

# Les Britanniques

- **Consommation touristique dans le monde :**  
64,2 milliards d'euros  
4<sup>e</sup> rang (+6,0 % entre 2018 et 2019)
- **Croissance économique :**  
-9,9 % (entre 2019 et 2020)  
+5,3 % (prévision de croissance 2021)
- **Population :**  
66,8 millions d'habitants  
(+3,5 % entre 2014 et 2019)

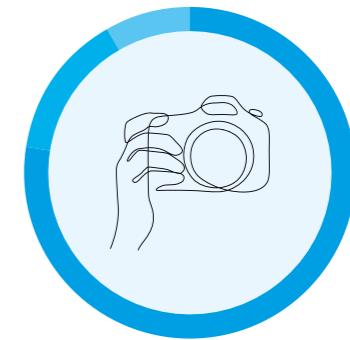
Sources : Banque mondiale, Fonds Monétaire International et Organisation Mondiale du Tourisme.



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

- Le nombre de touristes britanniques passe de 2,1 millions en 2014 à 1,8 million en 2019, soit une baisse de 11,5 %. Sur la même période, le nombre de touristes européens progresse de 6,4 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 15,2 % en 2019, est en baisse de 3,1 points par rapport à 2014.
- La consommation touristique de la clientèle britannique passe de 969 millions d'euros en 2014 à 817 millions d'euros en 2019, soit une baisse de 15,7 %. Sur la même période, la consommation générée par les touristes européens baisse de 1,9 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 14,6 % en 2019, est en baisse de 2,4 points par rapport à 2014.
- Le nombre de séjours britanniques de loisirs baisse de 11,5 % et la consommation générée de 11,9 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de séjours britanniques d'affaires et mixtes baisse de 11,5 % et la consommation générée de 26,5 % entre 2014 et 2019.

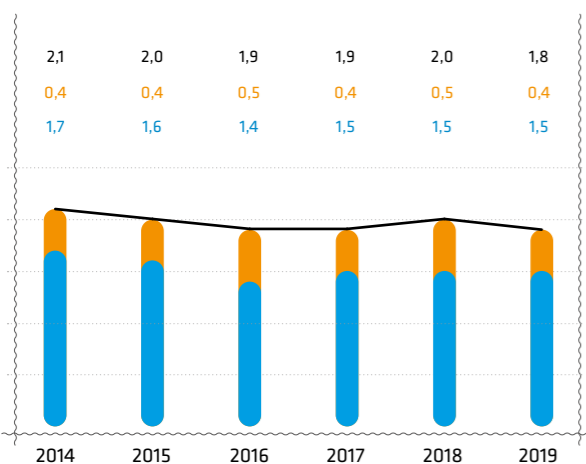
## MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)



- 77,7 % Loisirs
- 14,2 % Affaires
- 8,1 % Mixtes<sup>1</sup>

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

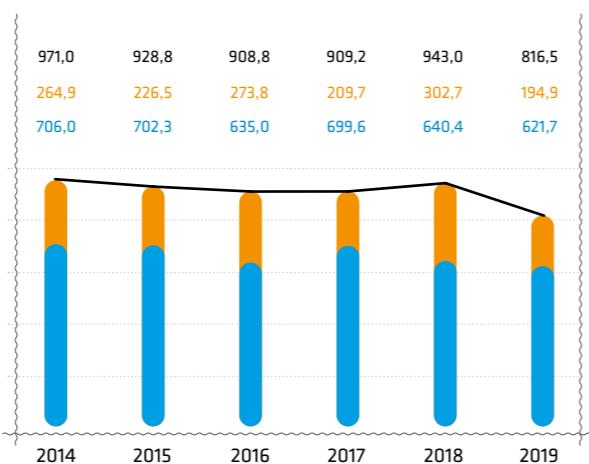
2<sup>e</sup> clientèle internationale entre 2014 et 2019



