



LA CLIENTÈLE AMÉRICAINE

venue en avion

Population totale : 309,1 millions d'habitants
 Taux de croissance économique : +2,9 %
 Taux de change moyen : 1 € = 1,33 \$; variation 2010/2009 : -4,8 %
 Taux de chômage : 9,6 %
 Taux d'inflation : +1,4 %



Sources : U.S. Census Bureau, Banque de France, Eurostat.

Quel profil ?

Les Américains ont un âge moyen (42 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion (39 ans). Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures¹ pour plus de la moitié d'entre eux (54,5 %, +10,5 points). Ils proviennent en majorité de New York/Boston (28,6 %), de l'axe Pennsylvanie, Ohio, Michigan et Illinois (14,3 %) et de Californie (11,4 %).

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

Quel type de voyage ?

Près de 8 visiteurs sur 10 (78,2 %, +6,3 points) voyagent pour motifs personnels. Ils viennent principalement seuls (30,1 %, -4,1 points) ou en couple (29,2 %, +0,8 point). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour dans 51,6 % des cas (-21,9 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 23,4 % (+11,9 points) et d'un circuit France pour 17,4 % (+8,4 points). Les Américains voyagent en individuel non organisé pour 74,9 % (+3,1 points). Ils sont 18,3 % (-3,8 points) à voyager en individuel organisé et 6,7 % (+0,7 point) à voyager en groupe organisé.

Quel hébergement ?

Plus de 8 séjours sur 10 (81,5 %, -0,1 point) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 69,6 % (moyen de gamme pour 62,4 % et haut de gamme pour 30,5 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (4,6 %). Les résidences principales d'amis (6,3 %), de parents (3,7 %) et les échanges d'appartements (2,8 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

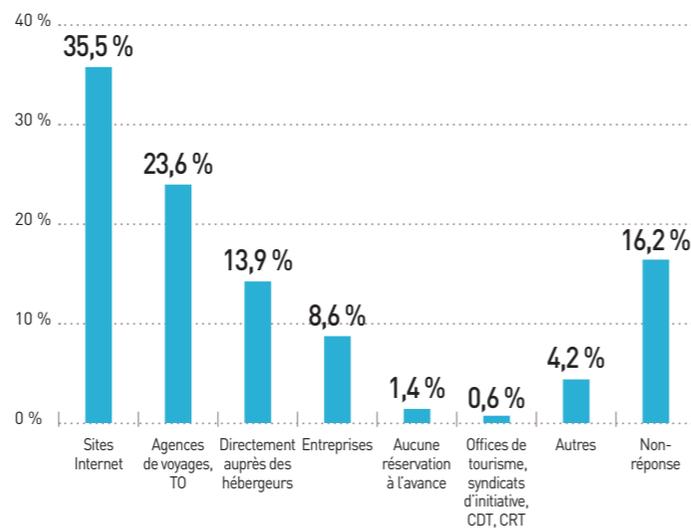
Une majorité de primo-visiteurs américains à Paris Île-de-France



Période de référence : les 5 dernières années.

La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 53,1 % de repeaters et de 42,8 % de primo-visiteurs (4,1 % de non-réponse).

Pour réserver, Internet joue un rôle prépondérant



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

À l'étape de la préparation du voyage, les Américains favorisent également Internet (40,5 %, -0,5 point), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (23,1 %, -2,4 points) ainsi que les guides payants (15,1 %, +10,5 points).

Quelles activités ?

Les Américains sont particulièrement intéressés par la découverte de la gastronomie (50,6 %, +8,2 points), les visites guidées de quartiers (16,7 %, +7,5 points), la visite de parcs et jardins (49,6 %, +7,3 points), la découverte de nouveaux quartiers branchés (17,6 %, +7,1 points) ainsi que les marchés et brocantes (39,1 %, +6,4 points). La visite de musées et monuments, à l'origine de 71,7 % des voyages effectués pour motifs personnels, est également pratiquée (95,7 %, +3,5 points). En revanche, les Américains accordent moins d'intérêt aux sorties nocturnes (25,7 %, -1,0 point).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : Notre-Dame de Paris (72,1 %), la tour Eiffel (70,9 %), le musée du Louvre (63,2 %), l'Arc de triomphe (59,9 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (42,6 %).

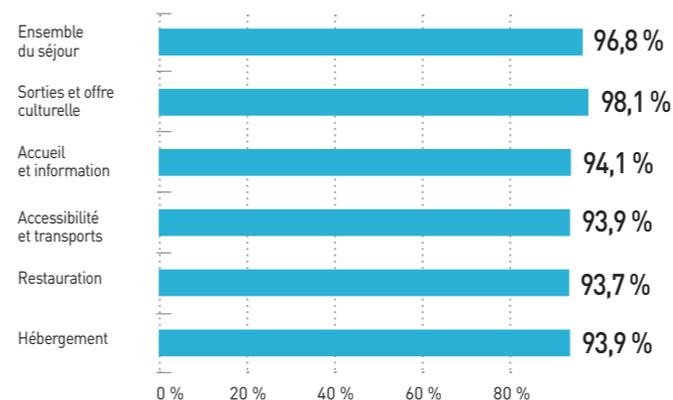
Les Américains sont particulièrement nombreux à visiter le musée d'Orsay (35,6 %, +11,1 points), Notre-Dame de Paris (+9,1 points) et le musée du Louvre (+7,2 points). Ils se rendent également davantage à l'Arc de triomphe (+4,4 points) et au château de Versailles (21,2 %, +4,4 points). Ils sont en revanche moins nombreux à visiter Disneyland® Paris (6,0 %, -12,2 points).

Plus de 46 % des dépenses des Américains consacrées à l'hébergement



Les Américains, dont la dépense moyenne par jour et par personne est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important à l'hébergement (+5,0 points) ainsi qu'à la restauration (+3,4 points) et moins important au shopping (-7,6 points).

Des touristes très satisfaits, en particulier des sorties et de l'offre culturelle*



*% satisfaits et très satisfaits.

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 95,1 %.

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 2010.

44,4 % sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années

45,8 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

L'ESSENTIEL

- 1 158 000 séjours soit 11,1 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion (↗ 2,8 % par rapport à 2009).
- 7 269 000 nuitées soit 12,2 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion (↗ 7,8 % par rapport à 2009).
- 6,3 nuits en moyenne (↗ 0,3 nuit par rapport à 2009).
- 44,4 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 93,3 % voyagent en individuel.
- 78,2 % voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 132 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 96,8 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 97,5 % recommanderaient la destination à leur entourage.
- 45,8 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.