



# Les touristes français

## La clientèle française, toujours plus nombreuse à Paris Île-de-France

### QUELS PROFILS ?

L'âge moyen des visiteurs français (45 ans) est supérieur à celui de l'ensemble des clientèles (43 ans). Près d'un tiers des touristes (31,6 %, -0,8 point) sont issus des CSP<sup>1</sup>, 25,0% (-1,5 point) sont employés et 16,7% (+4,6 points) sont retraités. Les femmes sont plus nombreuses (51,4 %, -0,7 point). Les touristes viennent majoritairement seuls (42,4 %, +6,7 points) mais la part des voyages en couple (26,5 %, +1,0 point) ou en famille (20,1 %, -2,7 points) est relativement importante. La taille moyenne des groupes est de 2,0 personnes.

### QUELS MOTIFS DE VISITE ?

Plus de 6 touristes sur 10 (64,1 %, -4,7 points) viennent à Paris Île-de-France pour motifs personnels, le plus souvent pour rendre visite à de la famille (52,8 %, +18,6 points) mais

aussi pour des vacances (27,9 %, -20,2 points) ou rendre visite à des amis (20,9 %, +4,7 points). Les voyages professionnels représentent 23,2 % des séjours touristiques (+4,7 points). 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 (50,6 %, +4,7 points), les séminaires et événements d'entreprises (20,6 %, +2,7 points), les études, stages et formations (13,7 %, +0,3 point) ainsi que les salons, foires et expositions (9,4 %, -1,2 point).

### QUELS MOYENS D'INFORMATION ET DE RÉSERVATION ?

Les sites Internet (43,7 %, -3,6 points), les hébergeurs (30,0 %, +3,2 points) ainsi que les tiers tels que l'entreprise,

les parents ou amis (15,8 %, +4,3 points) sont les principales sources d'information pour le choix de l'hébergement. Les réservations s'effectuent en priorité par des sites Internet (40,0 %, -3,2 points), directement auprès des hébergeurs (34,8 %, +4,2 points) ou ont été réalisées par des tiers (17,3 %, +5,4 points). Les réservations sont réalisées le plus souvent moins d'un mois avant le séjour (63,6 %, +16,4 points). Plus de 8 touristes sur 10 (82,4 %, +2,4 points) voyagent en individuel non organisé. Ils sont 11,6 % (+1,3 point) à effectuer un séjour organisé par leur entreprise, 3,5 % (-1,1 point) à préférer les groupes organisés et 2,5 % (-2,5 points) optent pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur.

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

## QUELS HÉBERGEMENTS ?

Plus de la moitié des séjours (50,5 %, +14,0 points) ont lieu en hébergements non marchands, notamment dans les résidences principales de parents (30,6 %) ou d'amis (11,8 %). Près de la moitié des touristes (49,5 %, -14,0 points) ont choisi un hébergement marchand. Avec 41,0 %, l'hôtel est le principal hébergement marchand utilisé (49,3 % en 3 étoiles et 25,2 % en haut de gamme), suivi par les meublés et locations saisonnières (4,0 %). L'hébergement représente 42,6 % (-3,5 points) du budget du séjour qui s'élève, en moyenne, à 259 € par personne.



28,4

millions de  
touristes français



91,0

millions de  
nuitées françaises

## QUELLES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ?

Les promenades en ville (62,4 %, -4,3 points), les visites de musées et monuments (56,0 %, -12,8 points) et le shopping (32,3 %, -6,6 points) sont les 3 principales activités pratiquées par les touristes pendant leur séjour. Les autres centres d'intérêt des visiteurs sont les visites de parcs et jardins (24,5 %, -12,2 points), les sorties nocturnes (17,0 %, -1,6 point) et les événements culturels (17,0 %, +1,9 point). Ils sont davantage intéressés par les spectacles et concerts (12,1 %, +3,5 points). Si 16,0 % (+5,6 points) n'ont effectué aucune activité, près de la moitié (43,6 %, -12,6 points) ont réalisé plus de 3 activités. Les touristes français ont ainsi effectué, en moyenne, 3,0 activités durant leur séjour. Les sites touristiques les plus visités sont la tour Eiffel (21,3 %, -20,0 points), le Sacré-Cœur de Montmartre (17,0 %, -9,9 points), Notre-Dame de Paris (14,5 %, -13,7 points), le musée du Louvre (13,7 %, -16,9 points) et l'Arc de triomphe (12,9 %, -16,5 points). Près de 4 visiteurs sur 10 (39,6 %, +13,7 points) ne se rendent dans aucun site. Un touriste visite en moyenne 1,8 site touristique.

