

## LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES VENUES EN AVION ET EN TRAIN

## LES BRITANNIQUES

Population totale : 63,3 millions d'habitants  
 Taux de croissance économique : +0,3 %  
 Taux de change moyen : 1 € = 0,81 £ ; variation 2012/2011 : -6,5 %  
 Taux de chômage : 7,9 %  
 Taux d'inflation : +2,8 %



Sources : Eurostat - Banque de France.

## Quel profil ?

Les visiteurs britanniques ont le même âge moyen que celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (40 ans).

Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures<sup>1</sup> pour 4 visiteurs sur 10 environ (41,7%, -3,2 points) et sont employés pour 18,9% (-0,3 point).

Près de 9 visiteurs sur 10 (85,9%) viennent d'Angleterre : parmi eux, 41,0% viennent du sud de l'Angleterre (Southampton, Bristol), 30,4% du Grand Londres, 16,5% du Nord (Manchester, Leeds, Liverpool) et 12,1% du Centre (Birmingham, Nottingham).

<sup>1</sup> Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

## Quel type de voyage ?

Les trois quarts (75,7%, +3,7 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en couple (33,6%, +6,8 points), seuls (28,0%, -7,3 points) ou en famille (24,6%, +3,3 points).

Ils voyagent en individuel non organisé pour 81,5% (+1,2 point). Ils sont 16,3% (+1,9 point) à opter pour un séjour en individuel organisé et 2,2% (-3,1 points) à préférer les groupes organisés.

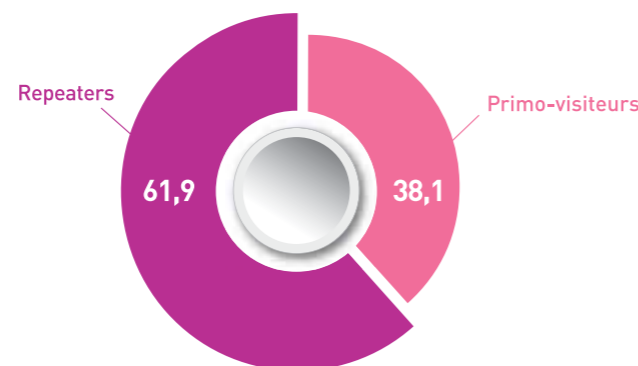
## Quel hébergement ?

Près de 9 séjours sur 10 (87,7%, +6,0 points) ont lieu en hébergements marchands.

Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 81,4% (moyen de gamme pour 61,2% et haut de gamme pour 35,3%), les résidences hôtelières (2,8%) ainsi que les meublés et locations saisonnières (2,3%).

Les résidences principales d'amis (5,1%), de parents (3,9%) et les résidences secondaires de parents ou d'amis (1,6%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

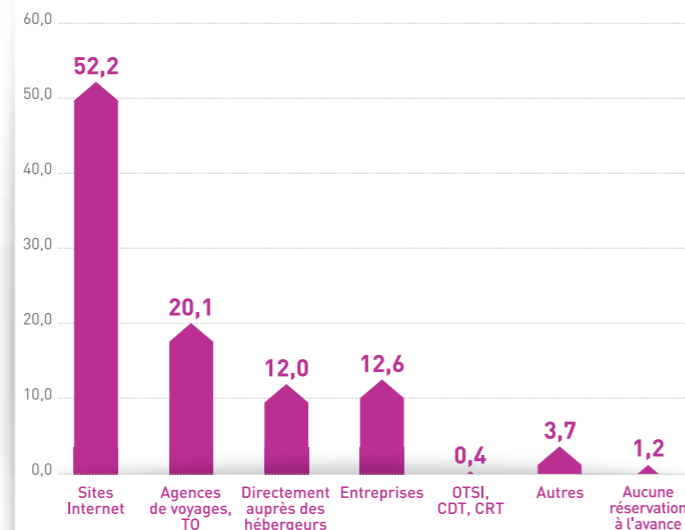
## UNE MAJORITÉ DE REPEATERS BRITANNIQUES À PARIS ÎLE-DE-FRANCE (EN %)



Période de référence : les 5 dernières années.

La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 56,9% de repeaters et de 43,1% de primo-visiteurs.

## POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT (EN %)



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

À l'étape de la préparation du voyage, les Britanniques favorisent également Internet (53,4%, +5,0 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (20,2%, -7,5 points), les entreprises (11,9%, +2,3 points) et les hébergeurs en direct (9,8%, +1,5 point).

