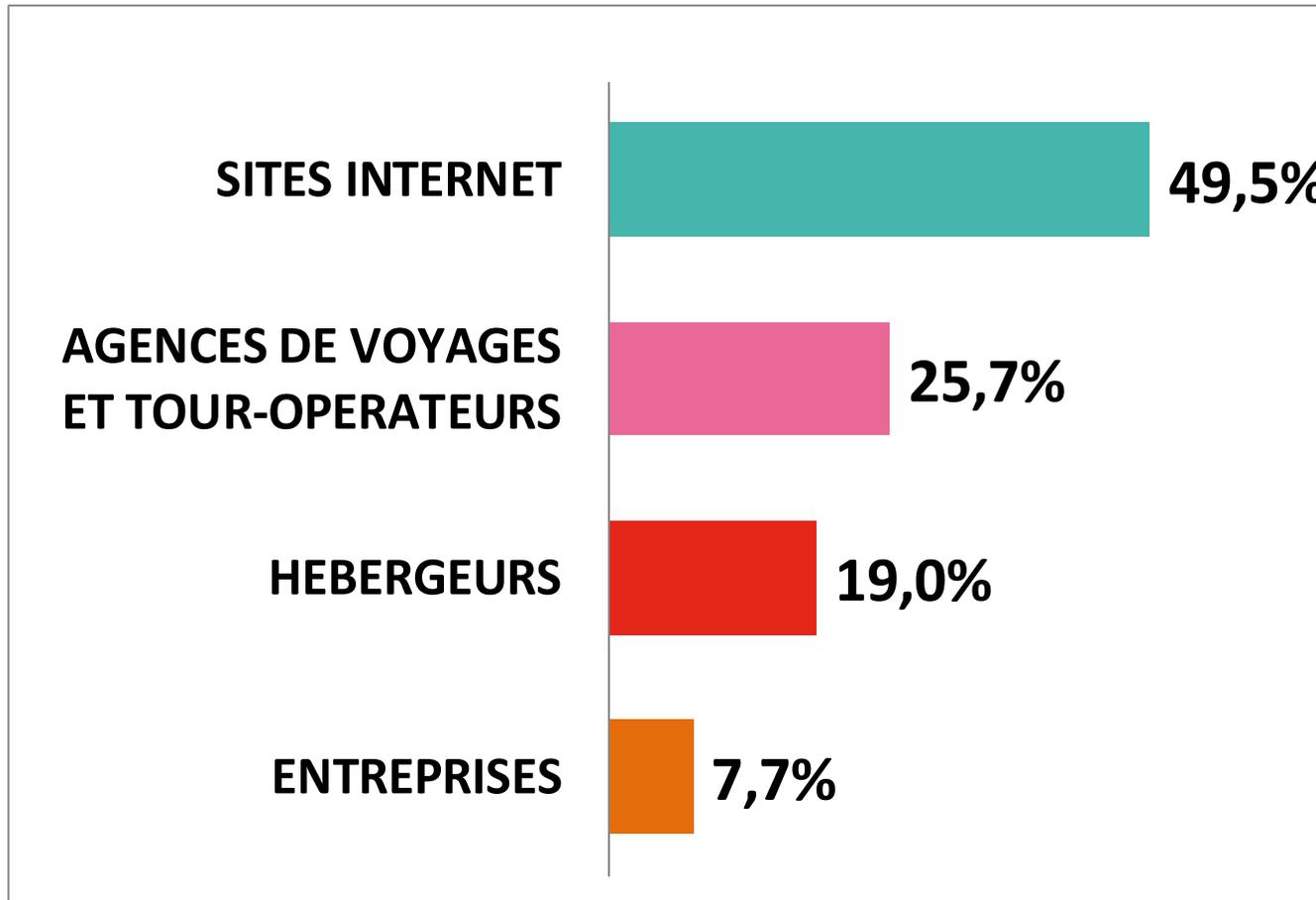


Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014

# LES AMERICAINS

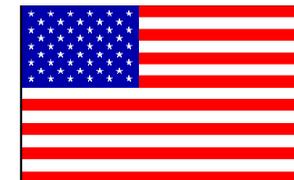


## MOYENS DE RÉSERVATION

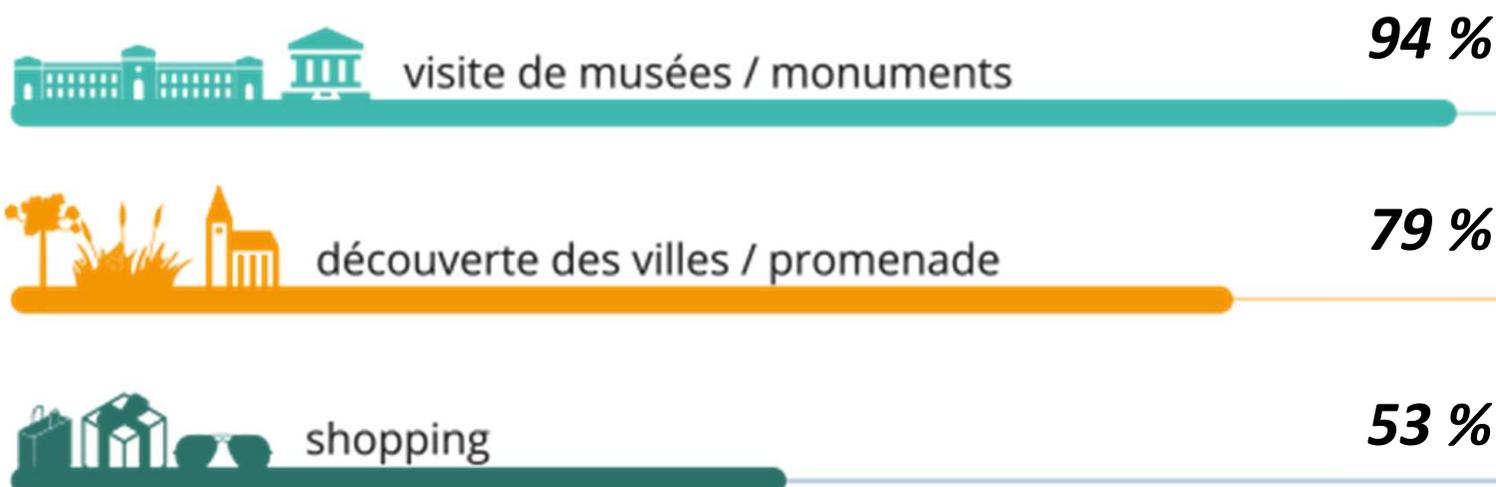


Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014

# LES AMERICAINS

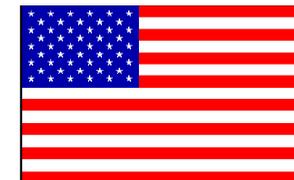


## TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

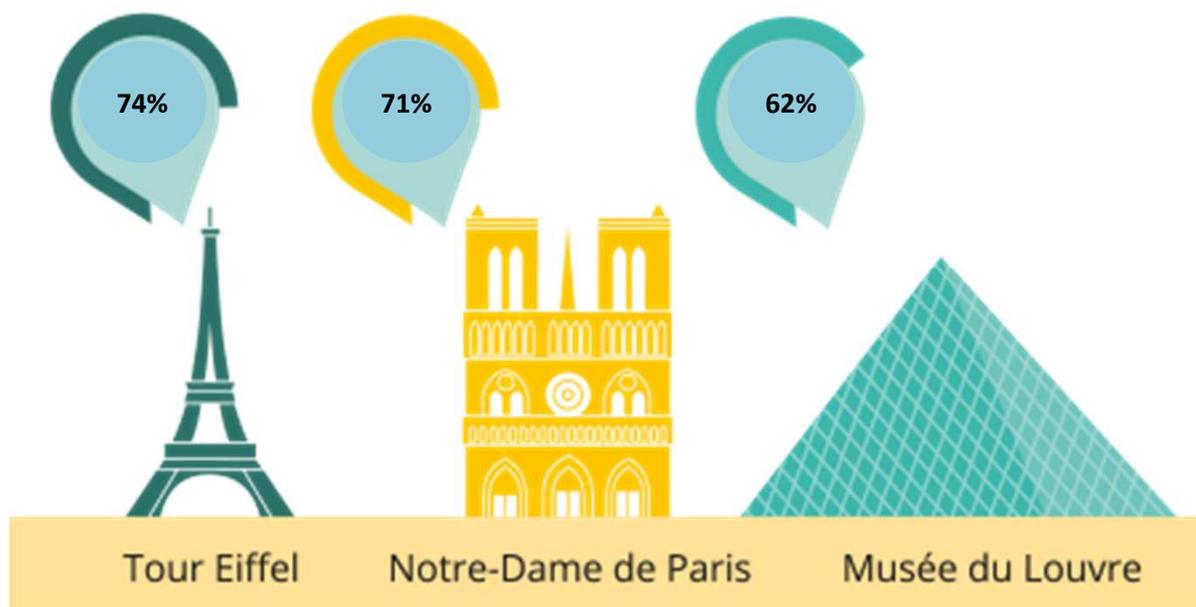


Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014

