



# Les touristes internationaux

**En 2019, les clientèles internationales représentent plus de la moitié des nuitées de la destination Paris Île-de-France.**

## QUELS PROFILS ?

L'âge moyen des visiteurs internationaux (40 ans) est inférieur à celui de l'ensemble des clientèles (43 ans). Plus d'un tiers des touristes (33,6 %, +1,1 point) sont issus des CSP+<sup>1</sup>, 28,4 % (+1,9 point) sont employés et 12,8 % (+3,1 points) étudiants. Les femmes sont majoritaires (53,0 %, +0,9 point). Les touristes viennent seuls (27,3 %, -8,5 points), en famille (26,2 %, +3,4 points) et en couple (24,2 %, -1,3 point). La taille moyenne des groupes est de 2,2 personnes.

## QUELS MOTIFS DE VISITE ?

Près des trois quarts des touristes (74,9 %, +6,0 points) viennent à Paris Île-de-France pour motifs personnels, le plus souvent pour des vacances (70,7 %, +22,6 points) mais aussi pour rendre visite à de la famille

(13,5 %, -20,8 points) ou à des amis (10,9 %, -5,3 points). Les voyages professionnels représentent 12,6 % (-6,0 points) des séjours touristiques. Enfin, plus d'1 visiteur sur 10 (12,6 %, -0,0 point) est venu à la fois pour motifs personnels et professionnels. Les principales raisons des voyages professionnels sont les rendez-vous et contacts professionnels (37,3 %, -8,6 points), les séminaires et événements d'entreprises (12,9 %, -5,0 points), les études, stages et formations (12,9 %, -0,6 point) ainsi que les salons, foires et expositions (12,7 %, +2,1 points).

## QUELS MOYENS D'INFORMATION ET DE RÉSERVATION ?

Les sites Internet (50,2 %, +2,8 points), les hébergeurs en direct (24,3 %, -2,5 points) ainsi

que les agences de voyages et tour-opérateurs (22,2 %, +4,3 points) sont les principales sources d'information pour la préparation du voyage. Les réservations s'effectuent en priorité par des sites Internet (45,6 %, +2,5 points), directement auprès des hébergeurs (27,2 %, -3,3 points) ainsi que par des agences de voyages et tour-opérateurs (22,7 %, +4,6 points). Les réservations sont réalisées le plus souvent plus d'un mois avant le séjour (65,0 %, +12,2 points). Près de 8 touristes sur 10 (77,1 %, -2,9 points) voyagent en individuel non organisé. Ils sont 8,8 % (-1,6 point) à effectuer un séjour organisé par leur entreprise, 8,2 % (+3,1 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur et 6,0 % (+1,4 point) à préférer les groupes organisés.

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

## QUELS HÉBERGEMENTS ?

Plus de 8 séjours sur 10 (81,4 %, +17,9 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 59,7 % (45,4 % en 3 étoiles et 39,7% en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (11,4 %) ainsi que les résidences hôtelières (4,1 %). Près d'1 touriste sur 5 (18,6 %, -17,9 points) a choisi un hébergement non marchand, notamment les résidences principales de parents (8,0 %) ou d'amis (7,3 %). L'hébergement représente 47,9 % (+1,8 point) du budget du séjour qui s'élève, en moyenne, à 653 € par personne.

## QUELLES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ?

Les visites de musées et monuments (82,9 %, +14,2 points), les promenades en ville (71,4 %, +4,7 points) ainsi que les visites de parcs et jardins (50,2 %, +13,5 points) sont les 3 principales activités pratiquées par les touristes pendant leur séjour. Les autres centres d'intérêt des visiteurs sont le shopping (46,2 %, +7,3 points), la gastronomie française (38,9 %, +13,5 points) ainsi que les parcs d'attractions (25,5 %, +4,9 points). Ils sont davantage intéressés par les croisières fluviales (17,1 %, +6,5 points), les marchés et

brocantes (17,9 %, +5,2 points) et les visites guidées de quartiers (12,2 %, +4,0 points). Près des trois quarts des touristes internationaux (72,2 %, +16,1 points) ont ainsi réalisé plus de 3 activités, avec une moyenne de 4,2 activités. Les sites touristiques les plus visités sont la tour Eiffel (64,2 %, +23,0 points), le musée du Louvre (50,0 %, +19,4 points), l'Arc de triomphe (48,4 %, +19,0 points), Notre-Dame de Paris (43,9 %, +15,7 points) et le Sacré-Cœur de Montmartre (38,3 %, +11,4 points). Un touriste visite en moyenne 3,8 sites touristiques.

## QUELLE SATISFACTION ?

Près de 6 touristes sur 10 (59,9 %, -19,3 points) sont déjà venus au moins une fois à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années et 15,7% (-21,9 points) ont réalisé plus de 10 séjours au cours de cette période. Plus de 9 touristes sur 10 (92,9 %, +0,8 point) sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France et notamment des sorties et de l'offre culturelle (95,6 %, +0,3 point). L'accessibilité et le transport (85,8 %, +1,9 point) est l'aspect le moins bien apprécié de l'offre touristique. Plus de la moitié des touristes (53,6 %, -14,1 points) souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.



