



- > **Population totale :**
127,0 millions d'habitants
- > **Taux de croissance économique :** +2,3 %
- > **Taux de change moyen :**
1 EUR = 20,67 MXN ;
variation 2016/2015 : +17,3 %
- > **Taux de chômage :** 4,3 %
- > **Taux d'inflation :** +2,8 %

Les Mexicains

QUEL PROFIL ?

➤ Les visiteurs mexicains ont un âge moyen (37 ans) légèrement inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (39 ans). Ils sont issus des PCS+⁽¹⁾ pour 37,6 % (+2,1 points), étudiants pour 20,0 % (+8,1 points) et employés pour 16,4 % (-9,7 points).

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

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

➤ Plus de 8 visiteurs sur 10 (85,6 %, +14,5 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en famille (31,1 %, +6,8 points), en couple (28,2 %, +3,1 points) ou seuls (20,9 %, -6,8 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour dans 51,9 % des cas (-19,6 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour 37,8 % (+20,4 points) et d'un circuit France pour 12,0 % (-0,9 point). Les Mexicains voyagent en individuel non organisé pour 84,8 % (+5,6 points). 9,4 % (+1,0 point) d'entre eux optent pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur, 5,2 % (-0,3 point) préfèrent les groupes organisés et 0,6 % (-6,3 points) effectuent un voyage individuel organisé par leur entreprise.

QUEL HÉBERGEMENT ?

➤ Plus de 8 séjours sur 10 (85,4 %, +2,5 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 66,4 % (moyen de gamme pour 53,2 % et haut de gamme pour 41,7 %), les meublés et locations saisonnières (7,9 %) ainsi que les résidences hôtelières (4,6 %). Les résidences principales d'amis (7,9 %) et de parents (5,3 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

➤ Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (98,4 %), celles de parcs et jardins (70,4 %) ainsi que les promenades en ville (69,7 %). Les Mexicains se consacrent particulièrement aux visites de parcs et jardins (+20,7 points), aux sorties nocturnes (38,8 %, +17,1 points) et à la découverte de la gastronomie (56,4 %, +16,4 points). Ils apprécient également les visites de musées et monuments (+15,9 points), les visites guidées de quartiers (15,5 %, +4,5 points), les événements sportifs (9,0 %, +3,7 points) et les spectacles de cabaret (7,5 %, +3,1 points).

En revanche, ils sont moins attirés par les visites de parcs d'attractions (16,6 %, -6,2 points) ainsi que par les marchés et brocantes (14,0 %, -3,4 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

➤ "Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (92,0 %), le musée du Louvre (79,6 %), l'Arc de triomphe (79,2 %), Notre-Dame de Paris (66,2 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (62,4 %). Ils sont plus nombreux à visiter tous les sites du "top 5" et particulièrement le musée du Louvre (+31,9 points), l'Arc de triomphe (+30,1 points), la tour Eiffel (+29,4 points), le Sacré-Cœur de Montmartre (+25,0 points) et Notre-Dame de Paris (+16,0 points). Ils apprécient également le château de Versailles (32,8 %, +20,2 points), le musée d'Orsay (32,8 %, +12,9 points), le musée de l'Armée (14,0 %, +7,3 points), le centre Pompidou (22,7 %, +6,6 points) et la Grande Arche de La Défense (14,8 %, +6,2 points). En revanche, ils se rendent moins à Disneyland® Paris (11,2 %, -6,1 points).



85,4 %
des touristes sont venus en avion

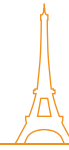


11,7 %
des touristes sont venus en train



2,9 %
des touristes sont venus par la route

50,5 %
REPEATERS



49,5 %
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



50,4 %

Sites Internet



38,9 %

Agences de voyages, tour-opérateurs



14,8 %

Plateformes de réservation entre particuliers



10,8 %

Directement auprès des hébergeurs



6,4 %

Entreprises



2,5 %

OTSI, CDT, CRT



0,9 %

Autres



0,1 %

Aucune réservation à l'avance

À l'étape de la préparation du voyage, pour s'informer, les Mexicains favorisent également Internet (66,3%, +9,6 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (26,8%, +7,2 points).

Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE TRANSPORTS ET D'ACCUEIL ⁽¹⁾



96,8 %

Ensemble du séjour



95,5 %

Hébergement



95,1 %

Sorties et offre culturelle



90,7 %

Restauration



86,2 %

Accueil et information



85,4 %

Accessibilité et transports

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

(1) % satisfaits et très satisfaits.

13 % DES DÉPENSES DES MEXICAINS CONSACRÉES AUX LOISIRS



37,4 %

Hébergement

25,8 %

Alimentation, restauration

16,6 %

Shopping

13,0 %

Loisirs, spectacles, musées

7,1 %

Transports au sein de la région

Les Mexicains, dont la dépense moyenne par jour et par personne (134 €) est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (146 €), accordent une part plus importante de leur budget aux loisirs (+3,2 points) et moins importante à l'hébergement (-3,2 points).

À RETENIR

- **201 000 séjours** soit 1,1% des séjours de la clientèle internationale
- **1 230 000 nuitées** soit 1,5% des nuitées de la clientèle internationale
- **6,1 nuits** en moyenne
- **50,5 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **84,8 %** voyagent en individuel non organisé
- **85,6 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **134 €** de dépense moyenne par jour et par personne
- **820 €** de budget moyen du séjour par personne
- **96,8 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **44,2 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

NOS SUGGESTIONS

- Continuer à travailler avec les agences de voyages et les tour-opérateurs
- Communiquer sur les thématiques de la gastronomie et plus largement de la restauration traditionnelle
- Porter une attention particulière à l'accueil, aspect moins bien noté par les Mexicains

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.