

FOCUS

Activités

56

Le shopping

58

Les événements
culturels

60

Les événements
sportifs

LE SHOPPING*

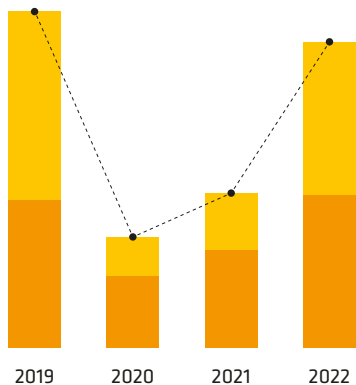


*Ce chapitre concerne les touristes ayant fait du shopping pendant leur séjour.

NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

36% de la fréquentation touristique en 2022
35% de la fréquentation touristique en 2019

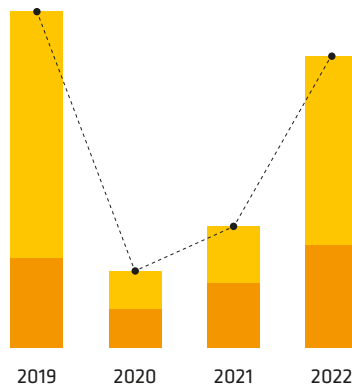
17,6	5,8	8,1	16,0
9,9	2,0	3,0	8,0
7,7	3,8	5,1	8,0



CONSOMMATION TOURISTIQUE (EN MILLIARDS D'€)

46% de la consommation touristique en 2022
48% de la consommation touristique en 2019

10,5	2,4	3,8	9,1
7,7	1,2	1,8	5,9
2,8	1,2	2,0	3,2



● Français ● Internationaux ● Global

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

16,0
millions de touristes,
+98 % par rapport
à 2021 et -9 % par
rapport à 2019

73,4
millions de nuitées,
+118 % par rapport
à 2021 et -17 % par
rapport à 2019

9,1
milliards d'euros,
+139 % par rapport
à 2021 et -13 % par
rapport à 2019

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2022



61 %
de femmes

39 ans
en moyenne

86 % ↗
pour motifs personnels

3,0
personnes en moyenne

36 % ↗
en famille

28 %
en couple

22 % ↘
seul



PRINCIPALES NATIONALITÉS

- 50 % de Français ↗
- 50 % d'Internationaux ↘ dont :
 - 15 % d'Américains
 - 10 % de Britanniques ↗
 - 7 % d'Allemands ↗

DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2022



Près de 6 touristes sur 10 réservent moins d'un mois avant le départ (59 %, ↗). Pour 60 % d'entre eux, leur réservation se fait via des sites Internet en ligne (OTA) (↗). Sur place, plus de la moitié des touristes (52 %, ↗) séjournent à l'hôtel. Ils restent en moyenne 4,6 nuits et dépensent 568 € par personne (↘). À l'issue du séjour, plus de 9 touristes sur 10 sont satisfaits (95 %) et 71 % d'entre eux ont l'intention de revenir d'ici à deux ans (↗). Plus de la moitié d'entre eux se disent prêts à recommander la destination Paris Île-de-France à leur entourage (51 %, ↘).

79 %
de repeaters ↗



TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 62 % à Paris ↘
- 9 % dans les Hauts-de-Seine ↗
- 8 % en Seine-et-Marne

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse significative par rapport à 2019 ↘ Baisse significative par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

→ Proposer des offres shopping promotionnelles pour les clientèles de proximité

→ Promouvoir des offres combinées incluant shopping et découverte de la gastronomie pour les clientèles à fort pouvoir d'achat

→ Développer des guides numériques thématiques (luxe, marques françaises...) sur l'offre shopping de la région parisienne

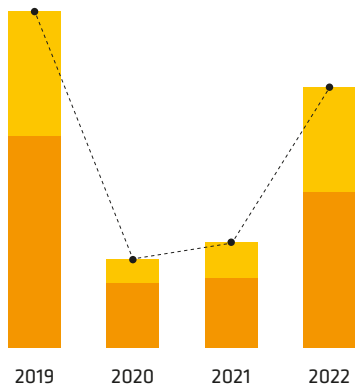
LES ÉVÉNEMENTS CULTURELS*

*Ce chapitre concerne les touristes ayant assisté à des événements culturels pendant leur séjour.

NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

18% de la fréquentation touristique en 2022
20% de la fréquentation touristique en 2019

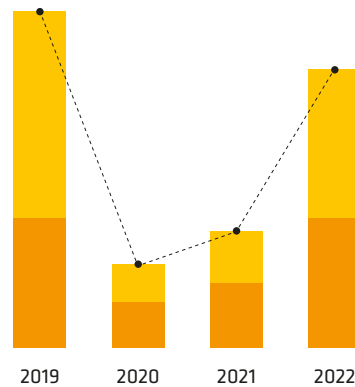
10,2	2,7	3,1	7,9
3,8	0,7	1,1	3,2
6,4	2,0	2,1	4,7



CONSOMMATION TOURISTIQUE (EN MILLIARDS D'€)

22% de la consommation touristique en 2022
24% de la consommation touristique en 2019

5,2	1,3	1,8	4,3
3,2	0,6	0,8	2,3
2,0	0,7	1,0	2,0



● Français ● Internationaux ● Global

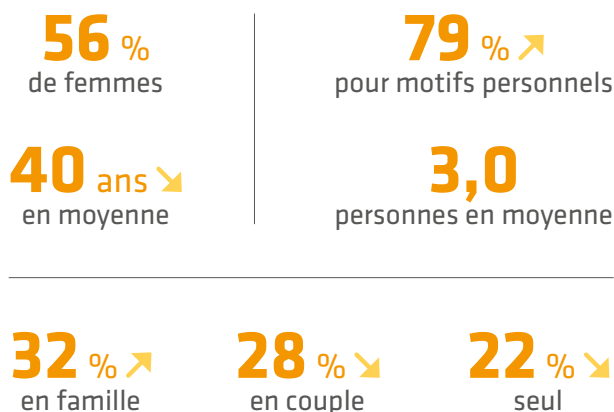
PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

7,9
millions de touristes,
+152% par rapport
à 2021 et -23% par
rapport à 2019

35,9
millions de nuitées,
+142% par rapport
à 2021 et -28% par
rapport à 2019

4,3
milliards d'euros,
+146% par rapport
à 2021 et -17% par
rapport à 2019

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2022



PRINCIPALES NATIONALITÉS

- 60 % de Français ↘
- 40 % d'Internationaux ↗ dont :
 - 14 % d'Américains
 - 12 % de Britanniques ↗
 - 10 % d'Allemands ↗

DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2022



Plus de 6 touristes sur 10 réservent moins d'un mois avant le départ (63 %, ↗). Pour 62 % d'entre eux, leur réservation se fait via des sites Internet de voyages (OTA) (↗). Sur place, près de 6 d'entre eux sur 10 (56 %, ↗) séjournent à l'hôtel. Ils restent en moyenne 4,6 nuits et dépensent 549 € par personne (↗). À l'issue du séjour, plus de 9 touristes sur 10 sont satisfaits (95 %) et 73 % d'entre eux ont l'intention de revenir d'ici à deux ans (↘). Plus de la moitié se disent prêts à recommander la destination Paris Île-de-France à leur entourage (53 %).

84 %
de repeaters



TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 70 % à Paris ↗
- 8 % dans les Hauts-de-Seine
- 4 % en Seine-et-Marne

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse significative par rapport à 2019 ↘ Baisse significative par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Proposer des expériences culturelles interactives basées sur les nouvelles technologies numériques afin d'attirer et fidéliser les jeunes
- Porter les efforts de communication en direction des clientèles de proximité plus à même de se déplacer pour des événements culturels
- Utiliser l'événementiel culturel comme levier d'animation pour les territoires moins touristiques en mettant en avant la nature, l'éco-responsabilité, la convivialité...

LES ÉVÉNEMENTS SPORTIFS*

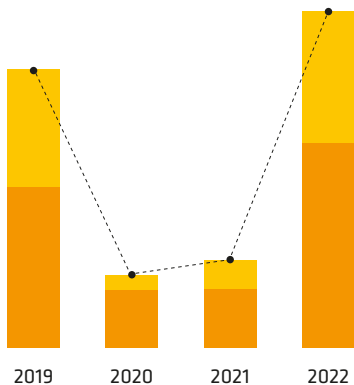


*Ce chapitre concerne les touristes ayant assisté à des événements sportifs pendant leur séjour.

NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

5% de la fréquentation touristique en 2022
4% de la fréquentation touristique en 2019

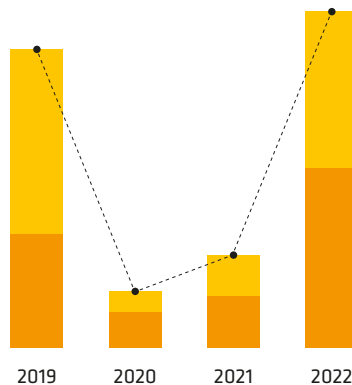
2,0	0,5	0,7	2,3
0,8	0,1	0,2	0,9
1,1	0,4	0,4	1,4



CONSOMMATION TOURISTIQUE (EN MILLIONS D'€)

7% de la consommation touristique en 2022
5% de la consommation touristique en 2019

1133,9	213,9	353,4	1280,3
701,2	77,6	156,1	597,1
432,7	136,3	197,3	683,3



● Français ● Internationaux ● Global

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

2,3

millions de touristes,
+241% par rapport
à 2021 et +16% par
rapport à 2019

9,5

millions de nuitées,
+152% par rapport
à 2021 et -14% par
rapport à 2019

1,3

milliard d'euros,
+262% par rapport
à 2021 et +13% par
rapport à 2019

PROFIL DES VISITEURS VENUS EN 2022



58 %
d'hommes

36 ans ▼
en moyenne

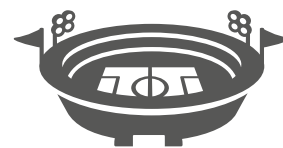
82 % ↗
pour motifs personnels

3,6
personnes en moyenne

33 % ↗
en famille

23 % ▼
seul

18 % ▼
en couple



PRINCIPALES NATIONALITÉS

- 62 % de Français ↗
- 38 % d'Internationaux ▼ dont :
 - 23 % de Britanniques ↗
 - 10 % d'Allemands ↗
 - 9 % d'Espagnols ↗

DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2022



Plus de 6 touristes sur 10 réservent moins d'un mois avant le départ (62 %, ↗). Pour 61% d'entre eux, leur réservation se fait via des sites Internet de voyages (OTA) (↗). Sur place, plus de 6 d'entre eux sur 10 (61%, ↗) séjournent à l'hôtel. Ils restent en moyenne 4,2 nuits et dépensent 566 € par personne (▼). À l'issue du séjour, plus de 9 touristes sur 10 sont satisfaits (93 %, ↗) et 71% (▼) d'entre eux ont l'intention de revenir d'ici à deux ans. Plus de 4 touristes sur 10 se disent prêts à recommander la destination Paris Île-de-France à leur entourage (42 %, ▼).

87 %
de repeaters ↗



TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 60 % à Paris ↗
- 10% dans les Hauts-de-Seine
- 7% en Seine-Saint-Denis

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse significative par rapport à 2019 ▼ Baisse significative par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

→ Renforcer la qualité de l'accueil et la sécurité des touristes, à l'occasion des grands événements sportifs à venir (Coupe du monde de rugby 2023, JOP 2024)

→ Inciter les touristes venus pour des événements sportifs à prolonger leurs séjours en leur proposant des expériences de visite inédites

→ Communiquer en amont des informations sur l'offre touristique de la région à destination des clientèles attendues pour les grands événements sportifs

EN RÉSUMÉ



NOMBRE DE SÉJOURS

Shopping	16 016 000
Événements culturels	7 877 000
Événements sportifs	2 261 000



CONSOMMATION TOURISTIQUE

Shopping	9,1 milliards d'€
Événements culturels	4,3 milliards d'€
Événements sportifs	1,3 milliard d'€



TAUX DE REPEATERS

Événements sportifs	87 %
Événements culturels	84 %
Shopping	79 %



BUDGET DU SÉJOUR PAR PERSONNE

Shopping	568 €
Événements sportifs	566 €
Événements culturels	549 €