

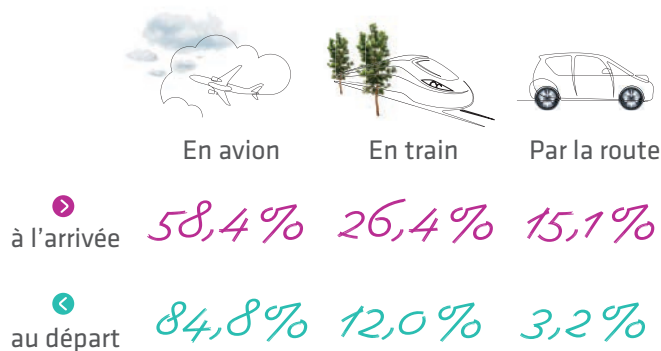
Les Américains



- **Population totale :**
327,2 millions d'habitants
- **Taux de croissance économique :** +2,3 %
- **PIB/habitant :** 62 795 USD
- **Taux de change moyen :**
1 EUR = 1,12 USD ;
variation 2019/2018 : -5,2 %
- **Taux de chômage :** 3,7 %

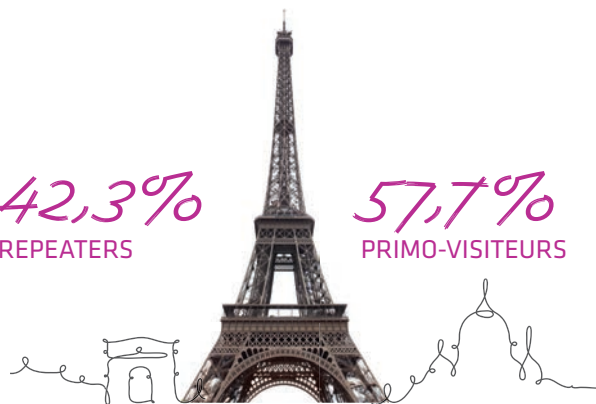


MODE DE TRANSPORT



42,3 %
REPEATERS

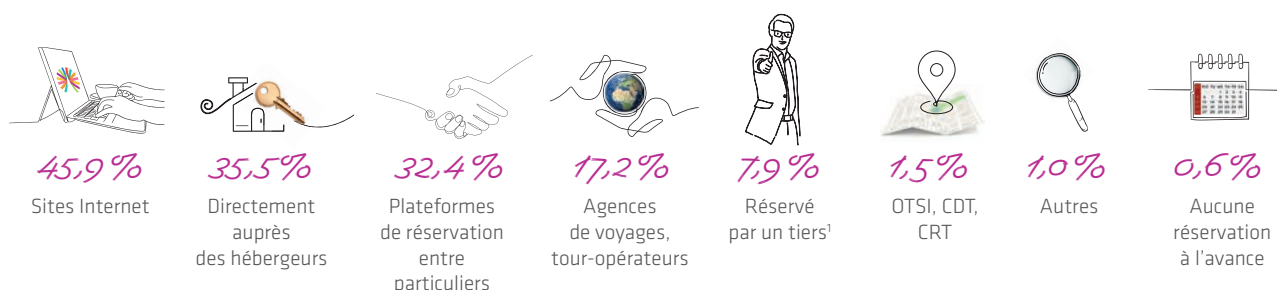
57,7 %
PRIMO-VISITEURS



La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,9 % de repeaters et de 40,1 % de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, PRÈS D'UN TIERS DES AMÉRICAINS ONT UTILISÉ LES PLATEFORMES ENTRE PARTICULIERS



Quel profil ?

Les visiteurs américains ont un âge moyen (42 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont issus des CSP+¹ pour 38,5 % (+4,9 points), 20,8 % (-7,5 points) sont employés et 12,7 % (-0,1 point) sont étudiants. Les retraités sont plus nombreux comparativement à l'ensemble des touristes internationaux (10,2 %, +4,2 points). Ils proviennent principalement de Californie (17,9 %), de New York (10,7 %), du Texas (7,6 %), du Maryland (5,6 %) et du Massachusetts (5,0 %).

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

Quel type de voyage ?

