



→ **Croissance économique :**

+4,5 % en 2022
+1,0 % en 2023*

→ **PIB par habitant :**

56 489 \$ en 2022
61 099 \$ en 2023*

→ **Taux d'inflation :**

+11,6 % en 2022
+3,9 % en 2023*

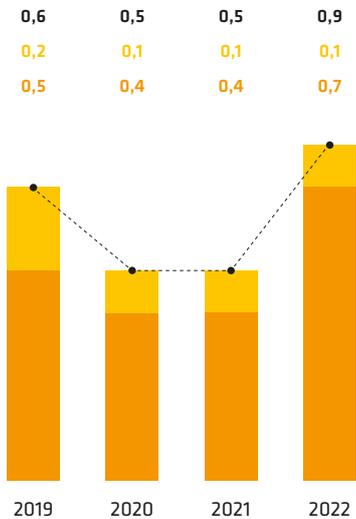
*Prévisions

Source : FMI – avril 2023.

LES NÉERLANDAIS

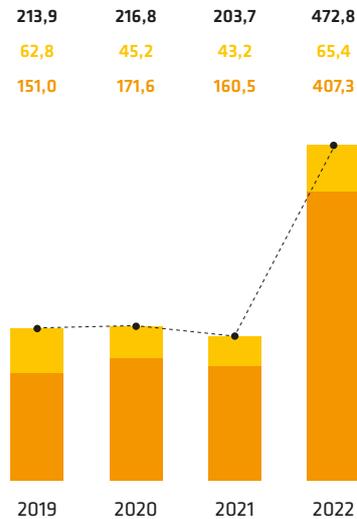
NOMBRE DE TOURISTES NÉERLANDAIS (EN MILLIONS)

4,5 % de la fréquentation touristique internationale en 2022 (7^e rang)
2,9 % de la fréquentation touristique internationale en 2019 (8^e rang)



CONSOMMATION TOURISTIQUE NÉERLANDAISE (EN MILLIONS D'€)

3,9 % de la consommation touristique internationale en 2022 (6^e rang)
1,5 % de la consommation touristique internationale en 2019 (15^e rang)



● Loisirs ● Affaires et mixtes ● Global

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

871 000

touristes,
+60 % par rapport
à 2021 et +36 % par
rapport à 2019

3,3

millions de nuitées,
+84 % par rapport
à 2021 et +91 % par
rapport à 2019

473

millions d'euros,
+132 % par rapport
à 2021 et +121 % par
rapport à 2019

PROFIL DES NÉERLANDAIS VENUS EN 2022



51%
d'hommes

38 ans ▼
en moyenne

31% ▼
en famille

83% ↗
pour motifs personnels

3,8 ↗
personnes en moyenne

31% ↗
en couple

14% ▼
seul



MODES DE TRANSPORT AU DÉPART

- 51% par la route ↗
- 25% en avion ↗
- 24% en train ▼

DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2022



Près de 6 touristes sur 10 réservent moins d'un mois avant le départ (57%, ↗). Pour 52% d'entre eux, leur réservation se fait via des OTA (↗). Sur place, près de 8 touristes sur 10 (79%, ↗) séjournent à l'hôtel. Ils restent en moyenne 3,8 nuits (↗) et dépensent 543 € (↗) par personne. À l'issue du séjour, plus de 9 touristes sur 10 sont satisfaits (96%) et 59% d'entre eux ont l'intention de revenir d'ici à deux ans. Plus d'un tiers se disent prêts à recommander la destination Paris Île-de-France à leur entourage (35%).

79%
de repeaters ↗



TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 72% à Paris ↗
- 12% en Seine-et-Marne ▼
- 5% dans le Val d'Oise

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

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Valoriser des offres touristiques durables et responsables ainsi que les activités de plein air proposées par les territoires franciliens
- Proposer des offres destinées aux couples, en forte augmentation, basées sur la gastronomie, la découverte de lieux branchés
- Fidéliser cette clientèle prête à revenir à Paris Region