

La clientèle allemande venue en avion et en train

- Population totale : 82,0 millions d'habitants
- Taux de croissance économique : -4,9% : prévisions 2010 : +1,2%
- Taux de chômage : 7,5%
- Taux d'inflation : +0,2%

Source : Eurostat.

Quel profil ?

- Les Allemands ont le même âge moyen que l'ensemble de la clientèle (39 ans).
- Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures* pour plus de 4 personnes sur 10 (43,3%, +3,0 points par rapport à l'ensemble de la clientèle).
- Ils proviennent de Rhénanie du Nord Westphalie (25,6%), de Bavière (19,1%), du Bade-Wurtemberg (15,5%), de Hesse (10,0%) et de Berlin (4,7%).

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

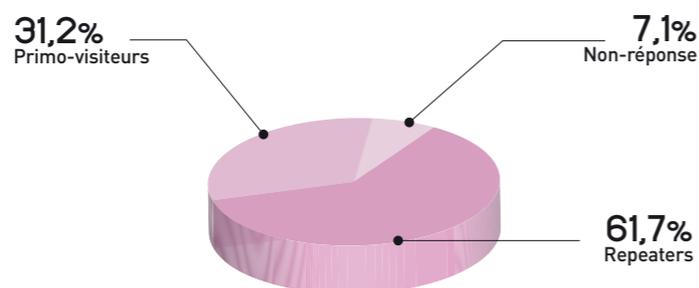
Quel type de voyage ?

- Plus des deux tiers (70,3%, -4,9 points) voyagent pour motifs personnels. Ils viennent seuls (35,2%, +4,3 points) ou en couple (31,3%, +0,8 point).
- Ils voyagent en individuel non-organisé pour 80,7% (+3,2 points). 15,6% voyagent en individuel organisé (-3,0 points) et 3,7% seulement optent pour les groupes organisés (-0,2 point).

Quel hébergement ?

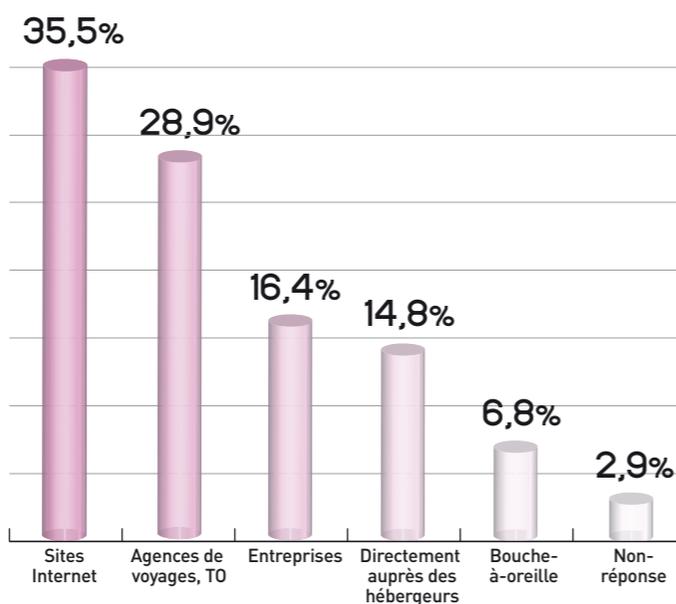
- Plus de 8 séjours sur 10 (81,5%, +2,0 points) ont lieu en hébergements marchands.
- Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 77,3% (moyen de gamme pour 69,5% et haut de gamme pour 20,3%), les hébergements pour jeunes (1,6%) et les résidences hôtelières (1,0%).
- Les résidences principales d'amis (9,2%), de parents (4,0%) ainsi que les résidences secondaires de parents ou d'amis (3,7%) sont les principaux hébergements non-marchands utilisés.

UNE MAJORITÉ DE REPEATERS ALLEMANDS À PARIS ILE-DE-FRANCE



Période de référence : les 5 dernières années.

POUR S'INFORMER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDERANT



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

Internet enregistre le plus grand nombre de réservations (29,7%, -2,1 points) juste devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (28,7%, -5,7 points). Par ailleurs, la part des réservations effectuées directement sur les sites Internet des agences de voyages représente un peu plus du tiers des réservations enregistrées par celles-ci (34,5%).