● Loisirs ● Affaires et mixtes<sup>1</sup> ● Global

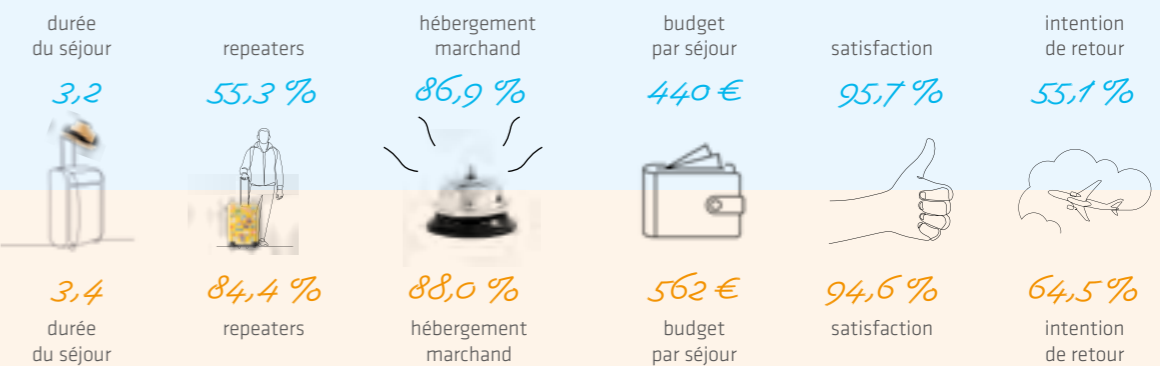
### CONSOMMATION TOURISTIQUE EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIONS D'€)

3<sup>e</sup> clientèle internationale entre 2014 et 2019



### TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (74,8 %) ➤ Promenades (67,5 %) ➤ Shopping (41,1 %)

#### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



#### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>

### TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Promenades (64,5 %) ➤ Visites de musées et monuments (62,1 %) ➤ Shopping (33,3 %)

## Principaux chiffres 2020

0,9 million de touristes, -50,8 % par rapport à l'année 2019

3,4 millions de nuitées, -38,0 % par rapport à l'année 2019

460,0 millions d'euros de consommation touristique, -43,7 % par rapport à l'année 2019

## Recommandations marketing

- Accorder une importance particulière au shopping dans un contexte marqué par la réintroduction de la détaxe pour les touristes britanniques
- Promouvoir les conditions commerciales flexibles et les early bookings
- Accompagner la reprise du tourisme d'affaires, affecté par le Brexit et la crise sanitaire, en collaborant davantage avec les réseaux de distribution B2B

# Les Espagnols



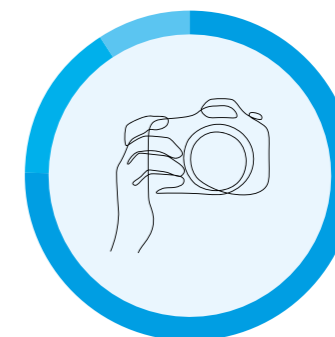
- **Consommation touristique dans le monde :**  
24,9 milliards d'euros  
11<sup>e</sup> rang (+11,3 % entre 2018 et 2019)
- **Croissance économique :**  
-11,0 % (entre 2019 et 2020)  
+6,4 % (prévision de croissance 2021)
- **Population :**  
47,1 millions d'habitants  
(+1,3 % entre 2014 et 2019)

Sources : Banque mondiale, Fonds Monétaire International et Organisation Mondiale du Tourisme.

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

- Le nombre de touristes espagnols passe de 1,3 million en 2014 à 1,5 million en 2019, soit une hausse de 18,5 %. Sur la même période, le nombre de touristes européens progresse de 6,4 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 12,7 % en 2019, est en hausse de 1,3 point par rapport à 2014.
- La consommation touristique de la clientèle espagnole passe de 719 millions d'euros en 2014 à 853 millions d'euros en 2019, soit une hausse de 18,6 %. Sur la même période, la consommation générée par les touristes européens baisse de 1,9 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 15,2 % en 2019, est en hausse de 2,6 points par rapport à 2014.
- Le nombre de séjours espagnols de loisirs augmente de 23,5 % et la consommation générée de 23,8 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de séjours espagnols d'affaires et mixtes augmente de 5,4 % et la consommation générée de 7,1 % entre 2014 et 2019.