## QUELLE SATISFACTION ?

Plus de 9 touristes sur 10 (94,3 %, +15,1 points) sont déjà venus au moins une fois à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années et 54,7 % d'entre eux (+17,1 points) ont réalisé plus de 10 séjours au cours de cette période. Plus de 9 touristes sur 10 (91,5 %, -0,6 point) sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France et notamment des sorties et de l'offre culturelle (95,1 %, -0,2 point). L'accessibilité et les transports (82,5 %, -1,4 point) sont les aspects les moins bien appréciés de l'offre touristique. Toutefois, près de 8 visiteurs sur 10 (78,9 %, +11,2 points) souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.

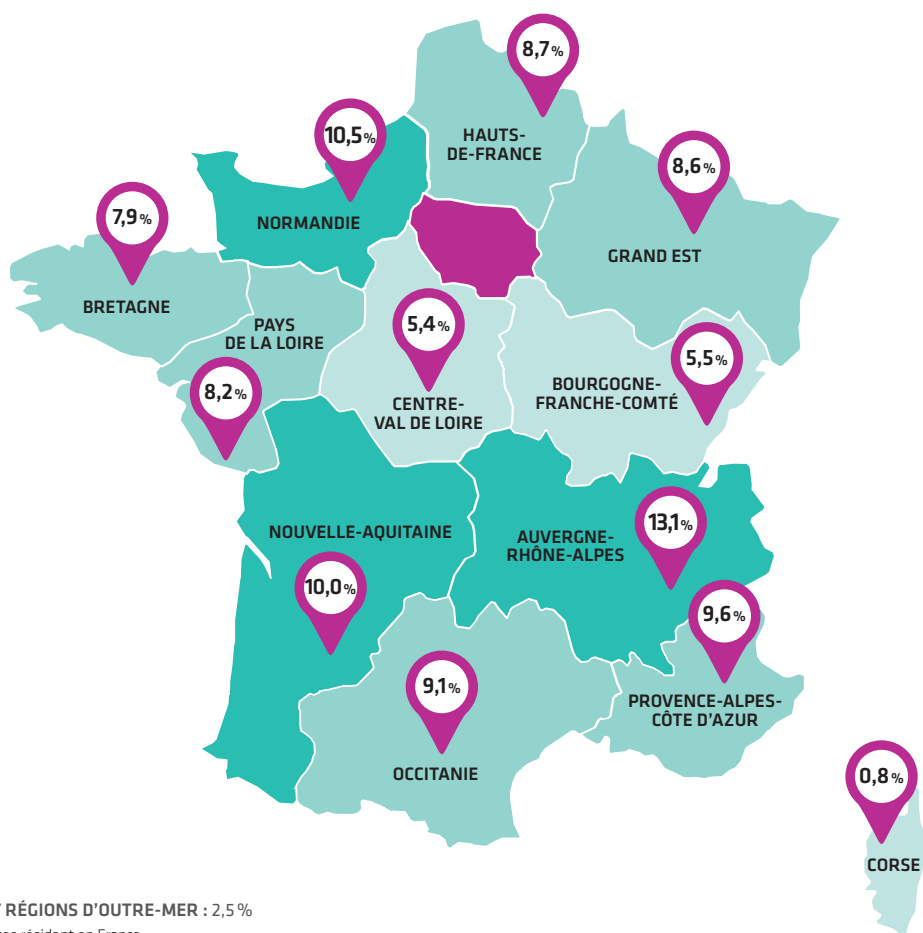
## À retenir

- **28,4 millions de séjours** effectués par les touristes français, soit 56,1% des séjours de l'ensemble des clientèles
- **91,0 millions de nuitées** effectuées par les touristes français, soit 46,3% des nuitées de l'ensemble des clientèles
- **7,3 milliards d'euros** de consommation touristique, soit 33,6% de la consommation touristique globale
- **3,2 nuits** en moyenne
- **94,3 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années
- **82,4 %** voyagent en individuel non organisé
- **64,1 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **50,5 %** ont séjourné en hébergement non marchand
- **81 €** de dépense moyenne par jour et par personne
- **259 €** de budget moyen de séjour par personne
- **91,5 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **78,9 %** ont l'intention de revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

## Nos suggestions

- > Communiquer sur les pratiques sanitaires mises en place pour rassurer la clientèle française
- > Mettre en avant les circuits courts et la production locale
- > Proposer des offres destinées aux familles en valorisant des expériences hors des sentiers battus

## ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES TOURISTES FRANÇAIS



DÉPARTEMENTS ET RÉGIONS D'OUTRE-MER : 2,5 %  
Base : clientèles françaises résidant en France.