# LES AMERICAINS

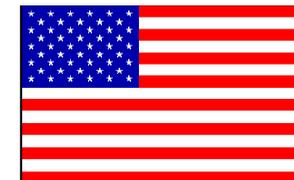


## TOP 3 DES SITES VISITÉS



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014

# LES AMERICAINS



## — DÉPENSE/BUDGET/RECETTE —



de dépense moyenne  
par jour et par personne



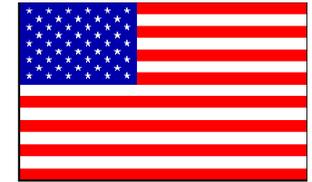
de budget du séjour  
par personne



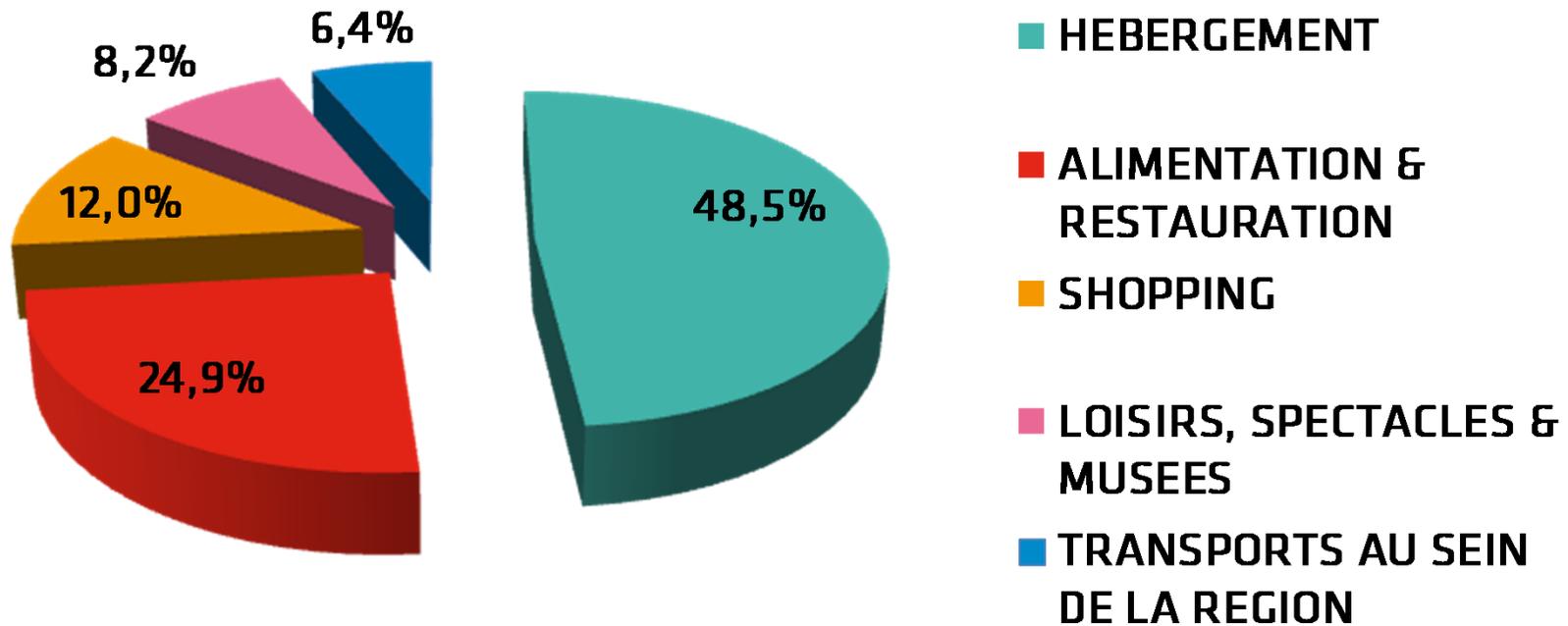
de recettes  
touristiques

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014