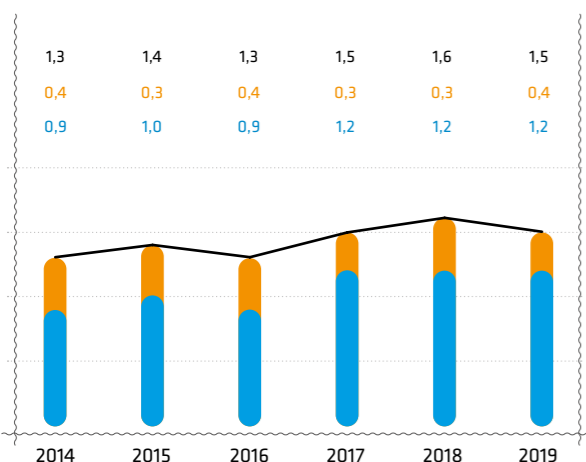
## MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)



- 75,4 % Loisirs
- 15,7 % Affaires
- 8,9 % Mixtes<sup>1</sup>

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

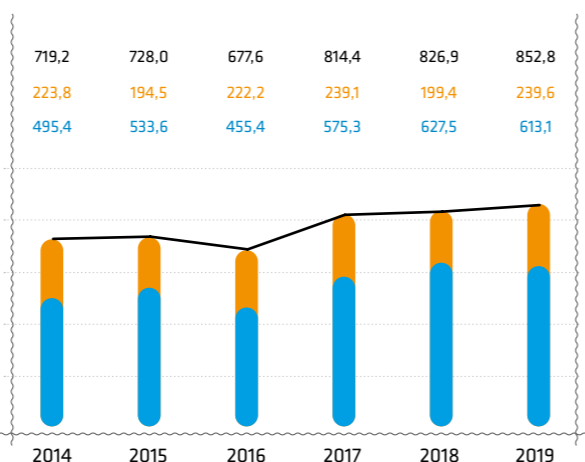
3<sup>e</sup> clientèle internationale entre 2014 et 2019



● Loisirs ● Affaires et mixtes<sup>1</sup> ● Global

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

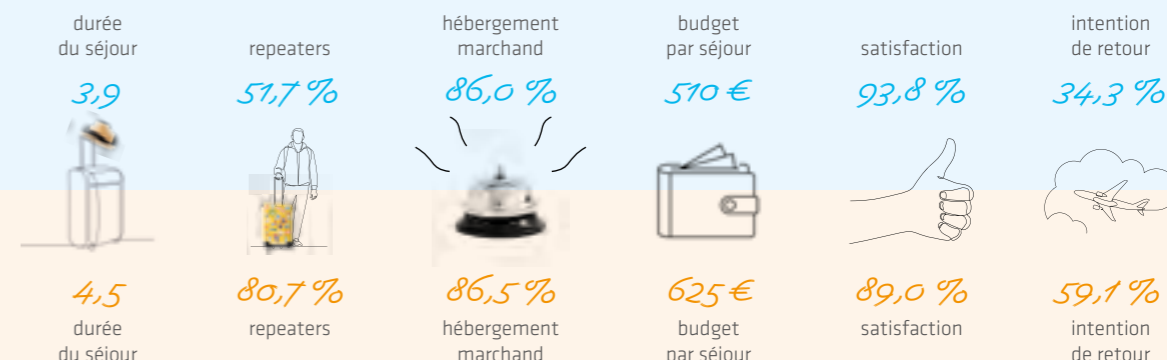
4<sup>e</sup> clientèle internationale entre 2014 et 2019



### TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

- Visites de musées et monuments (82,6 %)
- Promenades (60,6 %)
- Parcs d'attractions (48,3 %)

#### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



#### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>

### TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

- Visites de musées et monuments (64,8 %)
- Promenades (51,6 %)
- Gastronomie française (37,2 %)

## Principaux chiffres 2020

0,3 million de touristes, -81,9 % par rapport à l'année 2019

1,6 million de nuitées, -75,0 % par rapport à l'année 2019

163,8 millions d'euros de consommation touristique, -80,8 % par rapport à l'année 2019

## Recommandations marketing

- Saisir l'opportunité offerte par le fort potentiel de croissance du tourisme de loisirs espagnol en valorisant les visites patrimoniales ainsi que les parcs d'attractions
- Proposer des idées originales à un public plus jeune intéressé par la culture, l'authenticité et les savoir-faire français (parfumerie, mode, vin...) par le biais de la communication digitale
- Proposer des activités ludiques et de plein air à une clientèle familiale très importante parmi les touristes espagnols, particulièrement intéressée par les parcs d'attractions mais ouverte à d'autres suggestions de divertissement

