

Population totale	323,1 millions d'habitants
Taux de croissance économique	+2,3 %
PIB/habitant	57 638 USD
Taux de change moyen	1 EUR = 1,13 USD
	variation 2017/2016 : +2,1%
Taux de chômage	4,4 %

LES AMÉRICAINS

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs américains ont un âge moyen (41 ans) légèrement supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (39 ans). Ils sont issus des PCS+¹ pour 39,7% (+7,4 points), 18,3% (-9,2 points) sont employés et 13,2% (+1,3 point) sont étudiants. Les retraités sont plus nombreux comparativement à l'ensemble des touristes internationaux (10,9%, +3,6 points). Ils proviennent principalement de Californie (18,7%), de New York (8,9%), de Floride (8,1%), du Texas (7,7%) et du Massachusetts (4,8%).

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus de 8 visiteurs sur 10 (83,3%, +8,9 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (29,3%, +3,4 points), en famille (25,2%, -0,4 point) ou seuls (21,3%, -4,2 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour pour 44,8% des touristes (-25,7 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 35,8% (+17,3 points) et d'un circuit France pour 26,7% (+12,0 points). Les Américains voyagent en individuel non organisé pour 89,4% (+0,4 point). Ils sont 3,8% (+0,3 point) à opter pour un séjour individuel organisé par

une agence de voyages ou un tour-opérateur, 3,7% (-1,4 point) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise et 3,1% (+0,7 point) à préférer les groupes organisés.

QUEL HÉBERGEMENT ?

Près de 9 séjours sur 10 (89,4%, +6,7 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 62,8% (39,1% en 3 étoiles et 47,4% en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (6,3%) ainsi que les résidences hôtelières (4,8%). Les résidences principales d'amis (3,7%) et de parents (3,6%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

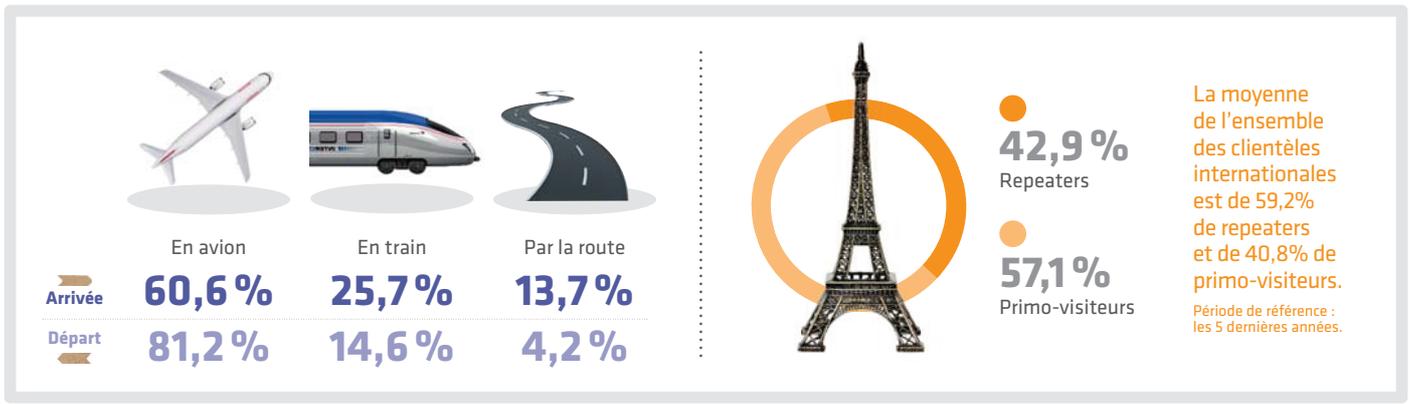
Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (93,1%), les promenades en ville (88,5%) ainsi que les visites de parcs et jardins (71,1%). Les Américains sont particulièrement intéressés par les visites de parcs et jardins (+15,5 points), les promenades en ville (+13,9 points), les marchés et brocantes (27,1%, +11,5 points), les croisières fluviales (27,8%, +11,2 points) et les

visites de musées et monuments (+10,6 points). Ils apprécient également la gastronomie française (52,6%, +8,3 points), les visites guidées de quartiers (18,8%, +7,8 points), le shopping (54,1%, +4,9 points) ainsi que les événements culturels (15,9%, +3,2 points). Il est peu d'activités qu'ils pratiquent moins que les autres excepté les parcs d'attractions (11,2%, -12,8 points).

