

LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES VENUES EN AVION ET EN TRAIN



LES BRITANNIQUES

Population totale : 62,4 millions d'habitants
 Taux de croissance économique : +0,7 %
 Taux de change moyen : 1 € = 0,87 £ ; variation 2011/2010 : +1,1 %
 Taux de chômage : 8,0 %
 Taux d'inflation : +4,5 %



Sources : Eurostat - Banque de France.

Quel profil ?

Les visiteurs britanniques ont un âge moyen (41 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (39 ans). Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures¹ pour près de la moitié (49,6 %, +3,5 points). Près de 8 visiteurs sur 10 (79,2 %) viennent d'Angleterre : parmi eux, 33,2 % viennent du sud de l'Angleterre (Southampton, Bristol), 23,1 % du Grand Londres, 20,4 % du Nord (Manchester, Leeds, Liverpool) et 16,4 % du Centre (Birmingham, Nottingham).

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

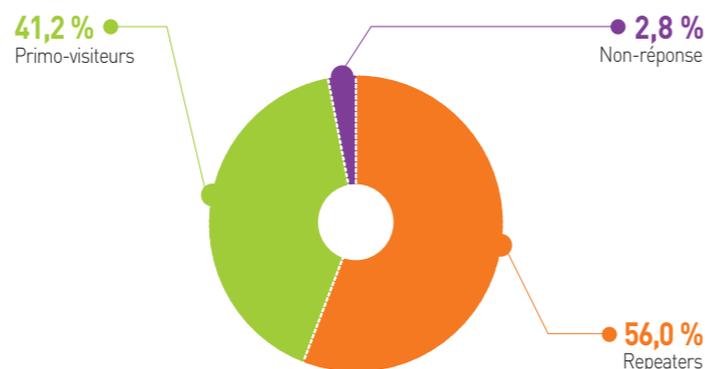
Quel type de voyage ?

Près des trois quarts (73,9 %, +3,7 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en couple (32,2 %, +4,4 points), en famille (26,4 %, +5,9 points) ou seuls (25,7 %, -8,2 points). Plus des trois quarts (76,5 %, -1,8 point) voyagent en individuel non organisé. Ils sont 19,8 % (+3,2 points) à voyager en individuel organisé et 3,7 % (-1,4 point) à voyager en groupe organisé.

Quel hébergement ?

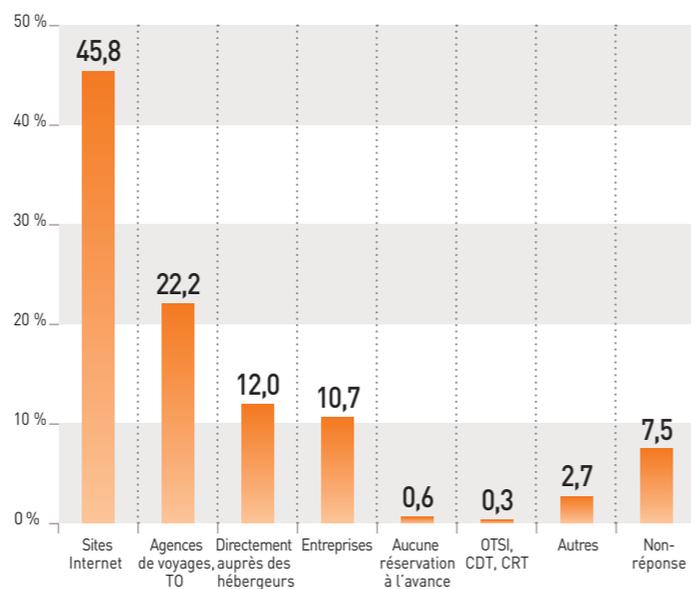
Plus de 9 séjours sur 10 (90,8 %, +9,2 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 84,0 % (moyen de gamme pour 67,2 % et haut de gamme pour 29,0 %), les résidences hôtelières (3,1 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (2,0 %). Les résidences principales d'amis (3,6 %), de parents (2,6 %) et les résidences secondaires de parents ou d'amis (0,9 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

UNE MAJORITÉ DE REPEATERS BRITANNIQUES À PARIS ÎLE-DE-FRANCE



Période de référence : les 5 dernières années. La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 55,8 % de repeaters et de 41,0 % de primo-visiteurs (3,2 % de non-réponse).

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDERANT (EN %)



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands. À l'étape de la préparation du voyage, les Britanniques favorisent également Internet (48,7 %, +2,4 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (22,2 %, -2,5 points), les hébergeurs en direct (10,9 %, +1,2 point) et les entreprises (10,7 %, +0,7 point).

Quelles activités ?

Les Britanniques réalisent globalement moins d'activités que les autres clientèles, excepté les visites de parcs d'attractions (22,4 %, +4,9 points), les événements et expositions (10,3 %, +1,0 point) et les événements sportifs (3,4 %, +0,9 point). Ils sont moins attirés par le shopping (34,9 %, -12,5 points), la découverte des villes (62,4 %, -12,0 points), la visite de musées et monuments (76,0 %, -11,0 points), les parcs et jardins (28,3 %, -9,2 points) ainsi que les marchés et brocantes (15,4 %, -9,0 points).

Quels sites visités ?

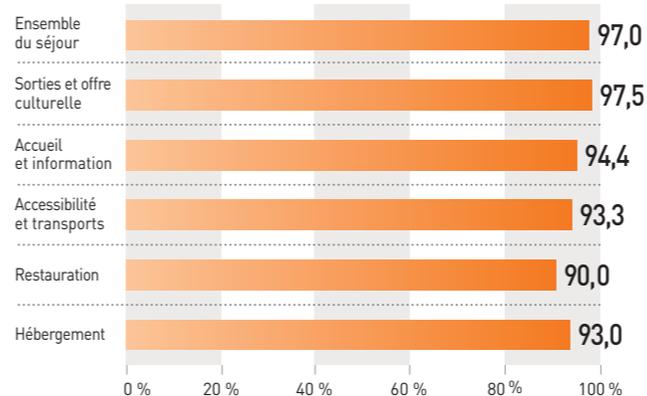
"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (49,5 %), Notre-Dame de Paris (49,4 %), l'Arc de triomphe (41,1 %), le musée du Louvre (40,1 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (32,8 %). Les Britanniques réalisent globalement moins de visites que les autres clientèles. C'est notamment le cas pour la tour Eiffel (-17,1 points), l'Arc de triomphe (-13,9 points) ou encore le musée du Louvre (-13,4 points). En revanche, ils se rendent davantage à Disneyland® Paris (21,8 %, +4,9 points).

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



Les Britanniques, 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 (+9,3 points) et moins important au shopping (-11,6 points).

DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, EN PARTICULIER DES SORTIES ET DE L'ACCUEIL (EN %)*



*% satisfaits et très satisfaits. Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 95,4 %.

Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train. Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports et dans les trains - CRT Paris Île-de-France, ADP, SVD (BVA) - résultats 2011.

56,0% sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années

53,4% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

L'ESSENTIEL

- 1 231 000 séjours soit 8,9 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train (↑0,7 % par rapport à 2010).
- 4 272 000 nuitées soit 5,7 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train (↑ 14,8 % par rapport à 2010).
- 3,5 nuits en moyenne (↑ 0,4 nuit par rapport à 2010).
- 56,0 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 96,3 % voyagent en individuel.
- 73,9 % voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 145 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 97,0 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 96,9 % recommanderaient la destination à leur entourage.
- 53,4 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.