



- > **Population totale :**
35,9 millions d'habitants
- > **Taux de croissance économique :** +1,4 %
- > **Taux de change moyen :**
1 EUR = 1,47 CAD ;
variation 2016/2015 : +3,3 %
- > **Taux de chômage :** 7,0 %
- > **Taux d'inflation :** +1,4 %

Les Canadiens

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs canadiens ont un âge moyen (41 ans) légèrement supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (39 ans). Ils appartiennent pour 39,4 % (+3,9 points) aux PCS+⁽¹⁾, pour 16,1% (-10,0 points) à la catégorie des employés et pour 13,4 % à celle des retraités (+6,7 points).

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

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus de 8 visiteurs sur 10 (84,3 %, +13,2 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (34,2 %, +9,0 points), seuls (25,6 %, -2,1 points) ou en famille (22,1 %, -2,2 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 44,4 % (-27,1 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour 37,6 % (+20,2 points) et d'un circuit France pour 23,3 % (+10,3 points). Les Canadiens voyagent en individuel non organisé pour 85,6 % (+6,4 points). Ils sont 5,9 % (-2,6 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages

ou un tour-opérateur, 5,2 % (-0,3 point) à préférer les groupes organisés et 3,4 % (-3,4 points) à effectuer un voyage individuel organisé par leur entreprise.

QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de 8 séjours sur 10 (82,5 %, -0,4 point) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 54,7 % (moyen de gamme pour 57,6 % et haut de gamme pour 38,4 %), les meublés et locations saisonnières (13,5 %) ainsi que les résidences hôtelières (8,6 %). Les résidences principales de parents (6,1%) et d'amis (6,1%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (89,6 %), les promenades en ville (84,0 %) ainsi que les visites de parcs et jardins (65,7 %). Les Canadiens sont particulièrement intéressés par celles-ci (+16,0 points) ainsi que par les promenades en ville

(+13,1 points) et la découverte de la gastronomie française (51,3 %, +11,3 points). Ils se consacrent également davantage aux marchés et brocantes (27,3 %, +9,8 points), aux visites de musées et monuments (+7,0 points), aux croisières fluviales (19,1 %, +4,1 points) ainsi qu'aux visites guidées de quartiers (14,4 %, +3,4 points). Ils sont en revanche moins intéressés par les parcs d'attractions (10,5 %, -12,2 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (69,3 %), Notre-Dame de Paris (62,6 %), l'Arc de triomphe (56,7 %), le musée du Louvre (51,6 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (38,4 %). Ils sont plus nombreux à visiter les sites du "top 5", particulièrement Notre-Dame de Paris (+12,4 points), l'Arc de triomphe (+7,7 points), la tour Eiffel (+6,6 points) et le musée du Louvre (+4,0 points). En revanche, ils visitent moins Disneyland® Paris (4,4 %, -12,8 points) ainsi que la Grande Arche de la Défense (5,2 %, -3,4 points).



79,2 %
des touristes sont venus en avion



12,8 %
des touristes sont venus en train



8,0 %
des touristes sont venus par la route

49,3 %
REPEATERS



50,7 %
PRIMO-VISITEURS

La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 60,1% de repeaters et de 39,9% de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDERANT



52,2 %

Sites Internet



23,9 %

Plateformes de réservation entre particuliers



22,2 %

Agences de voyages, tour-opérateurs



10,5 %

Directement auprès des hébergeurs



7,1 %

Entreprises



2,0 %

OTSI, CDT, CRT



1,6 %

Autres



1,3 %

Aucune réservation à l'avance

À l'étape de la préparation du voyage, pour s'informer, les Canadiens favorisent également Internet (59,0%, +2,3 points), devant les plateformes de réservation entre particuliers (21,7%, +9,3 points).

Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

DES TOURISTES SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'OFFRE CULTURELLE ⁽¹⁾



93,6 %

Ensemble du séjour



96,7 %

Sorties et offre culturelle



93,7 %

Accessibilité et transports



93,4 %

Hébergement



90,3 %

Accueil et information



90,2 %

Restauration

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 93,7%.

(1) % satisfaits et très satisfaits.

PLUS DU QUART DES DÉPENSES DES CANADIENS CONSACRÉES À LA RESTAURATION



40,9 %

Hébergement

26,8 %

Alimentation, restauration

16,3 %

Shopping

9,7 %

Loisirs, spectacles, musées

6,4 %

Transports au sein de la région

Les Canadiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne est égale à celle de l'ensemble des clientèles internationales (146 €), accordent une part plus importante de leur budget à la restauration (+2,2 points) et moins importante au shopping (-2,3 points).

À RETENIR

- **455 000 séjours** soit 2,5% des séjours de la clientèle internationale
- **2 462 000 nuitées** soit 3,0% des nuitées de la clientèle internationale
- **5,4 nuits** en moyenne
- **49,3 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **85,6 %** voyagent en individuel non organisé
- **84,3 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **146 €** de dépense moyenne par jour et par personne
- **791 €** de budget moyen du séjour par personne
- **93,6 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **42,1 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

NOS SUGGESTIONS

- Porter une attention particulière aux voyageurs en couple, plus âgés et intéressés par la découverte du patrimoine
- Proposer des activités en lien avec la gastronomie ainsi qu'avec les visites de marchés et brocantes
- Prendre en compte l'importance des réservations via les plateformes de réservation entre particuliers

Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les axes d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, QUIBUS (BVA) - résultats 2016 ; BCE, Banque mondiale, FMI.