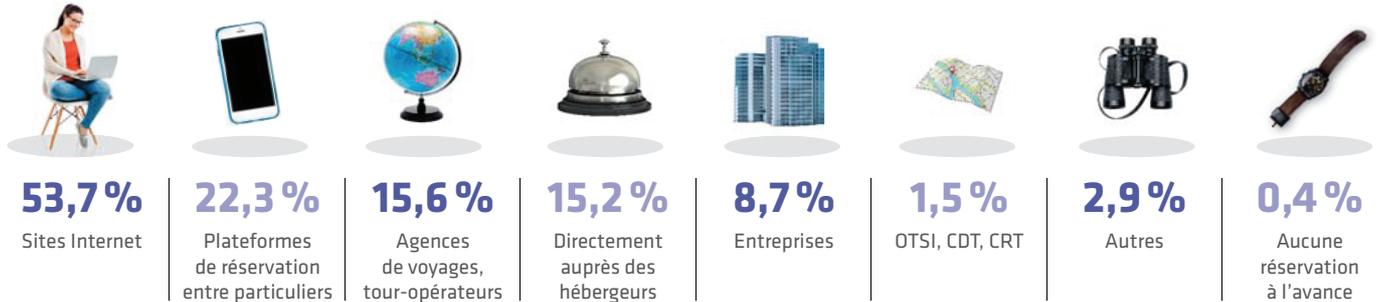
QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (75,6%), Notre-Dame de Paris (68,4%), le musée du Louvre (62,8%), l'Arc de triomphe (52,4%) et le Sacré-Cœur de Montmartre (35,8%). Les Américains sont particulièrement nombreux à visiter Notre-Dame de Paris (+17,8 points), le musée du Louvre (+13,0 points), la tour Eiffel (+11,9 points), le musée d'Orsay (30,9%, +10,8 points), le château de Versailles (19,2%, +5,4 points), le musée national Picasso-Paris (8,6%, +3,4 points) ainsi que l'Arc de triomphe (+3,1 points). En revanche, ils fréquentent moins Disneyland® Paris (6,4%, -12,2 points) et le Sacré-Cœur de Montmartre (35,8%, -3,1 points).

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

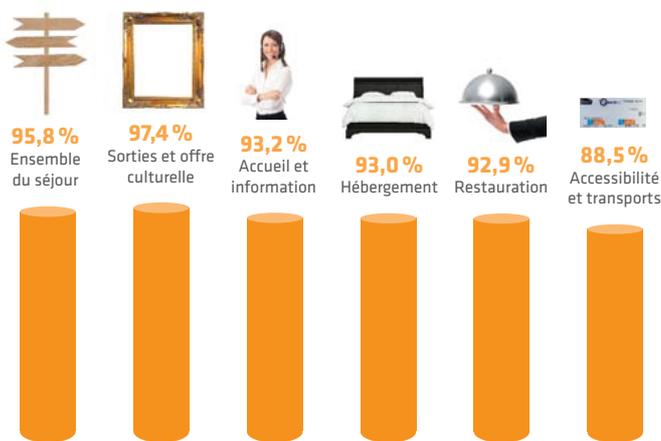


POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



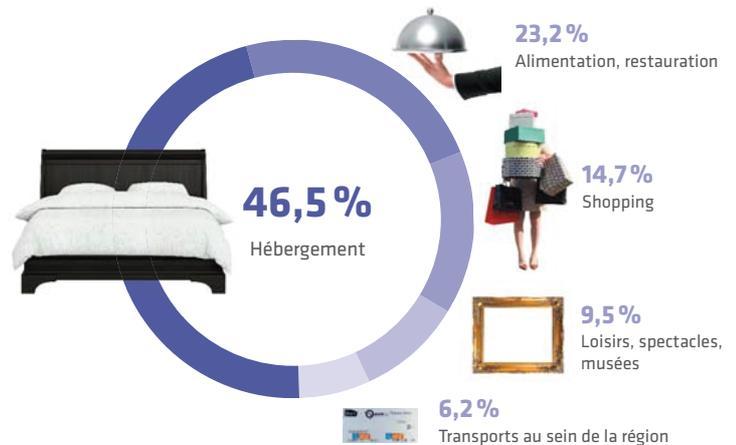
À l'étape de la préparation du voyage, pour s'informer, les Américains favorisent également Internet (54,3%, +0,6 point), devant les plateformes de réservation entre particuliers (21,4%, +8,5 points) et le bouche-à-oreille (20,0%, +10,8 points). Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

DES TOURISTES SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'OFFRE CULTURELLE



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 94,2%.

PRÈS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Américains, dont la dépense moyenne par jour et par personne (169 €) est nettement supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (142 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+5,0 points) et moins importante au shopping (-3,6 points).

À retenir

- 2 115 000 séjours, soit 10,3% des séjours de la clientèle internationale
- 10 912 000 nuitées, soit 11,8% des nuitées de la clientèle internationale
- 1,8 milliard d'euros de consommation touristique, soit 14,1% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- 5,2 nuits en moyenne
- 42,9% sont déjà venus à Paris Île-de-France
- 89,4% voyagent en individuel non organisé
- 83,3% voyagent pour motifs personnels uniquement

Nos suggestions

- Soigner l'accueil et faire preuve de proactivité à l'égard de cette clientèle, plus âgée et plus aisée, qui apprécie particulièrement la qualité du service
- Valoriser l'art de vivre à la française : la gastronomie, la culture et l'œnologie
- Renforcer la communication via les canaux numériques et notamment sur les réseaux sociaux
- 874€ de budget moyen du séjour par personne
- 95,8% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- 47,4% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans