



→ **Croissance économique :**
 +1,8 % en 2022
 -0,1 % en 2023*

→ **PIB par habitant :**
 48 636 \$ en 2022
 51 384 \$ en 2023*

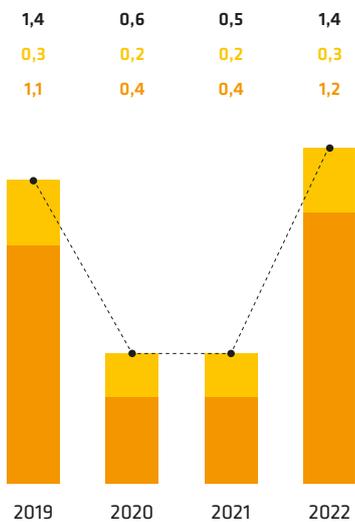
→ **Taux d'inflation :**
 +8,7 % en 2022
 +6,2 % en 2023*

*Prévisions
 Source : FMI – avril 2023.

LES ALLEMANDS

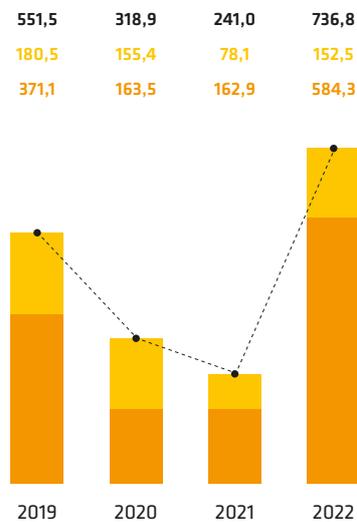
NOMBRE DE TOURISTES ALLEMANDS (EN MILLIONS)

7,3 % de la fréquentation touristique internationale en 2022 (5^e rang)
 6,4 % de la fréquentation touristique internationale en 2019 (5^e rang)



CONSOMMATION TOURISTIQUE ALLEMANDE (EN MILLIONS D'€)

6,1 % de la consommation touristique internationale en 2022 (5^e rang)
 3,8 % de la consommation touristique internationale en 2019 (6^e rang)



● Loisirs ● Affaires et mixtes ● Global

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

1,4

million de touristes,
 +169 % par rapport
 à 2021 et -1 % par
 rapport à 2019

5,5

millions de nuitées,
 +192 % par rapport
 à 2021 et +23 % par
 rapport à 2019

737

millions d'euros,
 +206 % par rapport
 à 2021 et +34 % par
 rapport à 2019

PROFIL DES ALLEMANDS VENUS EN 2022



53 % ↗
d'hommes

38 ans ↘
en moyenne

41 % ↗
en famille

82 % ↗
pour motifs personnels

3,0
personnes en moyenne

22 %
en couple

18 % ↘
seul



MODES DE TRANSPORT AU DÉPART

- 41% par la route ↗
- 33% en avion ↘
- 26% en train ↘

DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2022



Près de 6 touristes sur 10 réservent moins d'un mois avant le départ (58%, ↗). Pour 68% d'entre eux, leur réservation se fait via des OTA (↗). Sur place, près de 7 touristes sur 10 (67%, ↗) séjournent à l'hôtel. Ils restent en moyenne 3,9 nuits et dépensent 522€ (↗) par personne. À l'issue du séjour, plus de 9 touristes sur 10 sont satisfaits (96%, ↗) et 58% 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%, ↘).

74 %
de repeaters ↗



TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 66% à Paris ↗
- 8% en Seine-et-Marne
- 7% dans les Hauts-de-Seine

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

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Mettre en avant la facilité d'accès en train de la destination particulièrement pour les bassins de proximité
- Promouvoir des offres basées sur l'art de vivre parisien, la mode et l'événementiel auprès des cibles jeunes
- Mettre en avant les aspects durables et écoresponsables des offres touristiques