22,2

millions de touristes internationaux



105,4

millions de nuitées internationales

## À retenir

- **22,2 millions de séjours** effectués par les touristes internationaux, soit 43,9% des séjours de l'ensemble des clientèles
- **105,4 millions de nuitées** effectuées par les touristes internationaux, soit 53,7% des nuitées de l'ensemble des clientèles
- **14,5 milliards d'euros** de consommation touristique, soit 66,4 % de la consommation touristique globale
- **4,7 nuits** en moyenne
- **59,9 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années
- **77,1 %** voyagent en individuel non organisé
- **74,9 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **81,4 %** ont séjourné en hébergement marchand
- **138 €** de dépense moyenne par jour et par personne
- **653 €** de budget moyen de séjour par personne
- **92,9 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **53,6 %** ont l'intention de revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

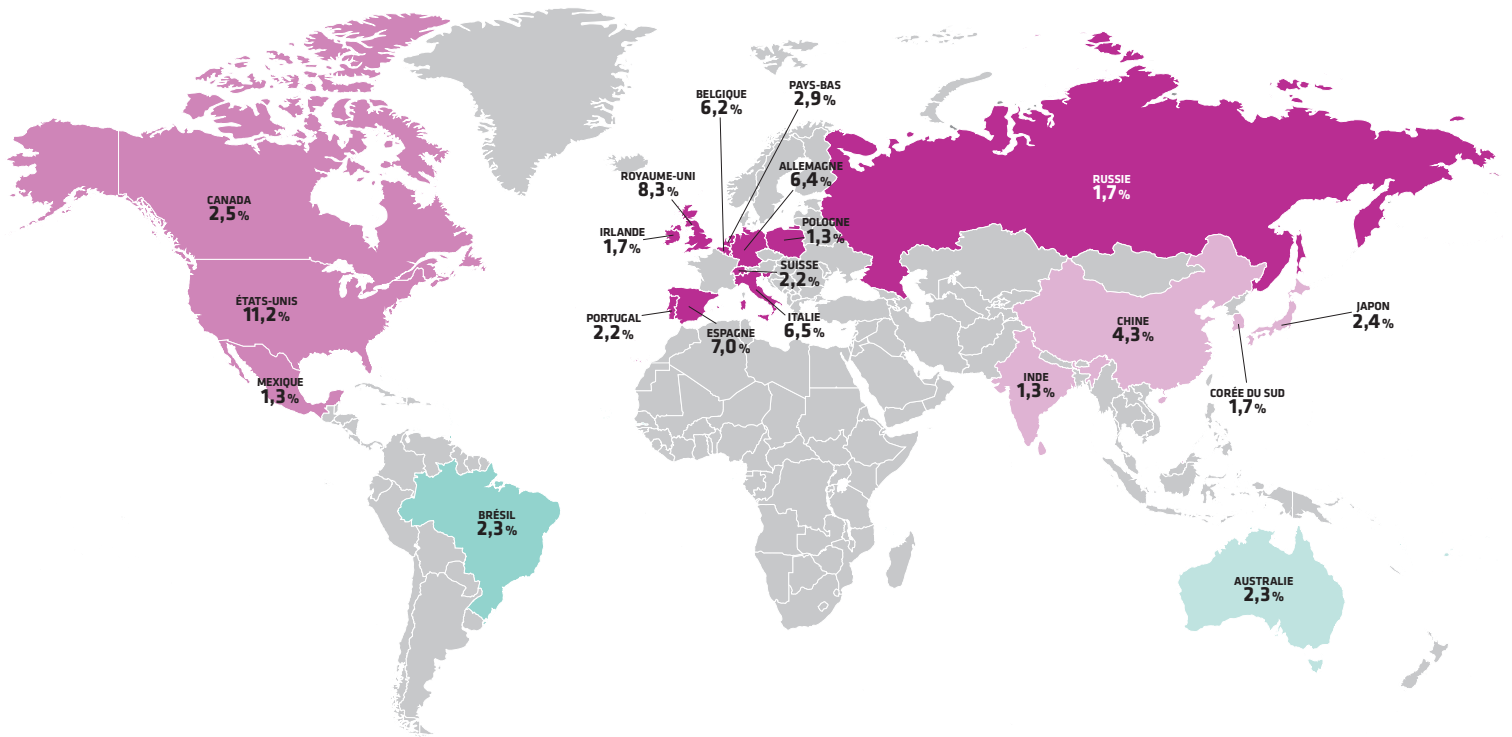
## Nos suggestions

- Communiquer sur les mesures sanitaires mises en place afin de rassurer cette clientèle
- Proposer des offres adaptées à un public jeune, plus susceptible de voyager dans les prochains mois
- Développer des contenus personnalisés à travers les canaux numériques
- Mettre en valeur des aspects plus confidentiels tels que des visites guidées ou des sorties nocturnes pour les repeaters

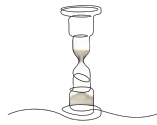
Les données exprimées en points sont calculées par rapport à l'ensemble des clientèles françaises et internationales.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les axes 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.

## ORIGINE DES PRINCIPALES CLIENTÈLES INTERNATIONALES



NOMBRE DE SÉJOURS



DURÉE DE SÉJOUR



TAUX DE REPEATERS



TAUX DE SATISFACTION



CONSOMMATION TOURISTIQUE



12 165 000

3,7  
nuits

65,8%

93,8%

5,6  
milliards d'euros

**Amérique du Nord**



3 332 000

5,6  
nuits

44,0%

95,8%

2,9  
milliards d'euros

**Asie et Moyen-Orient**



3 220 000

5,7  
nuits

50,1%

87,8%

3,1  
milliards d'euros

**Afrique**



1 491 000

8,4  
nuits

82,6%

89,4%

1,3  
milliard d'euros

**Amérique du Sud et Centrale**



1 416 000

5,9  
nuits

53,4%

93,4%

1,1  
milliard d'euros

**Océanie**



599 000

4,5  
nuits

39,0%

91,2%

0,5  
milliard d'euros