

LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES VENUES EN TRAIN

LES SUISSES

Population totale : 7,9 millions d'habitants
 Taux de croissance économique : +2,1 %
 Taux de change moyen : 1 € = 1,23 CHF ; variation 2011/2010 : -10,7 %
 Taux de chômage : 3,1 %
 Taux d'inflation : +0,1 %



Sources : Eurostat - Office fédéral de la statistique suisse - Banque de France.

Quel profil ?

Les visiteurs suisses ont un âge moyen (43 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en train (41 ans). Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures¹ pour plus de 4 personnes sur 10 (41,3 %, -2,2 points) et sont employés pour 19,2 % (-2,9 points). Ils proviennent principalement de Genève (35,3 %), de Berne (13,3 %) et de Zürich (10,5 %).

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

Quel type de voyage ?

Plus des trois quarts (76,6 %, +9,1 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement seuls (29,4 %, -1,5 point), en couple (28,5 %, +1,6 point) ou en famille (24,6 %, +2,6 points). Plus de 8 Suisses sur 10 voyagent en individuel non organisé (82,7 %, +1,4 point). Plus d'1 personne sur 10 voyage en individuel organisé (14,2 %, -0,6 point) et 3,2 % optent pour les groupes organisés (-0,8 point).

Quel hébergement ?

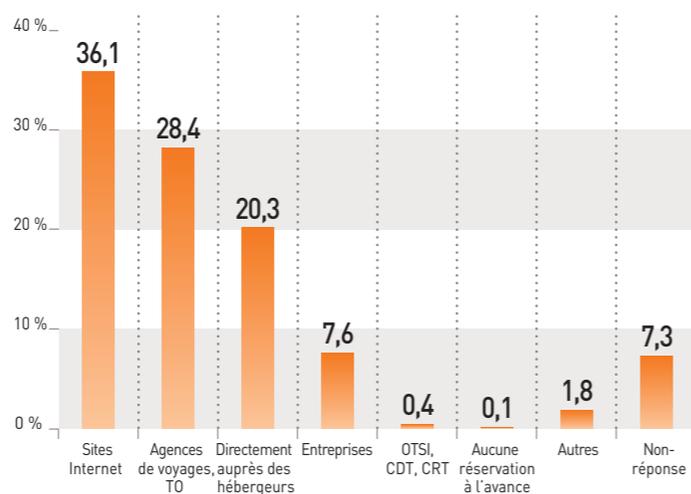
Plus des deux tiers des séjours (69,4 %, -11,7 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 63,2 % (moyen de gamme pour 76,7 % et haut de gamme pour 17,3 %), les meublés et les locations saisonnières (2,9 %) ainsi que les résidences hôtelières (1,7 %). Les résidences principales d'amis (9,6 %), de parents (8,5 %) et les résidences secondaires de parents ou d'amis (7,8 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

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



Période de référence : les 5 dernières années.
 La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 66,3 % de repeaters et de 33,0 % de primo-visiteurs (0,7 % de non-réponse).

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



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.
 À l'étape de la préparation du voyage, les Suisses favorisent également Internet (43,7 %, -2,6 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (28,0 %, +7,2 points) ainsi que les hébergeurs en direct (12,8 %, +0,8 point).

Quelles activités ?

Les Suisses apprécient davantage le shopping (44,2 %, +6,8 points), les spectacles et concerts (17,8 %, +6,2 points) et la découverte de nouveaux quartiers branchés (22,0 %, +4,8 points). Ils sont également attirés par les sorties nocturnes (16,7 %, +3,4 points), la découverte des villes (68,2 %, +2,0 points) ainsi que les événements et expositions (14,4 %, +1,8 point). En revanche, ils sont moins intéressés par la découverte de la gastronomie (19,4 %, -4,6 points) ainsi que par la visite de parcs et jardins (21,8 %, -3,5 points).

Quels sites visités ?

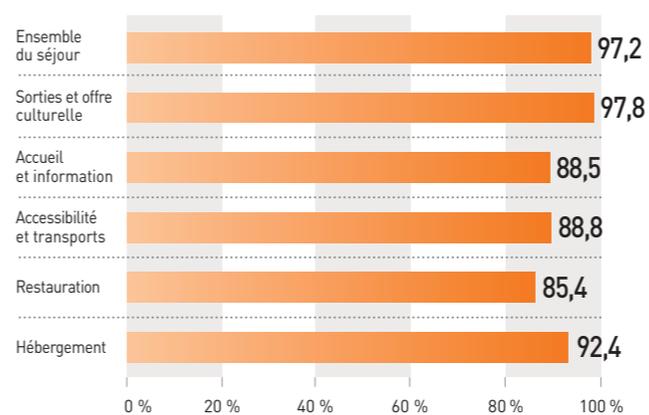
"Top 5" des lieux les plus visités : Notre-Dame de Paris (47,8 %), la tour Eiffel (47,8 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (43,6 %), l'Arc de triomphe (39,8 %) et le musée du Louvre (36,4 %). Ils sont moins nombreux à visiter les "classiques" comme Notre-Dame de Paris (-5,0 points), le musée du Louvre (-4,9 points), le musée d'Orsay (13,4 %, -3,9 points) et la tour Eiffel (-3,8 points). En revanche, ils se rendent davantage à la Cité des sciences et de l'industrie (9,5 %, +4,9 points) ainsi qu'au musée du quai Branly (10,0 %, +4,8 points).

PLUS DU TIERS DES DÉPENSES DES SUISSES CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Suisses, dont la dépense moyenne, par jour et par personne, est légèrement supérieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important au shopping (+5,7 points) ainsi qu'à la restauration (+3,8 points) et moins important à l'hébergement (-8,9 points).

DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, NOTAMMENT DES SORTIES ET DE L'OFFRE CULTURELLE (EN %)*



*% satisfaits et très satisfaits.
 Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 95,6 %.

Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en train.
 Source : dispositif permanent d'enquête dans les trains - CRT Paris Île-de-France, SVD (BVA) - résultats 2011.

74,5% sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années²

62,1% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans²

² Ce qui est supérieur à la moyenne de l'ensemble des clientèles.

L'ESSENTIEL

- 256 000 séjours soit 7,5 % des séjours de la clientèle internationale venue en train (↗ 1,9 % par rapport à 2010).
- 939 000 nuitées soit 8,1 % des nuitées de la clientèle internationale venue en train (→ 0,0 % par rapport à 2010).
- 3,7 nuits en moyenne (↗ 0,1 nuit par rapport à 2010).
- 74,5 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 96,8 % voyagent en individuel.
- 76,6 % voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 136 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 97,2 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 96,7 % recommanderaient la destination à leur entourage.
- 62,1 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.