

**Population totale**

24,6 millions d'habitants

Taux de croissance économique

+2,8 %

PIB/habitant

53 800 USD

Taux de change moyen1 EUR = 1,58 AUD
variation 2018/2017 : +7,2 %**Taux de chômage**

5,3 %

LES AUSTRALIENS

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs australiens ont un âge moyen (44 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont issus des CSP+¹ pour 30,2 % (-3,5 points), employés pour 20,8 % (-6,1 points) et retraités pour 15,5 % (+9,1 points).

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Près de 9 visiteurs sur 10 (89,5 %, +14,1 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (37,1 %, +10,5 points), seuls (23,4 %, -1,7 point) ou en famille (22,6 %, -4,0 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour pour plus de 4 séjours sur 10 (40,4 %, -31,8 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour 44,7 % (+26,3 points) et d'un circuit France pour 23,4 % (+10,8 points). Les Australiens voyagent en individuel non organisé pour 73,4 % (-6,8 points). Ils sont 15,7 % (+8,9 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur, 7,4 % (+2,4 points) à réaliser un séjour en groupe organisé et 3,5 % (-4,5 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise.

QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de 9 séjours sur 10 (91,7 %, +9,6 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 57,2 % (47,2 % en 3 étoiles et 40,2 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (15,2 %) ainsi que les résidences hôtelières (12,2 %). Les résidences principales de parents (3,8 %) et d'amis (3,2 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (95,6 %), les promenades en ville (89,4 %) ainsi que les visites de parcs et jardins (60,9 %). Les Australiens sont particulièrement intéressés par les visites guidées de quartiers (25,8 %, +15,7 points), les promenades en ville (+14,6 points), les croisières fluviales (28,4 %, +14,3 points), les spectacles de cabarets (16,0 %, +12,8 points), les marchés et brocantes (27,4 %, +12,0 points) et les visites de musées et monuments (+11,6 points). Ils apprécient également les parcs et jardins (+7,0 points) ainsi que

les événements culturels (16,5 %, +4,0 points). Ils sont en revanche moins attirés par les sorties nocturnes (16,8 %, -5,6 points) ou les parcs d'attractions (18,7 %, -5,2 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (77,9 %), Notre-Dame de Paris (66,0 %), le musée du Louvre (60,0 %), l'Arc de triomphe (58,9 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (42,6 %). Ils sont plus nombreux à visiter les sites du "top 5" et particulièrement Notre-Dame de Paris (+15,4 points), la tour Eiffel (+13,1 points), l'Arc de triomphe (+10,9 points) et le musée du Louvre (+9,7 points). En revanche, ils sont moins nombreux à se rendre à Disneyland® Paris (13,7 %, -4,7 points), au centre Pompidou (11,7 %, -4,3 points) ou à la Grande Arche de La Défense (2,8 %, -3,8 points).

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



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	45,8%	30,1%	24,1%
Départ	71,5%	19,4%	9,2%



39,8%
Repeaters

60,2%
Primo-visiteurs

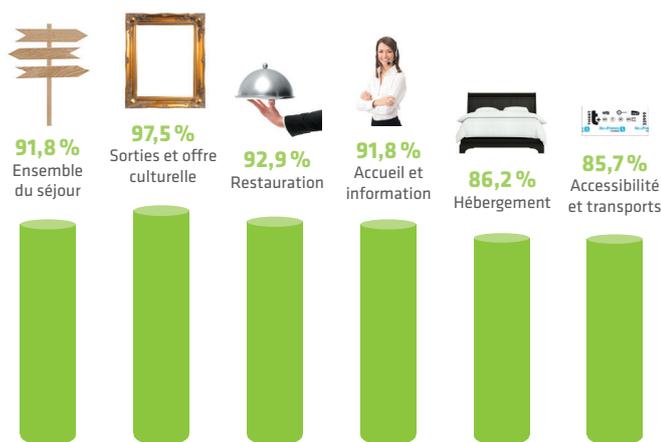
La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,7% de repeaters et de 40,3% de primo-visiteurs.
Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



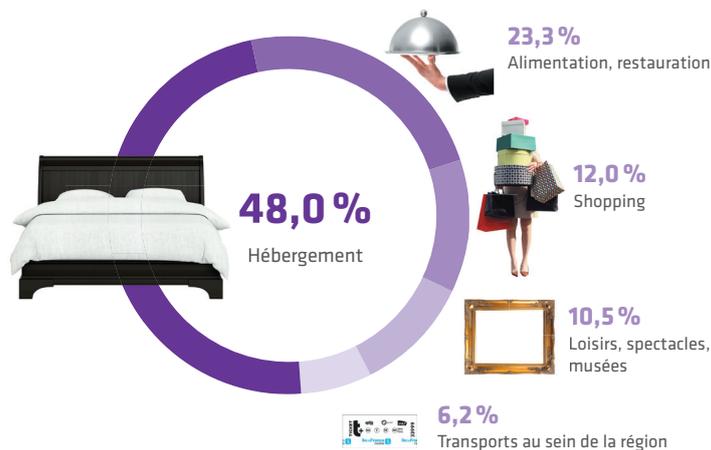
Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.
1 - Entreprises, parents, amis.

DES TOURISTES MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE D'HÉBERGEMENT



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 93,0%.

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



Les Australiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne (183 €) est nettement supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (139 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+3,7 points) et moins importante au shopping (-4,3 points).

À retenir

- **525 000 séjours**, soit 2,4% des séjours de la clientèle internationale
- **2 554 000 nuitées**, soit 2,5% des nuitées de la clientèle internationale
- **466 millions d'euros** de consommation touristique, soit 3,3% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **4,9 nuits** en moyenne
- **39,8%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **73,4%** voyagent en individuel non organisé
- **89,5%** voyagent pour motifs personnels uniquement

Nos suggestions

- Intégrer les "Incontournables" de la destination dans des offres packagées incluant des visites guidées et des croisières fluviales
- Proposer des activités destinées aux couples et aux familles
- Continuer à travailler avec les agences de voyages et les tour-opérateurs, importants prescripteurs