# LES AMERICAINS



## POSTES DE DEPENSES



DÉPENSE MOYENNE

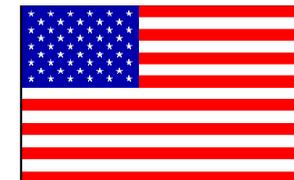
167 €

BUDGET MOYEN

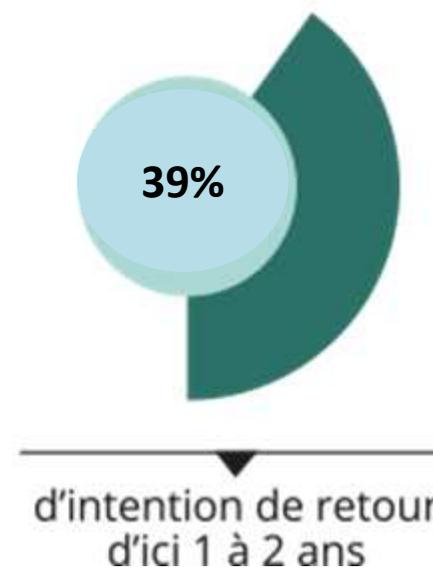
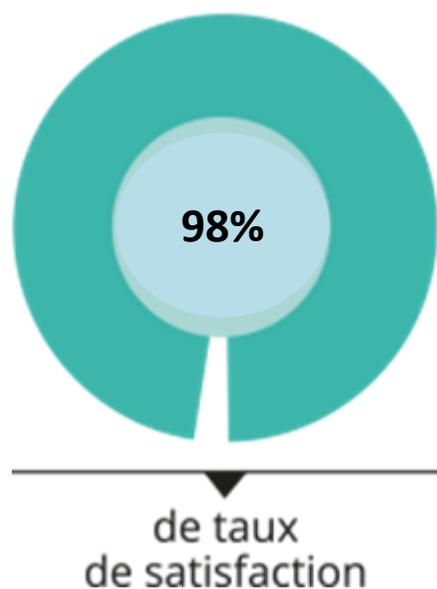
961 €

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014

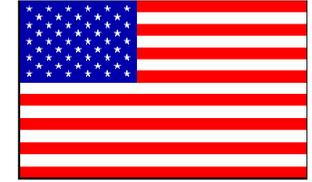
# LES AMERICAINS



## ← SATISFACTION/REVISITE →



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014



# LES ACTIONS DU CRT SUR LE MARCHE US 2014 & 2015



# ACTIONS 2014

CAMPAGNES DE COMMUNICATION  
=> PRESSE ET GRAND PUBLIC

WORKSHOPS & DEMARCHAGES  
=> PROFESSIONNELS



# ACTIONS 2014



## MISSION PARIS ILE-DE-FRANCE

**22 AU 24 AVRIL 2014 EN PARTENARIAT AVEC ATOUT FRANCE**

**À NEW-YORK**

- **« WE ARE FREE , MERCI » - CÉLÉBRATION DU 70ÈME ANNIVERSAIRE DE LA LIBÉRATION DE PARIS.**
- **ORGANISATION D'UN WORKSHOP, DE RENCONTRES AVEC LA PRESSE ET DE DÉMARCHAGES**
- **20 PROFESSIONNELS FRANCILIENS PRÉSENTS**
- **200 PROFESSIONNELS AMÉRICAINS RENCONTRÉS**

