



> Population totale :

1,311 milliard d'habitants

> Taux de croissance

économique : +6,8 %

> Taux de change moyen :

1 EUR = 74,37 INR ;
variation 2016/2015 : +4,5 %

> Taux de chômage : 8,4 %

> Taux d'inflation : +4,9 %

Les Indiens

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs indiens ont un âge moyen (34 ans) nettement inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (39 ans). Ils sont employés pour 42,9 % (+16,9 points), issus des PCS+⁽¹⁾ pour 32,6 % (-2,9 points) et étudiants pour 12,9 % (+1,0 point).

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

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus de 6 visiteurs sur 10 voyagent pour motifs personnels uniquement (61,6 %, -9,5 points). Ils sont 32,3 % à voyager seuls (+4,5 points), 21,9 % en famille (-2,3 points) et 19,1 % en couple (-6,0 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour dans 56,7 % des cas (-14,8 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour près du tiers (32,1 %, +14,7 points) et d'un circuit France pour 15,9 % (+3,0 points). Les Indiens voyagent en individuel non organisé pour 73,0 % (-6,2 points), 11,8 % (+5,0 points) effectuent un voyage individuel organisé par leur entreprise, 8,3 % (-0,2 point) d'entre eux optent pour un séjour individuel organisé par

une agence de voyages ou un tour-opérateur et 6,8 % (+1,4 point) préfèrent les groupes organisés.

QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de 9 séjours sur 10 (91,3 %, +8,5 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 60,7 % (moyen de gamme pour 56,9 % et haut de gamme pour 36,7 %), les résidences hôtelières (10,7 %), les gîtes et chambres d'hôtes (9,5 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (6,0 %). Les résidences principales d'amis (4,3 %) et de parents (1,9 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (95,1 %), les promenades en ville (76,7 %) et le shopping (62,5 %). Les Indiens se consacrent particulièrement aux croisières fluviales (34,2 %, +19,2 points), au shopping (+14,9 points), aux visites de musées et monuments (+12,5 points) et à celles de parcs et jardins (61,0 %,

+11,3 points). Ils apprécient également les visites guidées de quartiers (17,4 %, +6,4 points), les promenades en ville (+5,8 points) ainsi que les parcs d'attractions (26,2 %, +3,4 points). En revanche, ils sont moins attirés par la découverte de la gastronomie (27,5 %, -12,4 points) et par les événements et expositions (9,5 %, -3,6 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (88,9 %), le musée du Louvre (66,1 %), Notre-Dame de Paris (62,5 %), l'Arc de triomphe (52,6 %) et le musée d'Orsay (22,3 %). Ils sont plus nombreux à visiter certains sites du "Top 5" comme la tour Eiffel (+26,3 points), le musée du Louvre (+18,4 points), Notre-Dame de Paris (+12,3 points) et l'Arc de triomphe (+3,6 points). Ils sont également plus nombreux à visiter le musée national Picasso-Paris (10,4 %, +5,1 points), la Grande Arche de la Défense (13,3 %, +4,7 points) et la Basilique de Saint-Denis (7,7 %, +4,4 points). En revanche, ils se rendent moins au Sacré-Cœur de Montmartre (22,2 %, -15,2 points) et au centre Pompidou (8,7 %, -7,4 points).



73,8 %
des touristes sont venus en avion



20,2 %
des touristes sont venus en train



6,0 %
des touristes sont venus par la route

38,7 %
REPEATERS



61,3 %
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



50,1 %

Sites Internet



25,7 %

Agences de voyages, tour-opérateurs



20,0 %

Directement auprès des hébergeurs



16,0 %

Entreprises



12,3 %

Plateformes de réservation entre particuliers



1,3 %

OTSI, CDT, CRT



1,8 %

Autres



2,9 %

Aucune réservation à l'avance

À l'étape de la préparation du voyage, pour s'informer, les Indiens favorisent également Internet (59,0%, +2,2 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (18,7%, -0,8 point) ainsi que les entreprises (13,4%, +4,3 points).

Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

DES TOURISTES MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE DE TRANSPORTS ⁽¹⁾



89,6 %

Ensemble du séjour



91,1 %

Sorties et offre culturelle



88,3 %

Restauration



88,2 %

Accueil et information



87,4 %

Hébergement



85,2 %

Accessibilité et transports

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

(1) % satisfaits et très satisfaits.

PLUS DE 45 % DES DÉPENSES DES INDIENS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



45,5 %

Hébergement

21,2 %

Alimentation, restauration

17,4 %

Shopping

8,8 %

Loisirs, spectacles, musées

7,1 %

Transports au sein de la région

Les Indiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne (157 €) est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (146 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+4,8 points) et moins importante à la restauration (-3,4 points).

À RETENIR

- **194 000 séjours** soit 1,1% des séjours de la clientèle internationale
- **1 028 000 nuitées** soit 1,2% des nuitées de la clientèle internationale
- **5,3 nuits** en moyenne
- **38,7%** sont déjà venus à Paris Île-de-France

- **73,0%** voyagent en individuel non organisé
- **61,6%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **157 €** de dépense moyenne par jour et par personne

- **830 €** de budget moyen du séjour par personne
- **89,6%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **49,9%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

NOS SUGGESTIONS

- Porter une attention particulière à la cible des voyageurs professionnels
- Répondre aux exigences spécifiques des Indiens, davantage à la recherche de résidences hôtelières ainsi que de gîtes et chambres d'hôtes
- Proposer des parcours "shopping" et des visites de parcs et jardins

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, CIA, FMI.