Plus de 8 visiteurs sur 10 (83,5 %, +8,7 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (29,4 %, +5,2 points), en famille (28,3 %, +2,1 points) ou seuls (17,4 %, -9,8 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour pour 44,4 % des touristes (-27,7 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 36,4 % (+19,0 points) et d'un circuit France pour 28,6 % (+15,1 points). Les Américains voyagent en individuel non organisé pour 77,3 % (+0,2 point). Ils sont 9,9 % (+1,8 point) à opter pour un séjour individuel organisé par une

agence de voyages ou un tour-opérateur, 8,0 % (+2,0 points) à préférer les groupes organisés et 4,8 % (-3,9 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise.

Quel hébergement ?

Près de 9 séjours sur 10 (89,9 %, +8,5 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 59,1 % (52,2 % en haut de gamme et 38,8 % en 3 étoiles), les meublés et locations saisonnières (22,6 %) ainsi que les résidences hôtelières (2,4 %). Les résidences principales d'amis (4,5 %) et de parents (2,7 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

Quelles activités ?

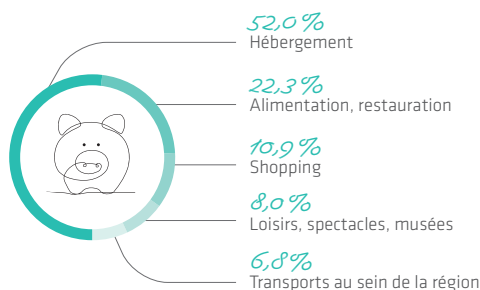
Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (94,9 %), les promenades en ville (86,7 %) ainsi que les visites de parcs et jardins (69,0 %). Les Américains sont particulièrement intéressés par les visites de parcs et jardins (+18,8 points), les promenades en ville (+15,3 points), les marchés et brocantes (31,7 %, +13,9 points) ainsi que la gastronomie française (51,0 %,

+12,1 points). Ils apprécient également les visites de musées et monuments (+11,9 points), les croisières fluviales (28,5 %, +11,4 points), le shopping (56,4 %, +10,3 points), les visites guidées de quartiers (21,1 %, +8,8 points), les événements culturels (18,6 %, +5,6 points) ainsi que les sorties nocturnes (24,4 %, +4,1 points). Il est peu d'activités qu'ils pratiquent moins que les autres, excepté les parcs d'attractions (11,9 %, -13,7 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (75,8 %), le musée du Louvre (63,8 %), Notre-Dame de Paris (59,4 %), l'Arc de triomphe (57,6 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (38,2 %). Les Américains sont particulièrement nombreux à visiter Notre-Dame de Paris (+15,5 points), le musée du Louvre (+13,8 points), le musée d'Orsay (32,6 %, +12,8 points), la tour Eiffel (+11,5 points), l'Arc de triomphe (+9,2 points) ainsi que le château de Versailles (21,6 %, +7,4 points). En revanche, ils fréquentent moins Disneyland® Paris (5,6 %, -12,6 points) et le centre Pompidou (12,3 %, -3,3 points).

PLUS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Américains, dont la dépense moyenne par jour et par personne (160 €) est nettement supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (138 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+4,0 points) et moins importante au shopping (-3,8 points).

À retenir

- **2 491 000 séjours**, soit 11,2 % des séjours de la clientèle internationale
- **14 124 000 nuitées**, soit 13,4 % des nuitées de la clientèle internationale
- **2,3 milliards d'euros** de consommation touristique, soit 15,6 % de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **5,7 nuits** en moyenne
- **42,3 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **77,3 %** voyagent en individuel non organisé
- **83,5 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **908 €** de budget de séjour par personne
- **95,8 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **38,8 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

Nos suggestions

- Valoriser l'art de vivre à la française : la culture et la gastronomie
- Privilégier la communication via les canaux numériques et notamment sur les réseaux sociaux
- Proposer des parcours de visites intégrant des lieux plus confidentiels et moins fréquentés

DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, EN PARTICULIER DE LA RESTAURATION



95,8%

Ensemble du séjour



97,6%

Sorties et offre culturelle



94,3%

Hébergement



93,6%

Restauration



92,5%

Accueil et information



90,0%

Accessibilité et transports

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 92,9 %

Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2019 : Banque mondiale, FMI.