



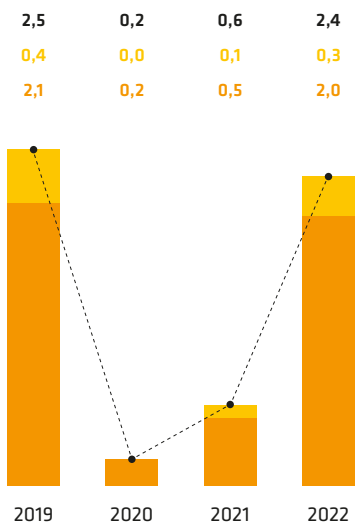
- **Croissance économique :**
+2,1% en 2022
+1,6% en 2023*
- **PIB par habitant :**
76 348 \$ en 2022
80 035 \$ en 2023*
- **Taux d'inflation :**
+8,0% en 2022
+4,5% en 2023*

*Prévisions
Source : FMI - avril 2023.

LES AMÉRICAINS

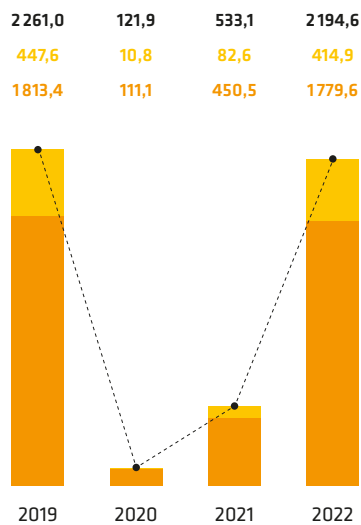
NOMBRE DE TOURISTES AMÉRICAINS (EN MILLIONS)

12,2% de la fréquentation touristique internationale en 2022 (1^{er} rang)
11,2% de la fréquentation touristique internationale en 2019 (1^{er} rang)



CONSOMMATION TOURISTIQUE AMÉRICAINNE (EN MILLIONS D'€)

18,3% de la consommation touristique internationale en 2022 (1^{er} rang)
15,6% de la consommation touristique internationale en 2019 (1^{er} rang)



● Loisirs ● Affaires et mixtes ● Global

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

2,4
millions de touristes,
+278% par rapport
à 2021 et -5% par
rapport à 2019

14,2
millions de nuitées,
+325% par rapport
à 2021 et +1% par
rapport à 2019

2,2
milliards d'euros,
+312% par rapport
à 2021 et -3% par
rapport à 2019

PROFIL DES AMÉRICAINS VENUS EN 2022



67 % ↗
de femmes

40 ans ↘
en moyenne

39 % ↗
en famille

87 % ↗
pour motifs personnels

3,7 ↗
personnes en moyenne

25 % ↘
en couple

18 % ↗
entre amis



MODES DE TRANSPORT AU DÉPART

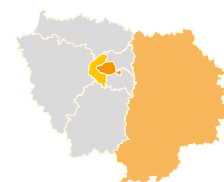
- 78 % en avion ↘
- 21 % en train ↘
- 1 % par la route

DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2022



Plus de 7 touristes sur 10 réservent plus d'un mois avant le départ (71%, ↘). Pour 43% d'entre eux, leur réservation se fait via des OTA (↘). Sur place, plus de la moitié (54%, ↘) séjournent à l'hôtel. Ils restent en moyenne 6,0 nuits et dépensent 929 € (↗) par personne. À l'issue du séjour, plus de 9 touristes sur 10 sont satisfaits (96 %) et 42 % d'entre eux ont l'intention de revenir d'ici à deux ans (↗). Près des trois quart se disent prêts à recommander la destination Paris Île-de-France à leur entourage (72 %).

60 %
de primo-visiteurs ↗



TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 82 % à Paris ↘
- 5 % en Seine-et-Marne ↘
- 4 % dans les Hauts-de-Seine ↘

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse significative par rapport à 2019 ↘ Baisse significative par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Proposer des offres touristiques incluant des produits et services liés à l'art de vivre, à la gastronomie mais aussi des croisières fluviales et des activités culturelles
- Explorer la cible des jeunes actifs (25-35 ans) avides de voyage en s'appuyant sur les nouvelles technologies
- Concentrer les efforts de communication et de promotion sur les grands bassins émetteurs : la côte est et la Californie