



Paris distinguée comme « capitale européenne du shopping »

Une étude du cabinet international Abington, publiée mardi, analyse les habitudes d'achats des touristes étrangers. Ses conclusions sont sans appel : Paris est la « capitale européenne du shopping ».

Déjà reconnue comme la première destination touristique mondiale, Paris s'avère aussi être pour les touristes étrangers « la capitale européenne du shopping ». Un sondage du cabinet international Abington, réalisé auprès de 603 touristes brésiliens, chinois et russes*, en juin et juillet 2014, démontre qu'elle est perçue comme « la ville idéale » pour faire des achats.

50% des touristes interrogés privilégient Paris pour leur shopping, devant Londres (25%) et Milan (18%). Selon eux, l'attractivité de la capitale française repose en premier lieu sur « la largeur de l'offre », suivie de « l'exclusivité des produits » et du « niveau des prix ». Ils sont 51% à acheter des vêtements, 40% des souvenirs et 38% des cosmétiques et de la parfumerie. Une diversité qui témoigne de la richesse de l'offre commerciale parisienne, qui allie la qualité des petits artisans et commerçants, aux industries de prestige et aux grandes enseignes.

Ainsi, 30% des touristes étrangers qui se rendent à Paris ont le shopping pour « première motivation ». Un chiffre qui monte à 45% pour les touristes russes, séduits tant par les marques de luxe que par les marques grand public. Les visiteurs les plus dépensiers s'avèrent être les Brésiliens, dont le budget moyen s'élève à 6.150€.

Cette étude d'Abington, qui suit celles de PwC et de KPMG, démontre une fois encore la capacité de Paris à combiner attractivité économique et patrimoine d'exception. Un équilibre unique, auquel s'ajoutent une gastronomie de renommée mondiale, une création contemporaine dynamique et une écologie urbaine en pleine expansion.

Contact presse : Matthieu Lamarre / 01.42.76.49.61 / mairiedeparis.servicepresse@paris.fr

* Le cabinet Abington a choisi de centrer son étude sur les ressortissants du Brésil, de la Chine et de la Russie car ces trois pays sont selon lui « le potentiel de développement touristique le plus important » pour Paris.