




<b>Population totale</b>	36,7 millions d'habitants
<b>Taux de croissance économique</b>	+1,8 %
<b>PIB/habitant</b>	45 032 USD
<b>Taux de change moyen</b>	1 EUR = 1,53 CAD variation 2018/2017 : +4,4 %
<b>Taux de chômage</b>	5,8 %

## LES CANADIENS

### QUEL PROFIL ?

Les visiteurs canadiens ont un âge moyen (44 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils appartiennent pour 37,8 % (+4,2 points) aux CSP<sup>1</sup>, pour 19,8 % (-7,0 points) à la catégorie des employés et pour 13,0 % (+6,5 points) à celle des retraités.

### QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus de 8 visiteurs sur 10 (80,4 %, +5,1 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (33,0 %, +6,4 points), seuls (29,1 %, +3,9 points) ou en famille (19,6 %, -7,0 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 51,6 % (-20,5 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour 31,5 % (+13,0 points) et d'un circuit France pour 23,4 % (+10,8 points). Les Canadiens voyagent en individuel non organisé pour 82,6 % (+2,4 points). Ils sont 7,4 % (-0,7 point) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise, 5,3 % (+0,2 point) à préférer les groupes organisés et 4,7 % (-2,0 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur.

### QUEL HÉBERGEMENT ?

Près de 8 séjours sur 10 (78,6 %, -3,5 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 52,3 % (51,8 % en 3 étoiles) et 38,5 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (15,7 %) ainsi que les résidences hôtelières (4,6 %). Les résidences principales de parents (10,6 %) et d'amis (9,0 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

### QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (89,5 %), les promenades en ville (89,1 %) ainsi que les visites de parcs et jardins (63,4 %). Les Canadiens sont particulièrement intéressés par les promenades en ville (+14,2 points), les parcs et jardins (+9,4 points), les marchés et brocantes (24,3 %, +9,0 points), les visites guidées de quartiers (16,6 %, +6,4 points) et les musées et monuments (+5,5 points). Ils se consacrent également davantage à la découverte de la gastronomie française (51,3 %, +4,7 points) ainsi qu'aux spectacles de cabarets (6,9 %,

+3,7 points). Ils sont en revanche moins intéressés par les parcs d'attractions (8,9 %, -15,0 points).

### QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (68,6 %), l'Arc de triomphe (55,9 %), le musée du Louvre (54,8 %), Notre-Dame de Paris (53,3 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (35,3 %). Ils sont plus nombreux à visiter les sites "classiques", notamment l'Arc de triomphe (+7,8 points), le musée du Louvre (+4,5 points) et la tour Eiffel (+3,8 points). En revanche, ils visitent moins Disneyland® Paris (4,6 %, -13,9 points), le Sacré-Cœur de Montmartre (-4,6 points), la Grande Arche de La Défense (2,4 %, -4,2 points) ou le centre Pompidou (12,1 %, -3,9 points).

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



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	62,8 %	20,8 %	16,4 %
Départ	83,5 %	11,4 %	5,1 %

