

→ **Croissance économique :**
+5,7 % en 2021
+3,7 % en 2022*

→ **PIB par habitant :**
69 230 \$ en 2021
76 030 \$ en 2022*

→ **Taux d'inflation :**
+4,7 % en 2021
+7,7 % en 2022*

*Prévisions

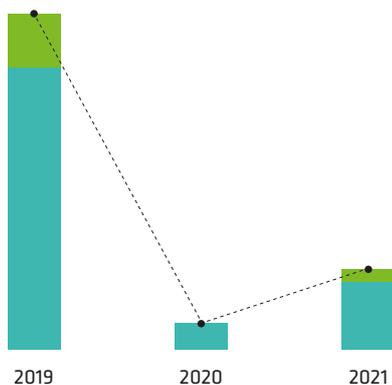
Source : FMI – avril 2022.

LES AMÉRICAINS

NOMBRE DE TOURISTES AMÉRICAINS (EN MILLIONS)

9,3 % de la fréquentation touristique internationale en 2021 (3^e rang)
11,2 % de la fréquentation touristique internationale en 2019 (1^{er} rang)

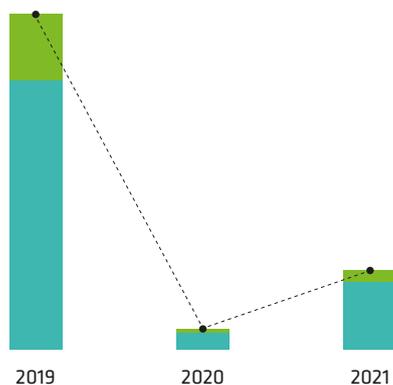
Année	Loisirs	Affaires et mixtes	Global
2019	2,5	0,2	0,6
2020	0,4	0,0	0,1
2021	2,1	0,2	0,5



CONSOMMATION TOURISTIQUE AMÉRICAINE (EN MILLIONS D'€)

6,4 % de la consommation touristique internationale en 2021 (1^{er} rang)
15,6 % de la consommation touristique internationale en 2019 (1^{er} rang)

Année	Loisirs	Affaires et mixtes	Global
2019	2 261,0	121,8	533,1
2020	447,6	10,8	82,6
2021	1 813,4	111,1	450,5



● Loisirs ● Affaires et mixtes ● Global

PRINCIPAUX CHIFFRES 2021

625 000

touristes,
+237 % par rapport à 2020
et -75 % par rapport à 2019

3,3

millions de nuitées,
+271 % par rapport
à 2020 et -76 % par
rapport à 2019

533

millions d'euros,
+338 % par rapport
à 2020 et -76 % par
rapport à 2019

PROFIL DES AMÉRICAINS VENUS EN 2021



56 % ▼
de femmes

39 ans
en moyenne

87,4 % ↗
pour motif loisirs

50 % ▼
de primo-visiteurs

37 %
en famille

27 % ▼
en couple

19 %
seul

2,4
personnes en moyenne



TRANSPORTS POUR QUITTER LA DESTINATION

- 79% en avion ▼
- 18% en train ▼
- 3% par la route

DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2021



5,3
nuits en moyenne

50 % ↗
ont réservé
via des OTA*

64 % ▼
ont réservé plus
d'un mois avant le départ

55 % ▼
ont séjourné à l'hôtel

96 %
de touristes satisfaits

72 %
de promoteurs
de la destination

58 % ↗
d'intention de retour
d'ici deux ans

853 €
de budget par séjour



TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 84% à Paris ▼
- 6% dans le Val d'Oise ▼
- 4% dans le Val-de-Marne ▼

*Online Travel Agency

NOTES DE LECTURE : ▼ Hausse de plus de 2 points par rapport à 2019 ▼ Baisse de plus de 2 points par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

→ Capitaliser sur les clientèles les plus à même de revenir à Paris Île-de-France dès à présent, les 45 - 65 ans, vaccinés et disposant de revenus économiques importants

→ Explorer la cible des jeunes actifs (25-35 ans) avides de voyage en s'appuyant sur le patrimoine historique et culturel, l'art de vivre mais aussi les nouveaux concepts éco-responsables

→ Se concentrer sur les grands bassins émetteurs : la côte Est, avec notamment New York, et la Californie