# Les Italiens

- **Consommation touristique dans le monde :**  
27,1 milliards d'euros  
10<sup>e</sup> rang (+6,3 % entre 2018 et 2019)
- **Croissance économique :**  
-8,9 % (entre 2019 et 2020)  
+4,2 % (prévision de croissance 2021)
- **Population :**  
60,3 millions d'habitants  
(-0,8 % entre 2014 et 2019)

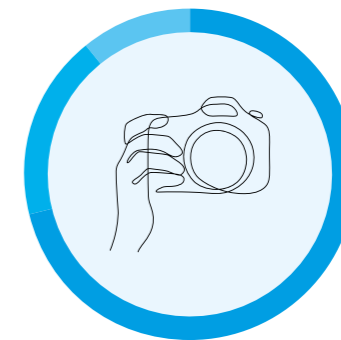
Sources : Banque mondiale, Fonds Monétaire International et Organisation Mondiale du Tourisme.



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

- Le nombre de touristes italiens passe de 1,5 million en 2014 à 1,4 million en 2019, soit une baisse de 1,9 %. Sur la même période, le nombre de touristes européens progresse de 6,4 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 11,9 % en 2019, est en baisse de 1,0 point par rapport à 2014.
- La consommation touristique de la clientèle italienne passe de 723 millions d'euros en 2014 à 668 millions d'euros en 2019, soit une baisse de 7,7 %. Sur la même période, la consommation générée par les touristes européens baisse de 1,9 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 11,9 % en 2019, est en baisse de 0,8 point par rapport à 2014.
- Le nombre de séjours italiens de loisirs baisse de 3,4 % et la consommation générée de 5,0 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de séjours italiens d'affaires et mixtes augmente de 1,7 % alors que la consommation générée baisse de 13,8 % entre 2014 et 2019.

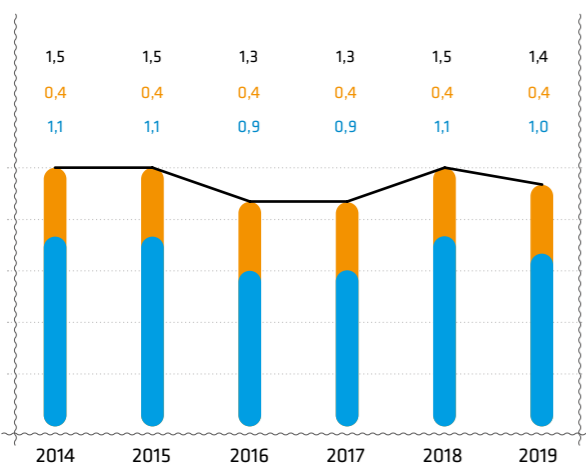
## MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)



- 71,3 % Loisirs
- 18,0 % Affaires
- 10,7 % Mixtes<sup>1</sup>

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

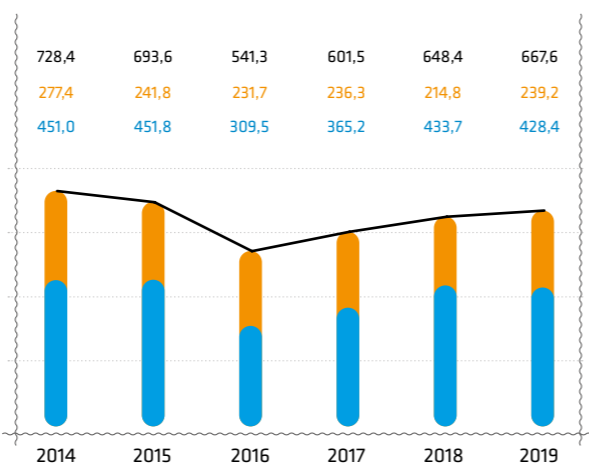
4<sup>e</sup> clientèle internationale entre 2014 et 2019



● Loisirs ● Affaires et mixtes<sup>1</sup> ● Global

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

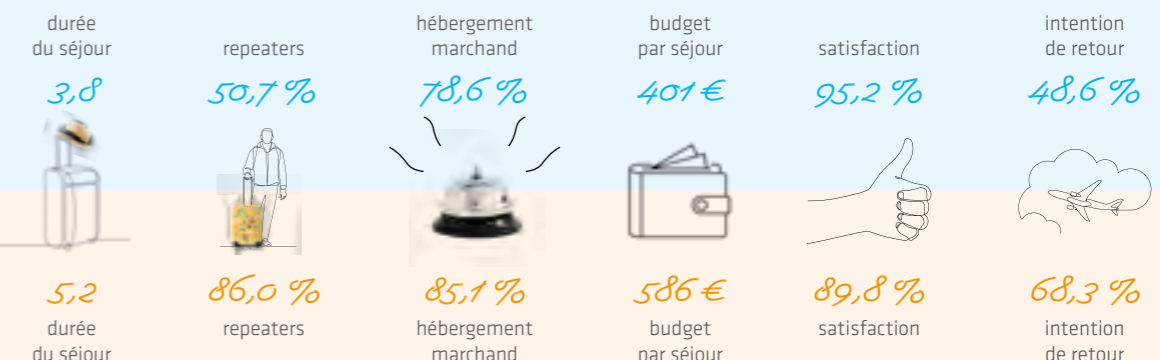
5<sup>e</sup> clientèle internationale entre 2014 et 2019



### TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

- Visites de musées et monuments (88,9 %)
- Promenades (73,2 %)
- Visites de parcs et jardins (42,7 %)

#### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



#### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>

### TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

- Visites de musées et monuments (69,8 %)
- Promenades (61,5 %)
- Gastronomie française (31,9 %)

## Principaux chiffres 2020

0,3 million de touristes, -81,8 % par rapport à l'année 2019

1,2 million de nuitées, -81,4 % par rapport à l'année 2019

103,5 millions d'euros de consommation touristique, -84,5 % par rapport à l'année 2019

## Recommandations marketing

- Cibler les bassins émetteurs à fort potentiel économique du nord de l'Italie ainsi que la région de Rome
- Valoriser des thématiques fortes auxquelles les Italiens sont particulièrement sensibles : l'art de vivre, la culture, les événements ou le romantisme
- Proposer des offres spécifiques pour les principaux segments de clientèles : familles, DINKs et touristes d'affaires

# Les Allemands

- **Consommation touristique dans le monde :**  
83,3 milliards d'euros  
3<sup>e</sup> rang (+2,9 % entre 2014 et 2019)
- **Croissance économique :**  
-4,9 % (entre 2019 et 2020)  
+3,6 % (prévision de croissance 2021)
- **Population :**  
83,1 millions d'habitants  
(+2,7 % entre 2014 et 2019)

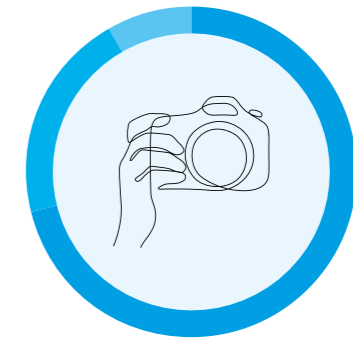
Sources : Banque mondiale, Fonds Monétaire International et Organisation Mondiale du Tourisme.



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

- Le nombre de touristes allemands passe de 1,3 million en 2014 à 1,4 million en 2019, soit une hausse de 11,7 %. Sur la même période, le nombre de touristes européens progresse de 6,4 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 11,7 % en 2019, est en hausse de 0,6 point par rapport à 2014.
- La consommation touristique de la clientèle allemande passe de 484 millions d'euros en 2014 à 552 millions d'euros en 2019, soit une hausse de 13,9 %. Sur la même période, la consommation générée par les touristes européens baisse de 1,9 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 9,8 % en 2019, est en hausse de 1,4 point par rapport à 2014.
- Le nombre de séjours allemands de loisirs augmente de 13,6 % et la consommation générée de 19,5 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de séjours allemands d'affaires et mixtes augmente de 6,2 % et la consommation générée de 3,3 % entre 2014 et 2019.

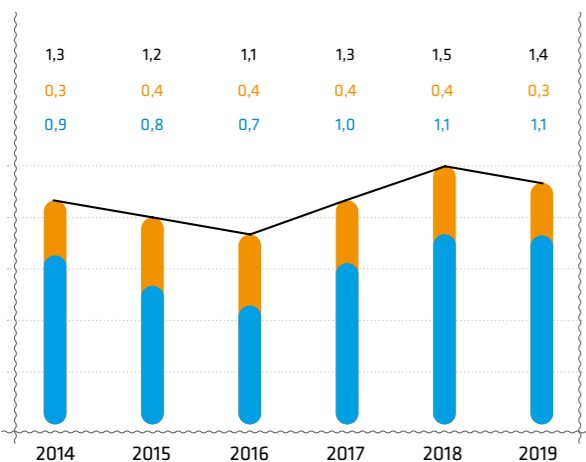
## MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)



- 71,1 % Loisirs
- 20,6 % Affaires
- 8,2 % Mixtes<sup>1</sup>

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

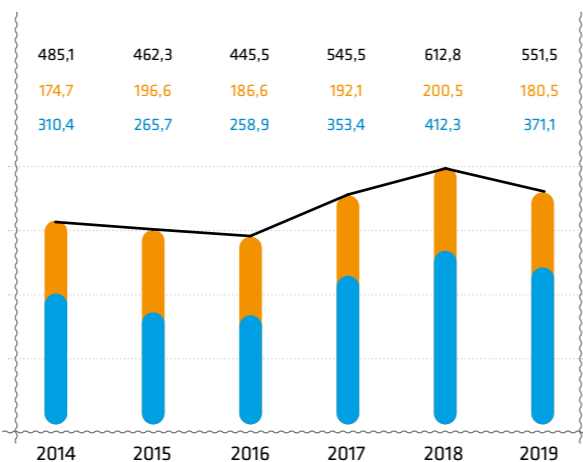
5<sup>e</sup> clientèle internationale entre 2014 et 2019



● Loisirs ● Affaires et mixtes<sup>1</sup> ● Global

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

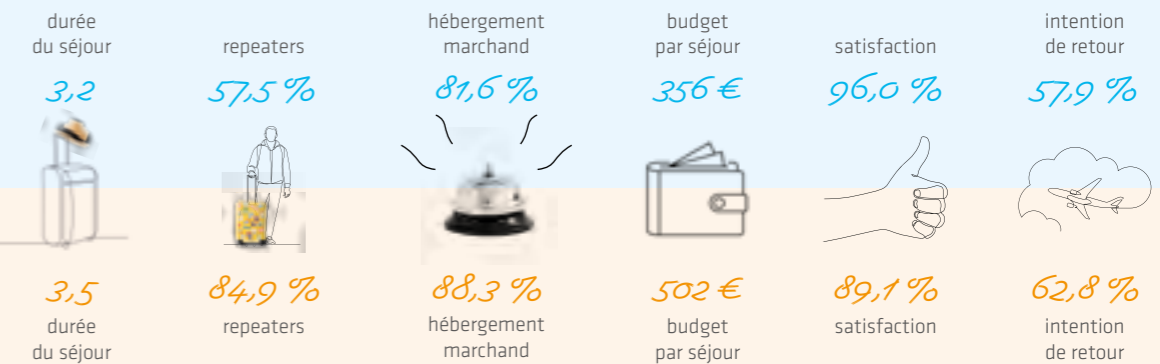
6<sup>e</sup> clientèle internationale entre 2014 et 2019



## TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

- Visites de musées et monuments (87,8 %)
- Promenades (78,5 %)
- Visites de parcs et jardins (48,7 %)

### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>

## TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

- Visites de musées et monuments (61,8 %)
- Promenades (57,9 %)
- Gastronomie française (42,8 %)

## Principaux chiffres 2020

0,6 million de touristes, -57,4 % par rapport à l'année 2019

3,0 millions de nuitées, -33,6 % par rapport à l'année 2019

318,9 millions d'euros de consommation touristique, -42,2 % par rapport à l'année 2019

## Recommandations marketing

- Communiquer sur le respect des conditions sanitaires et l'hygiène notamment sur le lieu d'hébergement
- Proposer des expériences touristiques basées sur l'art de vivre à la française en général et la gastronomie en particulier
- Mettre en avant la facilité d'accès de la destination et surtout la desserte en train pour cette clientèle de plus en plus sensible à son empreinte carbone

# Les Belges

- **Consommation touristique dans le monde :**  
16,7 milliards d'euros  
19<sup>e</sup> rang (+6,8 % entre 2018 et 2019)
- **Croissance économique :**  
-6,4 % (entre 2019 et 2020)  
+4,0 % (prévision de croissance 2021)
- **Population :**  
11,5 millions d'habitants  
(+2,5 % entre 2014 et 2019)

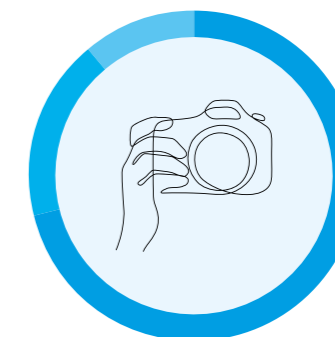
Sources : Banque mondiale, Fonds Monétaire International et Organisation Mondiale du Tourisme.



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

- Le nombre de touristes belges passe de 1,2 million en 2014 à 1,4 million en 2019, soit une hausse de 18,1 %. Sur la même période, le nombre de touristes européens progresse de 6,4 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 11,3 % en 2019, est en hausse de 1,1 point par rapport à 2014.
- La consommation touristique de la clientèle belge passe de 361 millions d'euros en 2014 à 365 millions d'euros en 2019, soit une hausse de 1,1 %. Sur la même période, la consommation générée par les touristes européens baisse de 1,9 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 6,5 % en 2019, est en légère hausse de 0,2 point par rapport à 2014.
- Le nombre de séjours belges de loisirs augmente de 20,6 % et la consommation générée de 2,4 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de séjours belges d'affaires et mixtes augmente de 7,6 % tandis que la consommation générée diminue de 3,9 % entre 2014 et 2019.

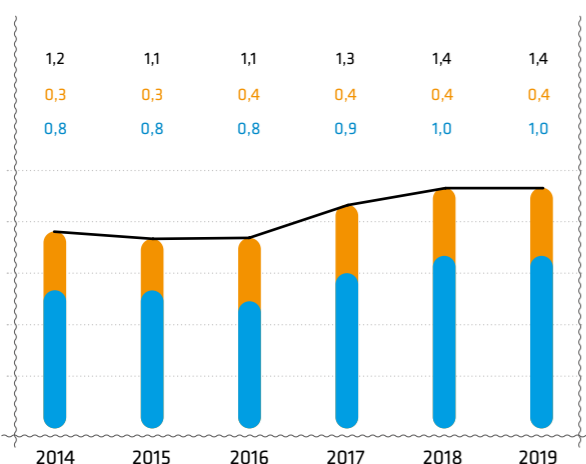
## MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)



- 71,2 % Loisirs
- 17,8 % Affaires
- 11,0 % Mixtes<sup>1</sup>

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

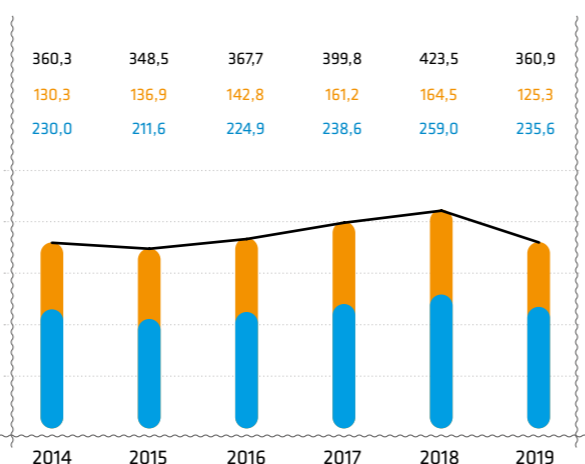
6<sup>e</sup> clientèle internationale entre 2014 et 2019



● Loisirs ● Affaires et mixtes<sup>1</sup> ● Global

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

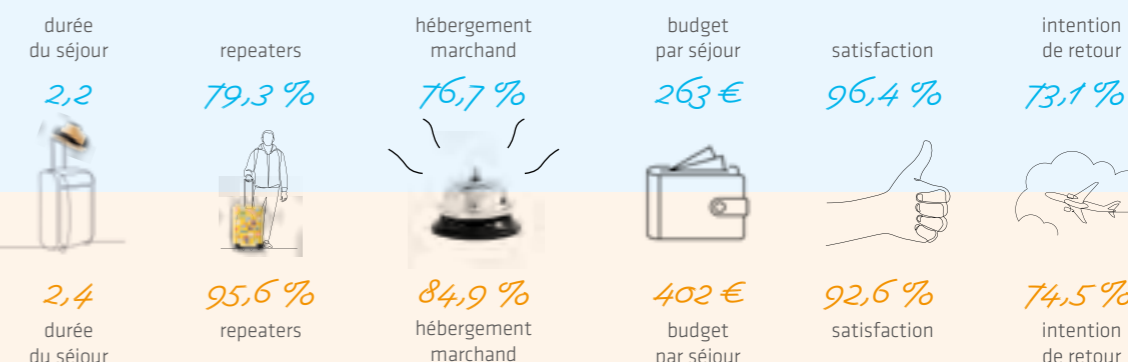
12<sup>e</sup> clientèle internationale entre 2014 et 2019



### TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

- Visites de musées et monuments (64,9 %)
- Promenades (60,0 %)
- Shopping (36,3 %)

#### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



#### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>

### TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

- Visites de musées et monuments (54,8 %)
- Promenades (50,9 %)
- Shopping (30,7 %)

## Principaux chiffres 2020

0,7 million de touristes, -45,5 % par rapport à l'année 2019

2,2 millions de nuitées, -24,7 % par rapport à l'année 2019

191,9 millions d'euros de consommation touristique, -47,4 % par rapport à l'année 2019

## Recommandations marketing

- Valoriser tout au long de l'année l'offre éphémère (événementielle, culturelle, sportive...) auprès de la clientèle belge et notamment bruxelloise pour laquelle la région parisienne est très facile d'accès
- Proposer des campagnes de communication et promotion différenciées pour les clientèles francophones et néerlandophones
- Accompagner le secteur MICE fortement touché par la crise sanitaire pour relancer notre destination auprès de leurs clientèles d'affaires

## EN RÉSUMÉ



### SÉJOURS TOURISTIQUES INTERNATIONAUX - PARTS DE MARCHÉ<sup>1</sup>

MOTIFS LOISIRS		MOTIFS AFFAIRES ET MIXTES <sup>2</sup>	
États-Unis	11,5 %	Royaume-Uni	8,2 %
<b>Royaume-Uni</b>	<b>10,1 %</b>	<b>Italie</b>	<b>7,6 %</b>
<b>Espagne</b>	<b>7,2 %</b>	<b>Allemagne</b>	<b>7,0 %</b>
<b>Italie</b>	<b>6,7 %</b>	États-Unis	7,0 %
<b>Allemagne</b>	<b>6,1 %</b>	<b>Belgique</b>	<b>6,7 %</b>
<b>Belgique</b>	<b>5,9 %</b>	<b>Espagne</b>	<b>6,6 %</b>
Chine	4,4 %	Chine	5,8 %
Australie	3,2 %	Pays-Bas	3,3 %
Pays-Bas	3,1 %	Moyen-Orient	2,7 %
Canada	2,7 %	Japon	2,3 %

### CONSOMMATION TOURISTIQUE INTERNATIONALE - PARTS DE MARCHÉ<sup>1</sup>

MOTIFS LOISIRS		MOTIFS AFFAIRES ET MIXTES <sup>2</sup>	
États-Unis	16,0 %	États-Unis	10,0 %
<b>Royaume-Uni</b>	<b>7,2 %</b>	Chine	7,9 %
Chine	6,6 %	<b>Royaume-Uni</b>	<b>5,7 %</b>
<b>Espagne</b>	<b>5,9 %</b>	<b>Italie</b>	<b>5,6 %</b>
Australie	4,4 %	<b>Espagne</b>	<b>5,1 %</b>
<b>Italie</b>	<b>4,4 %</b>	<b>Allemagne</b>	<b>4,4 %</b>
Brésil	3,8 %	Moyen-Orient	4,3 %
<b>Allemagne</b>	<b>3,6 %</b>	<b>Belgique</b>	<b>3,4 %</b>
Japon	3,4 %	Inde	3,0 %
Canada	3,2 %	Japon	3,0 %

#### En savoir plus

Retrouvez toutes nos fiches clientèles internationales sur [visitparisregion.com](http://visitparisregion.com), rubrique "Professionnels".

1. Moyenne 2014-2019.

2. Touristes venus à la fois pour motifs affaires et loisirs.

Sources : 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, SNCF Voyageurs, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROPLINES, OUIBUS (BVA) - résultats cumulés de 2014 à 2019.