



## LA CLIENTÈLE AUSTRALIENNE venue en avion

Population totale : 22,5 millions d'habitants  
 Taux de croissance économique : +2,7 %  
 Taux de change moyen : 1 € = 1,4 \$ AUD ; variation 2010/2009 : -18,6 %  
 Taux de chômage : 5,2 %  
 Taux d'inflation : +2,8 %

Sources : Bureau australien de statistiques, FMI, Banque de France.



### Quel profil ?

Les Australiens ont un âge moyen (38 ans) inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion (39 ans). Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures<sup>1</sup> pour plus de la moitié d'entre eux (56,9 %, +13,0 points).

<sup>1</sup> Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

### Quel type de voyage ?

Près de 9 visiteurs sur 10 (88,7 %, +16,8 points) voyagent pour motifs personnels. Ils viennent principalement en couple (38,4 %, +10,0 points), seuls (26,8 %, -7,3 points) ou en famille (21,7 %, +2,4 points).

Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 55,3 % (-18,2 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour plus du quart (28,6 %, +17,1 points) et d'un circuit France pour 14,5 % (+5,5 points).

Les Australiens voyagent en individuel non organisé pour 72,0 % (+0,2 point). Ils sont plus du quart (26,3 %, +4,2 points) à voyager en individuel organisé tandis que 1,7 % (-4,4 points) optent pour les groupes organisés.

### Quel hébergement ?

Plus de 9 séjours sur 10 (94,0 %, +12,4 points) ont lieu en hébergements marchands.

Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 69,8 % (moyen de gamme pour 20,7 %), les meublés et locations saisonnières (8,7 %) et les résidences hôtelières (7,6 %) ainsi que les hébergements pour jeunes (7,4 %).

Les résidences principales de parents (2,4 %) et d'amis (1,2 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

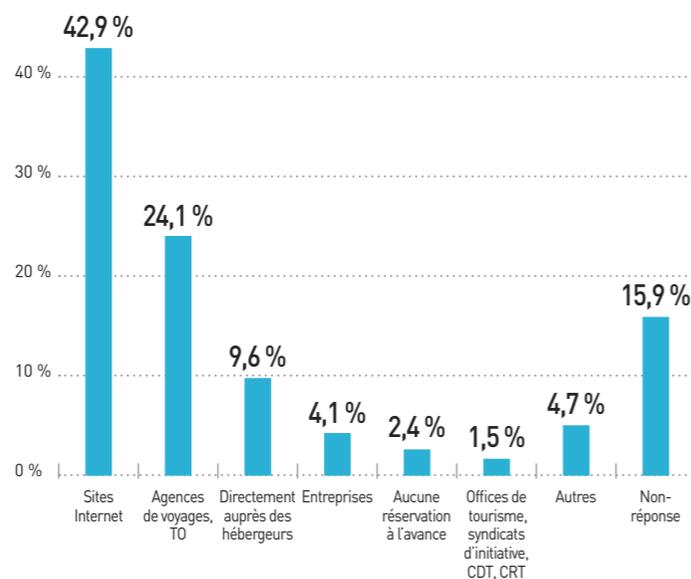
### Une majorité de repeaters australiens à Paris Île-de-France



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 Australiens favorisent également Internet (46,5 %, +5,5 points) devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (28,3 %, +2,9 points) et le bouche-à-oreille (21,0 %, +12,9 points).

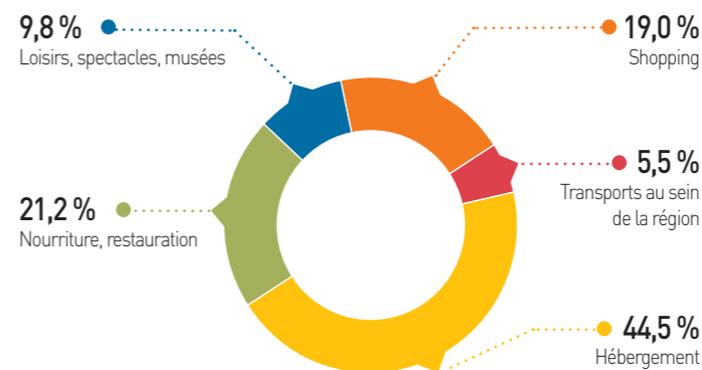
### Quelles activités ?

Les Australiens sont particulièrement intéressés par les marchés et brocantes (51,7 %, +19,0 points), la visite de parcs et jardins (59,8 %, +17,4 points) et la découverte de la gastronomie (57,5 %, +15,1 points). Ils aiment également profiter de la vie nocturne (41,6 %, +14,9 points), faire du shopping (63,3 %, +12,0 points) et assister à des spectacles et concerts (20,5 %, +11,4 points). Ils sont en revanche un peu moins attirés par la visite de parcs d'attractions (6,0 %, -1,3 point) et par les événements sportifs (1,4 %, -1,2 point).

### Quels sites visités ?

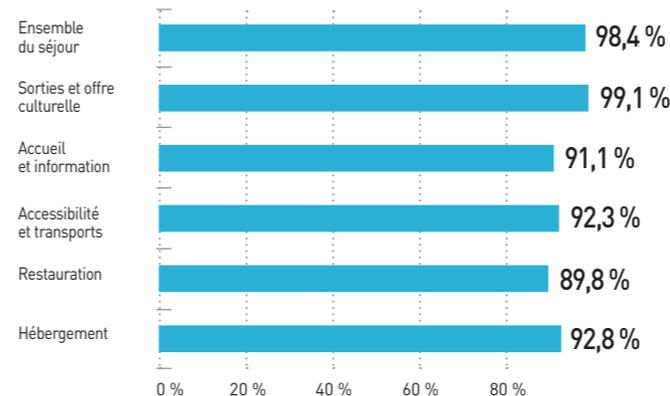
"Top 5" des lieux les plus visités : Notre-Dame de Paris (83,2 %), la tour Eiffel (82,0 %), l'Arc de triomphe (74,7 %), le musée du Louvre (69,4 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (59,7 %). Ils sont plus nombreux à visiter les sites du "top 5" et particulièrement Notre-Dame de Paris (+20,2 points) et l'Arc de triomphe (+19,3 points). Ils se rendent également davantage au musée d'Orsay (41,5 %, +16,9 points). En revanche, ils sont moins nombreux à visiter la Grande Arche de La Défense (7,3 %, -6,3 points) et le Centre Pompidou (16,5 %, -6,1 points).

### Près de 45 % des dépenses des Australiens consacrées à l'hébergement



Les Australiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important à l'hébergement (+3,4 points) et moins important au shopping (-3,7 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.

**50,1 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années

**39,0 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Ce qui est inférieur à la moyenne de l'ensemble des clientèles

### L'ESSENTIEL

... 281 000 séjours soit 2,7 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion (↗ 58,3 % par rapport à 2009).

... 1 710 000 nuitées soit 2,9 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion (↗ 47,0 % par rapport à 2009).

... 6,1 nuits en moyenne (↘ 0,5 nuit par rapport à 2009).

... 50,1 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.

... 98,3 % voyagent en individuel.

... 88,7 % voyagent pour motifs personnels uniquement.

... 148 € de dépense moyenne (par jour et par personne).

... 98,4 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.

... 98,7 % recommanderaient la destination à leur entourage.

... 39,0 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.