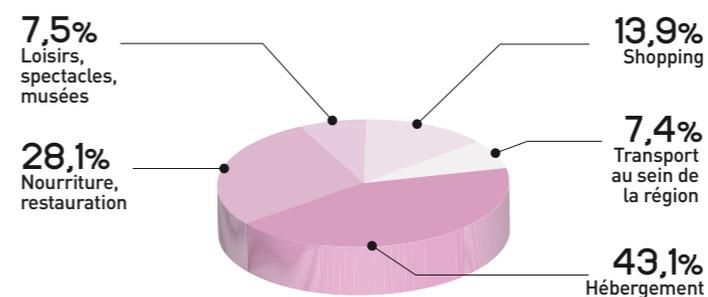
Quelles activités ?

- C'est la découverte des villes qui est à l'origine de 71,3% des voyages effectués pour motifs personnels, et c'est aussi une activité prisée des Allemands une fois sur place (78,9%, +4,5 points). Ils sont également particulièrement intéressés par la découverte de nouveaux quartiers branchés (22,2%, +9,3 points), les sorties nocturnes (32,8%, +9,1 points) et la découverte de la gastronomie française (37,9%, +4,3 points).
- En revanche, ils se consacrent moins aux marchés et brocantes (18,7%, -8,3 points) ainsi qu'au shopping (40,9%, -6,7 points).

Quels sites visités ?

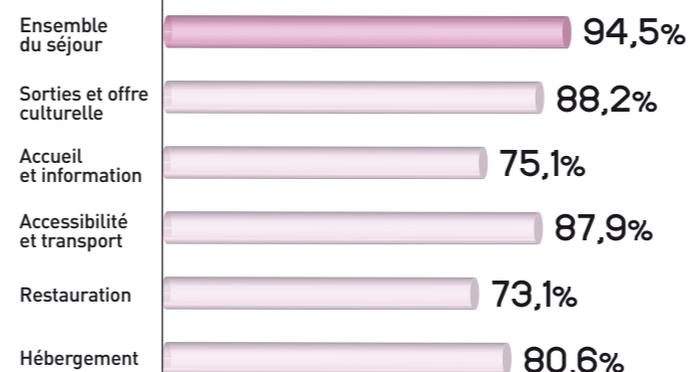
- « Top 5 » des lieux les plus visités : Notre-Dame de Paris (59,8%), la tour Eiffel (58,5%), l'Arc de triomphe (51,2%), le Sacré-Cœur de Montmartre (48,3%) et le musée du Louvre (44,5%).
- Ils sont moins nombreux à visiter le musée d'Orsay (15,7%, -7,4 points), le musée du Louvre (-7,1 points), Disneyland® Paris (7,2%, -6,6 points) et le château de Versailles (7,2%, -6,1 points). Ils sont, en revanche, plus nombreux à se rendre au Centre Pompidou (28,4%, +7,0 points) et au Sacré-Cœur de Montmartre (+4,9 points).

PRÈS DE 45% DES DÉPENSES DES ALLEMANDS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Allemands, dont la dépense moyenne, par jour et par personne, est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important à la restauration (+3,3 points) ainsi qu'à l'hébergement (+3,0 points) et moins important au shopping (-6,9 points).

DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE RESTAURATION ET D'ACCUEIL *



*% satisfaits et très satisfaits.

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 95,0%.

L'âge moyen des clientèles varie selon le mode de transport utilisé.

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

Sources : dispositifs permanents d'enquête aux aéroports et dans les trains du CRT Paris Ile-de-France (BVA), résultats 2009.

61,7%
SONT DÉJÀ
VENUS À PARIS
ILE-DE-FRANCE
AU COURS DES
5 DERNIÈRES
ANNÉES

58,4%
SOULHAIENT
REVENIR
À PARIS
ILE-DE-FRANCE
D'ICI 1 À 2 ANS
(CE QUI EST
SUPÉRIEUR
À LA MOYENNE
DE L'ENSEMBLE
DES CLIENTÈLES)

L'ESSENTIEL

→ 943 000 séjours
soit 7,7% des séjours de la clientèle
étrangère venue en avion et en train.

→ 3 263 000 nuitées
soit 5,3% des nuitées de la clientèle
étrangère venue en avion et en train.

→ 3,5 nuits en moyenne.

→ 61,7% sont déjà venus
à Paris Ile-de-France.

→ 96,3% voyagent en individuel.

→ 123 € de dépense moyenne
(par jour et par personne).

→ 94,5% sont satisfaits de leur séjour
à Paris Ile-de-France.

→ 58,4% souhaitent revenir
à Paris Ile-de-France d'ici un à deux ans.