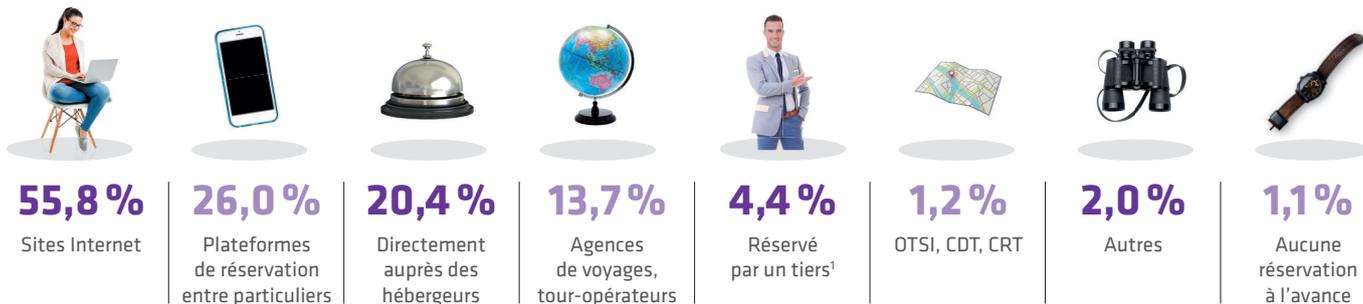


53,0 %  
Repeaters

47,0 %  
Primo-visiteurs

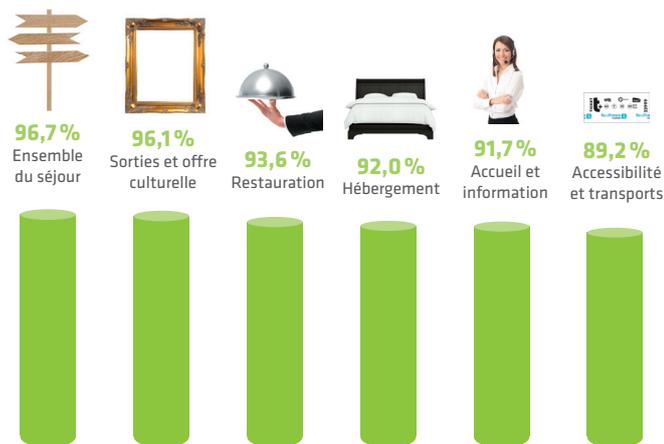
La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,7% de repeaters et de 40,3% de primo-visiteurs.  
Période de référence : les 5 dernières années.

### POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



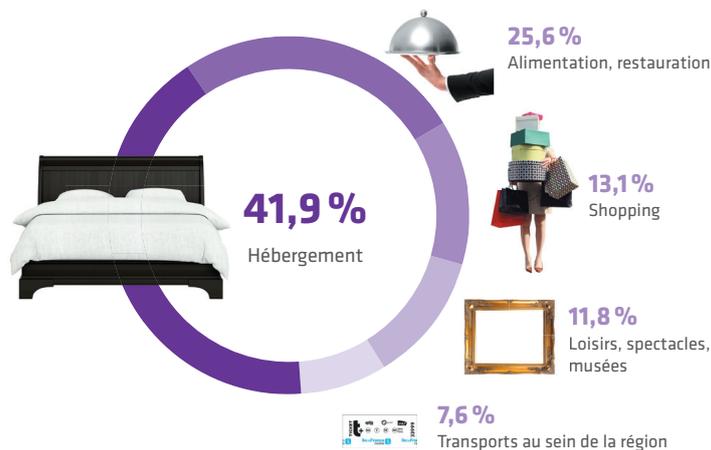
Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.  
1 - Entreprises, parents, amis.

### DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'OFFRE CULTURELLE



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

### PLUS DE 40 % DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Canadiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne (154€) est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (139€), accordent une part plus importante de leur budget aux loisirs (+2,4 points) et à la restauration (+2,3 points) et moins importante au shopping (-3,2 points) et à l'hébergement (-2,5 points).

### À retenir

- 542 000 séjours, soit 2,4 % des séjours de la clientèle internationale
- 2 532 000 nuitées, soit 2,5 % des nuitées de la clientèle internationale
- 389 millions d'euros de consommation touristique, soit 2,7 % de la consommation touristique de la clientèle internationale
- 4,7 nuits en moyenne
- 53,0 % sont déjà venus à Paris Île-de-France
- 82,6 % voyagent en individuel non organisé
- 80,4 % voyagent pour motifs personnels uniquement

### Nos suggestions

- Proposer des activités plus confidentielles telles que les marchés et brocantes, les visites guidées de quartiers ou encore les spectacles de cabarets
- Porter une attention particulière aux voyageurs en couple, plus âgés et intéressés par le patrimoine historique et culturel
- Capitaliser sur l'importante proportion de "repeaters"
- 718 € de budget moyen de séjour par personne
- 96,7 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- 48,2 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans