

<b>Population totale</b>	1,324 milliard d'habitants
<b>Taux de croissance économique</b>	+6,7 %
<b>PIB/habitant</b>	1 710 USD
<b>Taux de change moyen</b>	1 EUR = 73,53 INR
	variation 2017/2016 : -1,1 %
<b>Taux de chômage</b>	8,8 %

## LES INDIENS

### QUEL PROFIL ?

Les visiteurs indiens ont un âge moyen (35 ans) nettement inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (39 ans). Ils sont employés pour 41,9 % (+14,4 points), issus des PCS+<sup>1</sup> pour 30,4 % (-2,0 points) et étudiants pour 9,4 % (-2,4 points).

### QUEL TYPE DE VOYAGE ?

6 touristes indiens sur 10 voyagent pour motifs personnels uniquement (60,0 %, -14,4 points). Ils viennent principalement seuls (31,5 %, +6,1 points), en famille (25,9 %, +0,2 point) et en couple (22,6 %, -3,3 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour dans 59,7 % des cas (-10,8 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour près du tiers (31,1 %, +12,6 points) et d'un circuit France pour 12,4 % (-2,3 points). Les Indiens voyagent en individuel non organisé pour 79,9 % (-9,1 points). 9,5 % (+4,4 points) effectuent un voyage organisé par leur entreprise, 5,9 % (+2,4 points) d'entre eux optent pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur et 4,7 % (+2,3 points) préfèrent les groupes organisés.

### QUEL HÉBERGEMENT ?

Près de 9 séjours sur 10 (89,2 %, +6,5 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 64,0 % (hôtel 3 étoiles pour 55,4 % et haut de gamme pour 34,2 %), les résidences hôtelières (9,6 %), les gîtes et chambres d'hôtes (5,1 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (4,3 %). Les résidences principales d'amis (6,2 %) et de parents (2,3 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

### QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (90,5 %), les promenades en ville (79,2 %) et la visite de parcs et jardins (64,8 %). Les Indiens se consacrent particulièrement aux croisières fluviales (34,7 %, +18,1 points), aux visites de parcs et jardins (+9,2 points), aux visites de musées et monuments (+8,0 points) et au shopping (56,0 %, +6,8 points). Ils apprécient également les parcs d'attractions (29,1 %, +5,1 points), les promenades en ville (+4,6 points), les visites guidées de quartiers (14,7 %, +3,7 points) ainsi que les promenades à

vélo (5,5 %, +3,5 points). En revanche, ils sont moins attirés par la découverte de la gastronomie française (32,6 %, -11,8 points) ou les marchés et brocantes (11,5 %, -4,1 points).

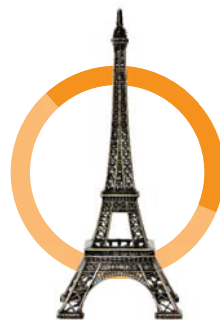
### QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (85,7 %), le musée du Louvre (62,2 %), Notre-Dame de Paris (56,7 %), l'Arc de triomphe (48,1 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (27,0 %). Ils sont plus nombreux à visiter certains sites du "Top 5" comme la tour Eiffel (+22,0 points), le musée du Louvre (+12,5 points) et Notre-Dame de Paris (+6,1 points). Ils sont également plus nombreux à visiter le musée de l'Armée (11,7 %, +5,2 points), la basilique Saint-Denis (6,9 %, +3,7 points), le Muséum national d'Histoire naturelle (6,9 %, +3,4 points) et Disneyland® Paris (21,8 %, +3,2 points). En revanche, ils se rendent moins au Sacré-Cœur de Montmartre (-11,9 points) et au centre Pompidou (7,5 %, -8,7 points).

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



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	38,5%	35,8%	25,7%
Départ	77,7%	14,5%	7,9%



**42,9%**  
Repeaters

**57,1%**  
Primo-visiteurs

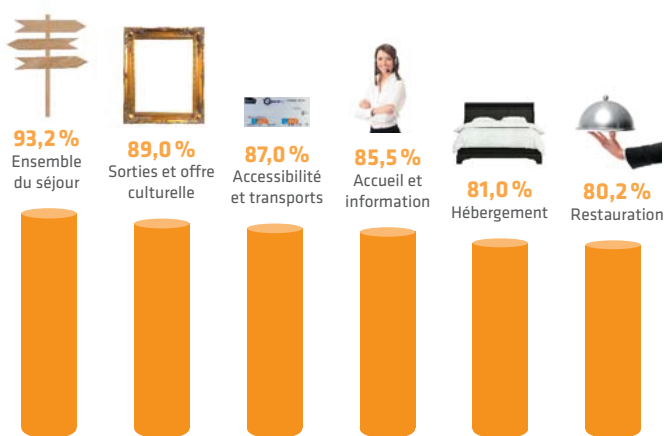
La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,2% de repeaters et de 40,8% de primo-visiteurs.  
Période de référence : les 5 dernières années.

### POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



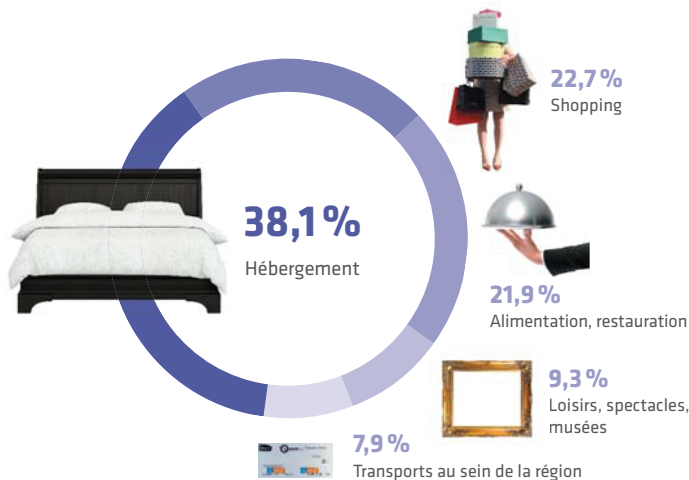
À l'étape de la préparation du voyage, pour s'informer, les Indiens favorisent également Internet (57,2%, +3,5 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (17,5%, -1,3 point) ainsi que les entreprises (16,0%, +5,8 points). *Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.*

### DES TOURISTES UN PEU MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE DE RESTAURATION ET D'HÉBERGEMENT



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

### PRÈS DU QUART DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES AU SHOPPING



Les Indiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne (157 €) est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (142 €), accordent une part plus importante de leur budget au shopping (+4,5 points) et moins importante à l'hébergement (-3,4 points).

### À retenir

- **247 000 séjours**, soit 1,2% des séjours de la clientèle internationale
- **1 270 000 nuitées**, soit 1,4% des nuitées de la clientèle internationale
- **200 millions d'euros** de consommation touristique, soit 1,5% de la consommation

- touristique de la clientèle internationale
- **5,1 nuits** en moyenne
- **42,9%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **79,9%** voyagent en individuel non organisé
- **60,0%** voyagent pour motifs personnels uniquement

- **808€** de budget moyen du séjour par personne
- **93,2%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **49,0%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

### Nos suggestions

- Porter une attention particulière au segment *bleisure* dont la durée de séjour est très importante
- Proposer des produits répondant aux attentes des familles (croisières fluviales, parcs d'attractions...), très nombreuses parmi les touristes de loisirs
- Valoriser les thématiques "shopping" et "culture" très appréciées par l'ensemble des touristes indiens