# ACTIONS 2014

## FRENCH AFFAIRS À LAS VEGAS

DU 18 AU 20 OCTOBRE 2014

EN PARTENARIAT AVEC ATOUT FRANCE ET L'OTCP

=> VISITPARISREGION

- SOIRÉE SUR LA THÉMATIQUE : « WE ARE FREE , MERCI »
- CIBLES : TOUR-OPÉRATEURS AMÉRICAINS, CANADIENS ET SUD-AMÉRICAINS
- 27 PROFESSIONNELS FRANCILIENS PRÉSENTS
- 60 TOUR OPÉRATEURS RENCONTRÉS



# ACTIONS 2015

CAMPAGNES DE COMMUNICATION  
=> PRESSE ET GRAND PUBLIC

WORKSHOPS & DEMARCHAGES  
=> PROFESSIONNELS



# ACTIONS 2015

## MISSION PARIS ILE-DE-FRANCE

EN PARTENARIAT AVEC ATOUT FRANCE EN CALIFORNIE

DU 1 ER AU 4 MARS 2015

- THÉMATIQUE : EXPERIENCE YOUR NEW PARIS
- CIBLES : PRESSE, TOUR-OPÉRATEURS, AGENCES DE VOYAGE, AGENCES MICE
- ORGANISATION D'UN WORKSHOP, RENCONTRES AVEC LA PRESSE ET DÉMARCHAGES
- 11 PROFESSIONNELS FRANCILIENS PRÉSENTS
- 300 PROFESSIONNELS US RENCONTRÉS



# ACTIONS 2015

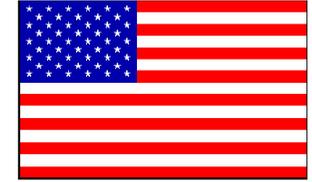
## FRENCH AFFAIRS À ATLANTA

DU 17 AU 19 OCTOBRE 2015

EN PARTENARIAT AVEC ATOUT FRANCE



- **CIBLES : TOUR-OPÉRATEURS AMÉRICAINS, CANADIENS ET SUD-AMÉRICAINS**
- **100 TOUR-OPÉRATEURS ATTENDUS.**
- **OBJECTIF : OPTIMISER LA SYNERGIE ENTRE TOUR-OPÉRATEURS ET PARTENAIRES FRANÇAIS EN CIBLANT MIEUX LES ATTENTES DU MARCHÉ**



# **ACTIONS VERS LES PROFESSIONNELS MICE & PROFIL DE LA CLIENTELE US PROFESSIONNELLE**



# ACTIONS 2015

## RED WHITE AND BLUE PARIS REGION

- Du 25 au 29 mars
  - à Paris, Vaux le Vicomte et Versailles
- SITES INSPECTION
- WORKSHOP
- PROGRAMME INCENTIVE



# ACTIONS 2015

## RED WHITE AND BLUE PARIS REGION

- 31 acheteurs qualifiés
  - Agences
- 77 % USA
  - 10 % Canada
  - 13 % Brésil, Argentine et Chili
- 26 exposants
  - 17 franciliens
- 13 visites de sites

RED WHITE & BLUE Paris and Its Region  
March 25-29, 2015

Angelica  
Nieto Delgado

BCD M&I

PARIS REGION  
MARRIOTT PARIS OPERA AMBASSADOR HOTEL  
INTERCONTINENTAL PARIS LE GRAND  
AIRFRANCE  
DELTA  
France  
rendezvousenfrance.com

# ACTIONS 2015



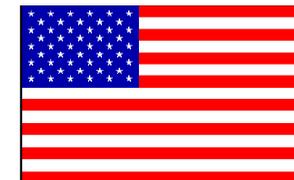
# PROFESSIONNELS vs LOISIRS

	CLIENTELES PROFESSIONNELLES	CLIENTELES LOISIRS
SEJOURS	205 000	1 441 000
NUITEES	1 457 000	7 611 500
PARTS	11 %	80 %
DUREE DES SEJOURS	7,1	5,3
DEPENSE MOYENNES	188 €	169 €
BUDGET MOYENS	1 337 €	894 €
REPEATERS	68 %	41 %
SOUHAITS DE REVISITE	60 %	35 %

# PROFESSIONNELS vs LOISIRS

	CLIENTELES PROFESSIONNELLES	CLIENTELES LOISIRS
FEMME	41 %	60 %
HOMME	59 %	40 %
SEUL	61 %	17,8 %
COUPLE	9,5 %	35 %
MOYEN D'INFORMATION	ENTREPRISE : 34 % AGENCES : 25 %	SITES INTERNET : 51 % AGENCES : 23 %
MOYEN DE RESERVATION	ENTREPRISE : 40 % AGENCES : 27 %	SITES INTERNET : 54 % AGENCES : 26 %
HEBERGEMENT MARCHAND	89 %	80 %

# PROFESSIONNELS

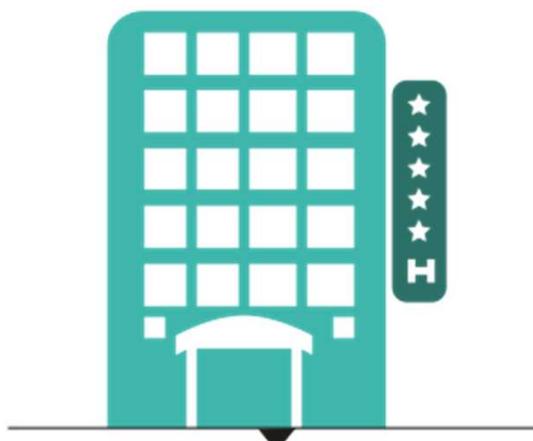


HÉBERGEMENT



9 %

non marchand



79 %

hôtellerie

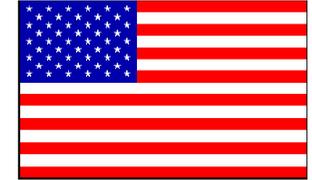


10 %

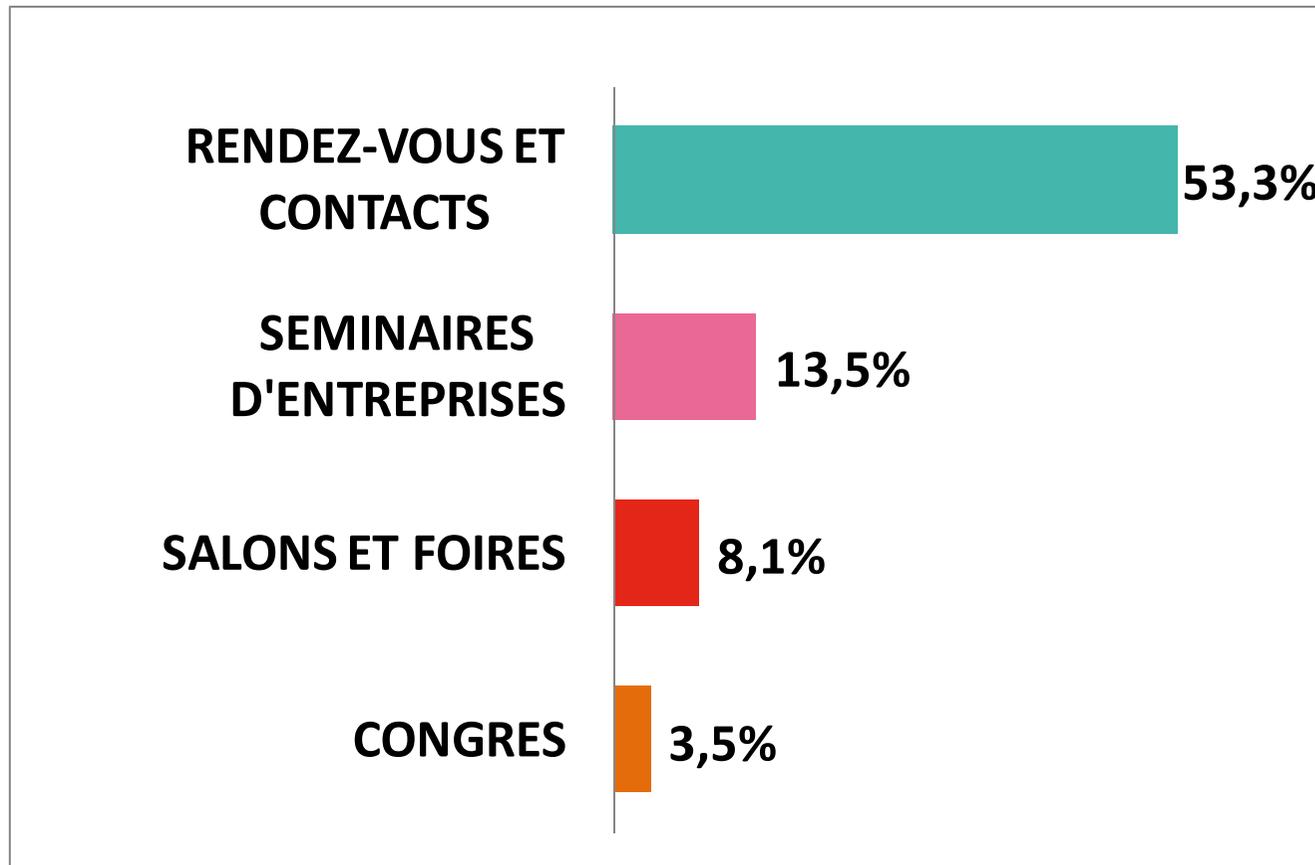
reste marchand

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014

# PROFESIONNELS US

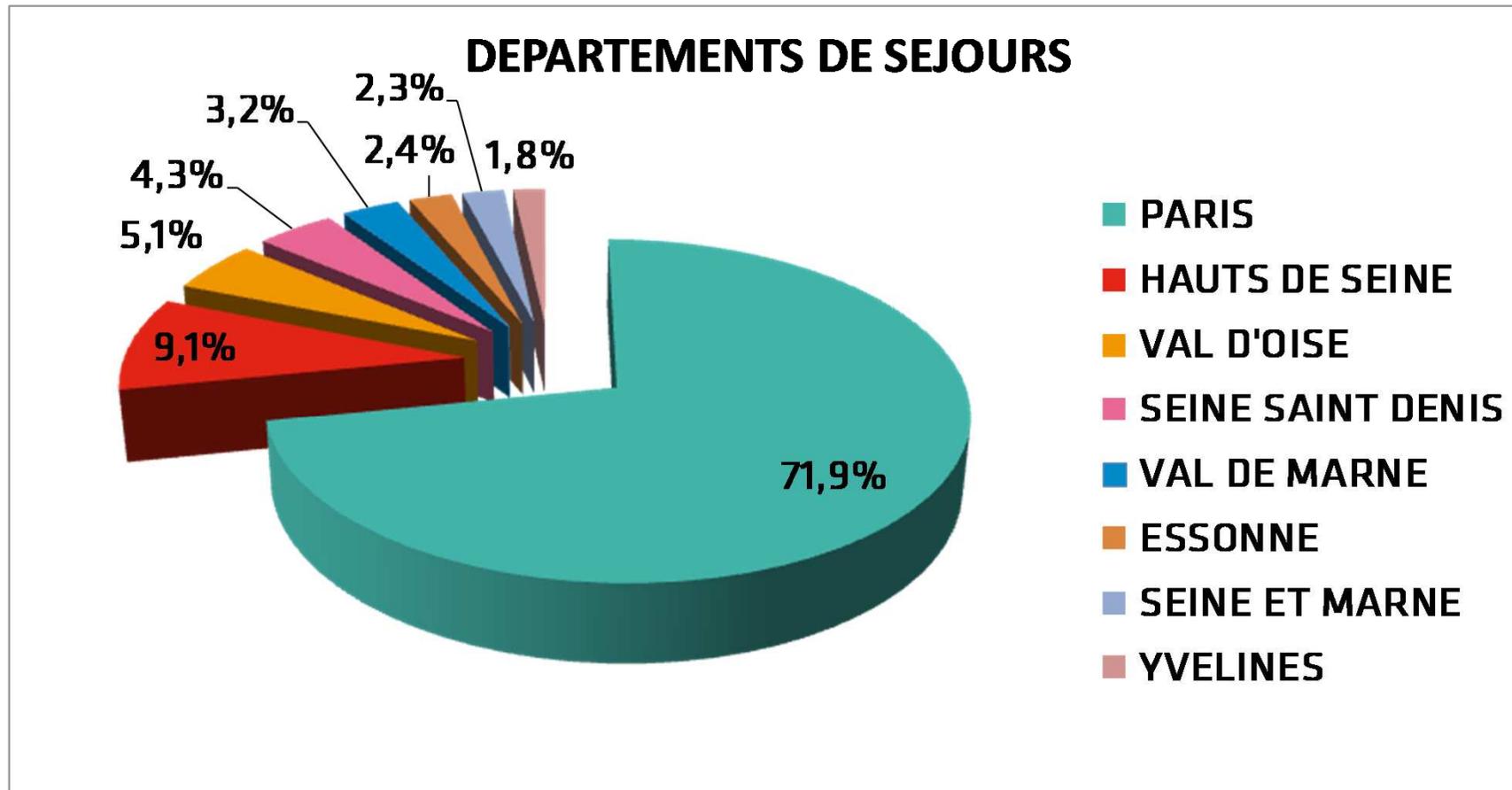
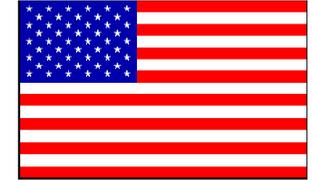


## MOTIFS DU DEPLACEMENT



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014

# PROFESSIONNELS US



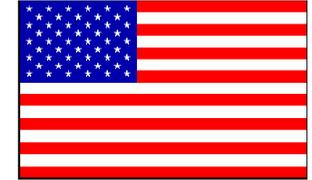
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014



# LES 10 POINTS A RETENIR



# LES AMERICAINS



1. **2<sup>ÈME</sup> CLIENTÈLE INTERNATIONALE EN NOMBRE D'ARRIVÉES HÔTELIÈRES**
2. **3,7 % D'AUGMENTATION D'ARRIVÉES HÔTELIÈRES ENTRE 2014 ET 2013**
3. **5,8 NUITS EN MOYENNE**
4. **UN BUDGET MOYEN DE 961 EUROS PAR PERSONNE**
5. **1,7 MILLIARD D'EUROS DE RECETTES TOURISTIQUES**
6. **55 % DE PRIMO-VISITEURS**
7. **21,2 % DES CLIENTS US EN PROVENANCE DE LA CÔTE EST ET 18,1% DE CALIFORNIE**
8. **80,4 % DE SÉJOURS PERSONNELS**
9. **25,7 % DES RÉSERVATIONS VIA AGENCES DE VOYAGES ET TOUR-OPÉRATEURS, 19,0 % EN DIRECT AUPRÈS DE L'HÉBERGEUR**
10. **98 % DE TAUX DE SATISFACTION QUANT À LEUR SÉJOUR ET 39 % D'INTENTION DE REVISITE.**

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes Aéroports-Trains-Autoroutes  
CRT Paris Île-de-France , ADP, SAGEB, SVD (BVA) - Résultats 2014



**MERCI DE VOTRE ATTENTION**