## Quelles activités ?

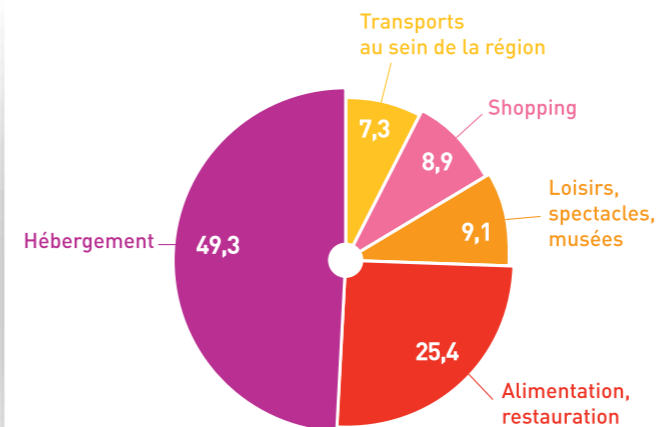
Les Britanniques réalisent globalement moins d'activités que les autres clientèles, excepté les visites de parcs d'attractions (21,1%, +3,4 points) ainsi que les événements et expositions (11,0%, +1,6 point). Ils sont moins attirés par la visite de musées et monuments (75,0%, -11,7 points), le shopping (38,0%, -11,7 points), les parcs et jardins (28,5%, -9,8 points), les marchés et brocantes (16,5%, -9,1 points), la découverte de la gastronomie (30,8%, -8,4 points) ainsi que celle des villes (63,7%, -8,3 points).

## Quels sites visités ?

« Top 5 » des lieux les plus visités : la tour Eiffel (50,6%), Notre-Dame de Paris (49,0%), l'Arc de triomphe (41,8%), le musée du Louvre (40,8%) et le Sacré-Cœur de Montmartre (31,1%).

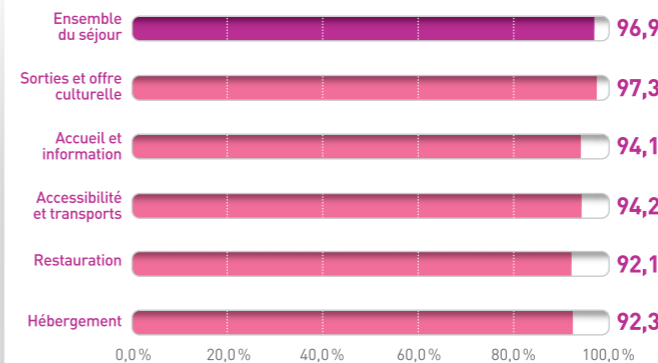
Les Britanniques réalisent globalement moins de visites que les autres clientèles. C'est notamment le cas pour la tour Eiffel (-16,2 points), l'Arc de triomphe (-13,7 points), le musée du Louvre (-12,9 points) ou encore Notre-Dame de Paris (-12,6 points). En revanche, ils se rendent davantage à Disneyland® Paris (19,7%, +3,5 points).

## PRÈS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES DES BRITANNIQUES CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT (EN %)



Les Britanniques, dont la dépense moyenne par jour et par personne, est légèrement supérieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important à l'hébergement (+7,8 points) et moins important au shopping (-10,4 points).

## DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, EN PARTICULIER DES SORTIES ET DE L'OFFRE CULTURELLE (EN %)\*



\*% satisfaits et très satisfaits.

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 95,6%.

Les données exprimées en « points » sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports et dans les trains - CRT Paris Île-de-France, ADP, SVD (BVA) - résultats 2012.

## Suggestions

- Se positionner clairement dans un objectif de fidélisation.
- Privilégier Internet et surveiller les avis des internautes.
- Tenir les Britanniques informés de l'actualité événementielle pour les inciter à revenir.

## L'ESSENTIEL

- ➔ 1 157 000 séjours soit 8,5% des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- ➔ 3 822 000 nuitées soit 5,1% des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- ➔ 3,3 nuits en moyenne.
- ➔ 61,9% sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- ➔ 97,8% voyagent en individuel.
- ➔ 75,7% voyagent pour motifs personnels uniquement.
- ➔ 150 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- ➔ 96,9% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- ➔ 97,0% recommanderaient la destination à leur entourage.
- ➔ 56,7% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.