### LA CLIENTÈLE EN PROVENANCE D'Auvergne-Rhône-Alpes

**56,4%** > LA PROPORTION LA PLUS IMPORTANTE DE TOURISTES EN HÉBERGEMENT MARCHAND

Population	8,0 millions d'habitants	12,4% de la population française métropolitaine
PIB par habitant	31 639 €	2 <sup>e</sup> région française
Part de marché	13,1% des touristes français résidant en France	
Durée moyenne de séjour	2,7 nuits	-0,5 nuit
Motifs personnels	53,9%	-10,2 points
Repeaters	92,7%	-1,6 point
Information par Internet	36,8%	-6,9 points
Réservation par Internet	35,8%	-4,2 points
Promenades en ville	62,4%	-0,0 point
Hébergement marchand	56,4%	+6,9 points
Satisfaction globale	91,4%	-0,2 point
Dépense moyenne par jour et par personne	81 €	+0,7%
Intention de revenir d'ici 1 à 2 ans	76,8%	-2,1 points
Consommation touristique	808,9 millions d'euros	11,0% du montant généré par l'ensemble de la clientèle française



#### Ce qu'ils ont le plus aimé

- 1 La diversité de l'offre culturelle
- 2 Les événements culturels
- 3 L'accueil dans les hébergements
- 4 Les musées
- 5 Les expositions



#### Ce qu'ils ont le moins aimé

- 1 Le stationnement et la circulation dans la région
- 2 Le prix des sorties et de l'offre culturelle
- 3 La propreté des sites et des villes
- 4 Le rapport qualité-prix de la restauration
- 5 Les taxis

## LA CLIENTÈLE EN PROVENANCE DE NORMANDIE

64,8% > LA PROPORTION LA PLUS IMPORTANTE DE TOURISTES EN HÉBERGEMENT NON MARCHAND

Population	3,3 millions d'habitants	5,1% de la population française métropolitaine
PIB par habitant	27 465 €	7 <sup>e</sup> région française
Part de marché	10,5 % des touristes français résidant en France	
Durée moyenne de séjour	2,7 nuits	-0,5 nuit
Motifs personnels uniquement	69,6 %	+5,5 points
Repeaters	97,7 %	+3,4 points
Information par Internet	41,7 %	-2,0 points
Réservation par un hébergeur	39,5 %	+4,7 points
Promenades en ville	56,9 %	-5,5 points
Hébergement non marchand	64,8 %	+14,2 points
Satisfaction globale	92,0 %	+0,5 point
Dépense moyenne par jour et par personne	67 €	-17,3 %
Intention de revenir d'ici 1 à 2 ans	80,3 %	+1,4 point
Consommation touristique	528,2 millions d'euros	7,2 % du montant généré par l'ensemble de la clientèle française



### Ce qu'ils ont le plus aimé

- 1 La diversité de l'offre culturelle
- 2 L'accueil dans les hébergements
- 3 Les musées
- 4 Les événements culturels
- 5 Les expositions



### Ce qu'ils ont le moins aimé

- 1 Le prix des sorties et de l'offre culturelle
- 2 Le stationnement et la circulation dans la région
- 3 La propreté des sites et des villes
- 4 La signalisation et l'information dans les rues
- 5 L'information touristique

## LA CLIENTÈLE EN PROVENANCE DE NOUVELLE-AQUITAINE

46,0% > L'UNE DES PROPORTIONS LES PLUS IMPORTANTES DE TOURISTES AYANT UTILISÉ LE TRAIN POUR SE RENDRE EN ÎLE-DE-FRANCE

Population	6,0 millions d'habitants	9,2% de la population française métropolitaine
PIB par habitant	27 657 €	6 <sup>e</sup> région française
Part de marché	10,0 % des touristes français résidant en France	
Durée moyenne de séjour	3,1 nuits	-0,1 nuit
Motifs personnels	65,9 %	+1,8 point
Repeaters	92,7 %	-1,6 point
Information par Internet	46,1 %	+2,4 points
Réservation par Internet	39,5 %	-0,5 point
Promenades en ville	64,5 %	+2,1 points
Hébergement non marchand	51,6 %	+1,1 point
Satisfaction globale	90,3 %	-1,2 point
Dépense moyenne par jour et par personne	77 €	-4,4 %
Intention de revenir d'ici 1 à 2 ans	77,7 %	-1,2 point
Consommation touristique	660,4 millions d'euros	9,0 % du montant généré par l'ensemble de la clientèle française



### Ce qu'ils ont le plus aimé

- 1 Les expositions
- 2 La diversité de l'offre culturelle
- 3 Les musées
- 4 Les monuments
- 5 Les événements culturels



### Ce qu'ils ont le moins aimé

- 1 Le stationnement et la circulation dans la région
- 2 La propreté des sites et des villes
- 3 Le prix des sorties et de l'offre culturelle
- 4 Le rapport qualité-prix de la restauration
- 5 La sécurité

Dans les tableaux, les chiffres indiqués dans la colonne de droite correspondent au comparatif par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : INSEE - 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, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2019.