

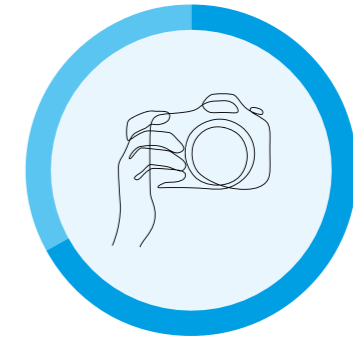
# Les jeunes européens\*



## L'essentiel de la période 2014-2019 :

- Le nombre de séjours effectués par les jeunes européens est resté stable à 9,0 millions entre 2014 et 2019. Sur la même période, le nombre de touristes européens progresse de 6,4 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 22,2 % en 2019, est en baisse de 1,4 point par rapport à 2014.
- La consommation touristique des jeunes européens passe de 2,8 milliards d'euros en 2014 à 2,9 milliards d'euros en 2019, soit une hausse de 2,9 %. Sur la même période, la consommation générée par les touristes européens progresse de 1,0 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 22,4 % en 2019, est en légère hausse de 0,4 point par rapport à 2014.
- Le nombre de jeunes français diminue de 2,5 % tandis que la consommation générée progresse de 1,4 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de jeunes européens hors France progresse de 5,1 % et la consommation générée de 2,7 % entre 2014 et 2019.

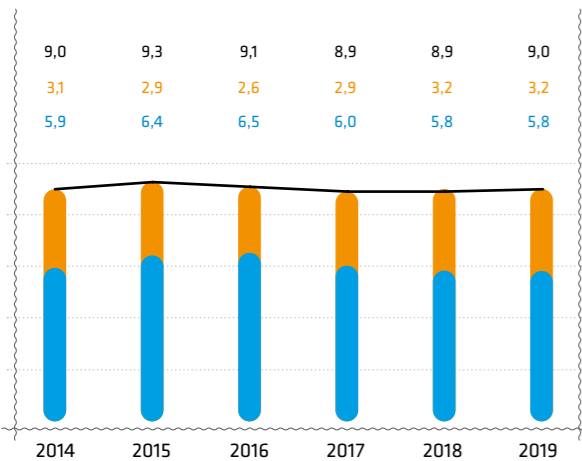
## ORIGINES DES TOURISTES (MOYENNE 2014-2019)



- 67,0 % Français
- 33,0 % Européens

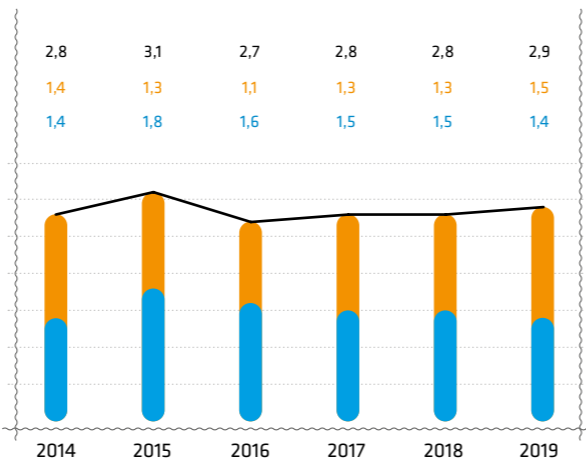
### NOMBRE DE TOURISTES EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIONS)

23,2 % des séjours effectués par la clientèle européenne entre 2014 et 2019



### CONSOMMATION TOURISTIQUE EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIARDS D'€)

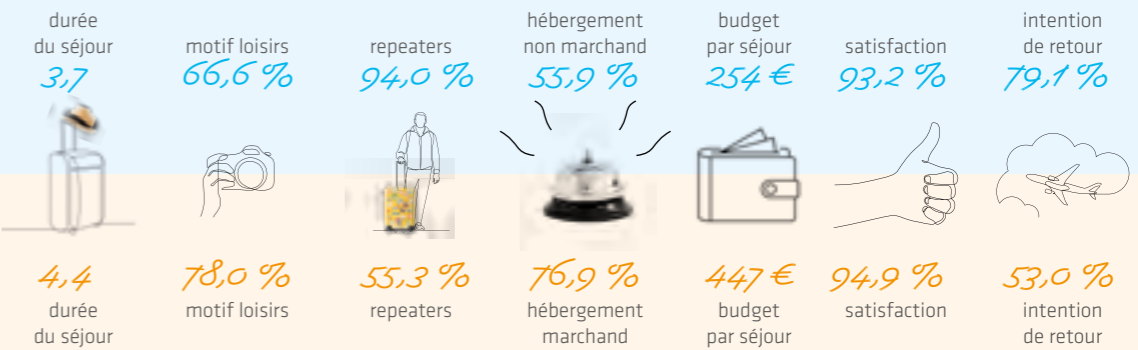
22,5 % de la consommation touristique générée par la clientèle européenne entre 2014 et 2019



● Français ● Européens ● Global

- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ▶ Promenades (68,7 %) ▶ Visites de musées et monuments (66,3 %) ▶ Shopping (39,9 %)
- TOP 3 DES RÉGIONS ▶ Auvergne-Rhône-Alpes (13,9 %) ▶ Hauts-de-France (11,2 %) ▶ Normandie (9,9 %)

### JEUNES FRANÇAIS<sup>1</sup>



### JEUNES EUROPÉENS<sup>1</sup>

- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ▶ Visites de musées et monuments (85,1 %) ▶ Promenades (78,2 %) ▶ Visites de parcs et jardins (53,1 %)
- TOP 3 DES NATIONALITÉS ▶ Britanniques (17,7 %) ▶ Italiens (12,4 %) ▶ Allemands (11,8 %)

## Principaux chiffres 2020

3,8 millions de touristes, -58,1 % par rapport à l'année 2019

15,9 millions de nuitées, -56,1 % par rapport à l'année 2019

1,2 milliard d'euros de consommation touristique, -57,9 % par rapport à l'année 2019

## Recommandations marketing

- Mener des campagnes de communication sur les réseaux sociaux afin d'inciter cette clientèle, plus enclin à voyager après la crise sanitaire, à choisir notre destination
- Proposer des offres promotionnelles de dernière minute
- Faire appel à des influenceurs pour mettre en avant les aspects modernes et expérientiels de notre destination