

LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES VENUES EN AVION

LES RUSSES

Population totale : 143,1 millions d'habitants
 Taux de croissance économique : +3,4 %
 Taux de change moyen : 1 € = 39,92 RUB ; variation 2012/2011 : -2,3 %
 Taux de chômage : 6,0 %
 Taux d'inflation : +5,1 %



Sources : Office fédéral de la statistique d'État (GKS) - Banque de France - FMI.

Quel profil ?

Les visiteurs russes ont le même âge moyen que celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion (39 ans). Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures¹ pour plus du tiers (36,8%, -9,2 points) et de catégories socioprofessionnelles intermédiaires pour 21,3% (+12,4 points).

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

Quel type de voyage ?

Près de 8 visiteurs sur 10 (78,4%, +5,9 points) se déplacent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (36,9%, +10,8 points) ou seuls (34,1%, -2,8 points).

Paris Île-de-France est la destination unique du séjour dans plus de deux tiers des cas (68,5%, -3,4 points). Elle fait partie d'un circuit France pour 21,4% (+9,5 points) et d'un circuit Europe pour 12,6% (-5,4 points).

Les Russes voyagent en individuel non organisé pour plus des deux tiers (68,5%, -11,4 points). Plus du quart optent pour un séjour en individuel organisé (27,1%, +12,7 points) et 4,4% préfèrent les groupes organisés (-1,3 point).

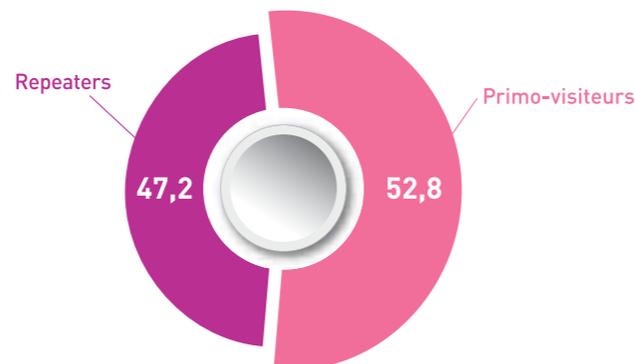
Quel hébergement ?

Près de 9 séjours sur 10 (89,7%, +8,1 points) ont lieu en hébergements marchands.

Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 80,7% (moyen de gamme pour 89,4%), les meublés et locations saisonnières (4,6%), les résidences hôtelières (1,7%) ainsi que les chambres d'hôtes (1,4%).

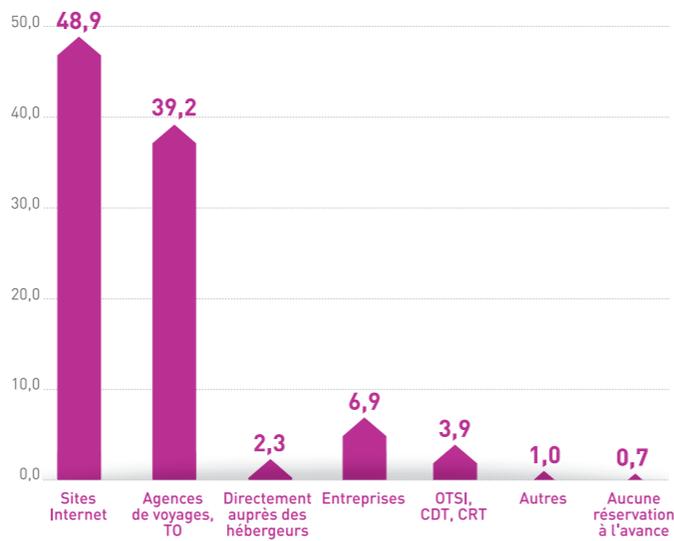
Les résidences principales d'amis (7,3%) et de parents (2,6%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

UNE MAJORITÉ DE PRIMO-VISITEURS RUSSES À PARIS ÎLE-DE-FRANCE (EN %)



Période de référence : les 5 dernières années.
 La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 54,9% de repeaters et de 45,1% 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 Russes favorisent également Internet (50,1%, +2,1 points) devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (36,5%, +6,8 points).

Quelles activités ?

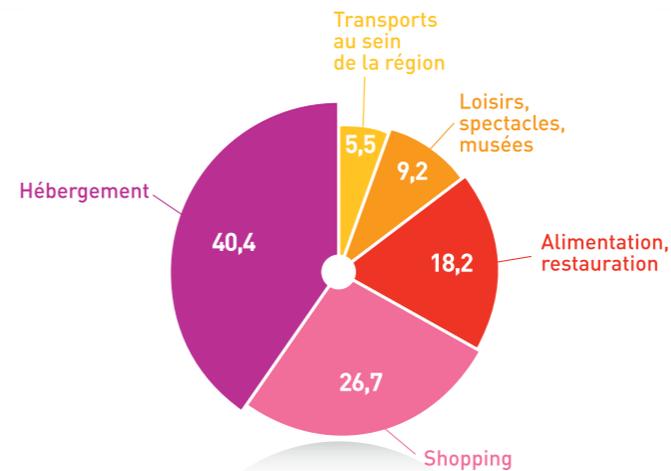
Les Russes sont plus nombreux à se consacrer à la découverte des villes (83,7%, +9,9 points), à celle de la gastronomie (50,4%, +7,6 points), aux visites de musées et monuments (94,7%, +6,7 points), de parcs et jardins (47,4%, +5,7 points) ainsi qu'aux visites guidées de quartiers (13,8%, +5,7 points). En revanche, ils sont moins attirés par les sorties nocturnes (8,7%, -11,0 points), la découverte de nouveaux quartiers branchés (6,0%, -6,6 points) ainsi que par les événements et expositions (5,0%, -3,3 points).

Quels sites visités ?

« Top 5 » des lieux les plus visités : Notre-Dame de Paris (80,1%), la tour Eiffel (77,2%), le musée du Louvre (75,9%), l'Arc de triomphe (67,9%) et le Sacré-Cœur de Montmartre (62,4%).

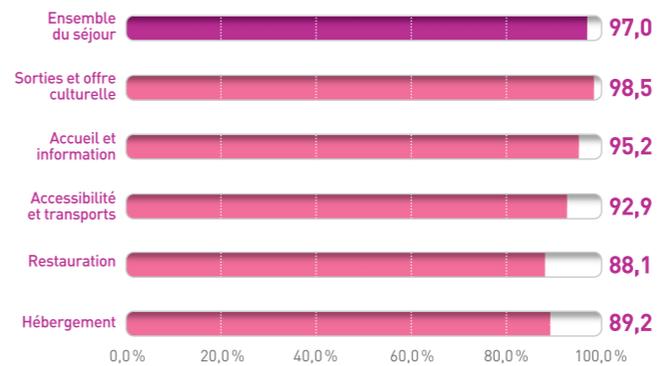
Les Russes sont plus nombreux à visiter les sites du « top 5 » comme le Sacré-Cœur de Montmartre (+19,3 points) ou le musée du Louvre (+18,9 points). Ils se rendent également davantage au château de Versailles (31,6%, +13,0 points), au musée d'Orsay (35,5%, +10,8 points) et au château de Fontainebleau (13,2%, +9,9 points). Il est peu de sites qu'ils visitent moins que les autres.

PLUS DU QUART DES DÉPENSES DES RUSSES CONSACRÉES AU SHOPPING (EN %)



Les Russes, dont la dépense moyenne par jour et par personne, est très supérieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important au shopping (+6,8 points) et moins important à la restauration (-3,5 points) et aux transports (-2,6 points).

DES TOURISTES TRÈS SATISFITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE RESTAURATION ET D'HÉBERGEMENT (EN %)*



* % satisfaits et très satisfaits.
 Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 96,0%.

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

Source : dispositif permanent d'enquête dans les aéroports - CRT Paris Île-de-France, ADP (BVA) - résultats 2012.

Suggestions

- Porter une attention particulière à la cible des couples.
- Accentuer les efforts en matière d'hébergement, notamment au niveau du confort.
- Communiquer sur la thématique « shopping », activité à laquelle est consacré un budget important.

L'ESSENTIEL

- ➔ 356 000 séjours soit 3,3% des séjours de la clientèle internationale venue en avion.
- ➔ 2 702 000 nuitées soit 4,1% des nuitées de la clientèle internationale venue en avion.
- ➔ 7,6 nuits en moyenne.
- ➔ 47,2% sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- ➔ 95,6% voyagent en individuel.
- ➔ 78,4% voyagent pour motifs personnels uniquement.
- ➔ 170 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- ➔ 97,0% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- ➔ 98,7% recommanderaient la destination à leur entourage.
- ➔ 59,8% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.