

LES VISITEURS DE PARIS ÎLE-DE-FRANCE

LES FRANÇAIS

14,0 %
des touristes
sont venus en avion

31,1 %
des touristes
sont venus en train

54,9 %
des touristes
sont venus par la route

> Population totale : **66,6 millions** d'habitants
(dont 64,5 millions en France métropolitaine)
> Taux de croissance économique : **+1,1 %**

> Taux de chômage : **10,4 %**
> Taux d'inflation : **+0,1 %**

Sources : FMI, INSEE.



95,5 %
REPEATERS
4,5 %
PRIMO-VISITEURS

La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 80,0 % de repeaters et de 20,0 % de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.



POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDERANT



40,4 %
Sites Internet



27,6 %
Directement auprès des hébergeurs



25,0 %
Entreprises



9,8 %
Agences de voyages, tour-opérateurs



6,5 %
Plateformes de réservation entre particuliers



1,3 %
OTSI, CDT, CRT



4,1 %
Autres



6,4 %
Aucune réservation à l'avance

À l'étape de la préparation du voyage, les Français favorisent également Internet (45,3 %, -5,5 points), devant les entreprises (23,1 %, +7,5 points) et les hébergeurs en direct (22,2 %, +6,3 points).

Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs français ont un âge moyen (44 ans) supérieur à celui de l'ensemble des clientèles (42 ans). Ils sont issus des PCS+⁽¹⁾ pour près de tiers (31,9 %, -1,7 point) et sont employés pour 23,1% (-1,1 point). Les retraités sont plus nombreux comparativement à l'ensemble des touristes (15,5 %, +3,1 points). Ils proviennent principalement d'Auvergne-Rhône-Alpes (13,6 %), des Hauts-de-France (11,2 %) et de Nouvelle-Aquitaine (10,0 %).

(1) Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus de 6 visiteurs sur 10 (60,5 %, -5,4 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent seuls (44,9 %, +7,6 points), en couple (23,3 %, -1,4 point) ou en famille (20,7 %, -2,0 points). Ils voyagent en individuel non organisé pour 88,7% (+2,8 points). Ils sont 5,9 % à opter pour un séjour en individuel organisé (-2,1 points) et 5,4 % à préférer les groupes organisés (-0,7 point).

QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de la moitié des séjours (52,8 %, -13,1 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 45,9 % (moyen de gamme pour 72,2 % et haut de gamme pour 19,0 %), les résidences hôtelières (2,4 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (2,0 %). Les résidences principales de parents (26,5 %) et d'amis (13,3 %) ainsi que les résidences secondaires de parents ou d'amis (4,2 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées par les touristes français sont les visites de musées et monuments (67,7 %), la découverte des villes (53,7 %) et la pratique du shopping (33,8 %). Les Français sont davantage intéressés par les spectacles et concerts (18,7 %, +4,2 points) ainsi que par les événements culturels (18,7 %, +2,9 points). Ils se consacrent en revanche moins à la découverte de la gastronomie française (9,4 %, -12,1 points), à la visite de musées et monuments (-8,3 points) ainsi que de parcs et jardins (20,4 %, -8,0 points). Ils sont également moins intéressés par la découverte des villes (-7,8 points), les marchés et brocantes (10,6 %, -6,1 points) et le shopping (-4,9 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (26,0 %), Notre-Dame de Paris (19,0 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (18,8 %), l'Arc de triomphe (15,2 %) et le musée du Louvre (14,8 %). 38,8 % des Français n'ont visité aucun site pendant leur séjour. Ils sont ainsi moins nombreux à se rendre à la tour Eiffel (-16,7 points), à l'Arc de triomphe (-15,1 points), au musée du Louvre (-14,8 points), à Notre-Dame de Paris (-14,5 points) et au Sacré-Cœur de Montmartre (-8,4 points). Ils sont davantage présents au musée du quai Branly (5,2 %, +1,1 point), au stade de France (4,2 %, +0,9 point) ainsi qu'à la Cité des sciences et de l'industrie (5,3 %, +0,9 point).



DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE D'ACCESSIBILITÉ ET DE TRANSPORTS⁽¹⁾



92,4 %
Ensemble du séjour



94,9 %
Sorties et offre culturelle



93,6 %
Hébergement



86,1 %
Restauration



85,8 %
Accueil et information

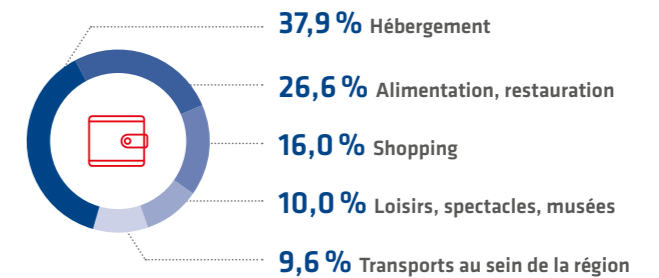


81,9 %
Accessibilité et transports

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 93,3 %.

(1) % satisfaits et très satisfaits.

PRÈS DE 40 % DES DÉPENSES DES FRANÇAIS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Français, dont la dépense moyenne par jour et par personne (91 €) est bien inférieure à celle de l'ensemble des clientèles (121 €), accordent une part plus importante de leur budget à la restauration (+2,3 points) et moins importante à l'hébergement (-3,3 points).

À RETENIR <

- > **27 322 000 séjours** soit 58,5 % des séjours de l'ensemble des clientèles
- > **86 663 000 nuitées** soit 50,2 % des nuitées de l'ensemble des clientèles
- > **3,2 nuits** en moyenne
- > **95,5 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France

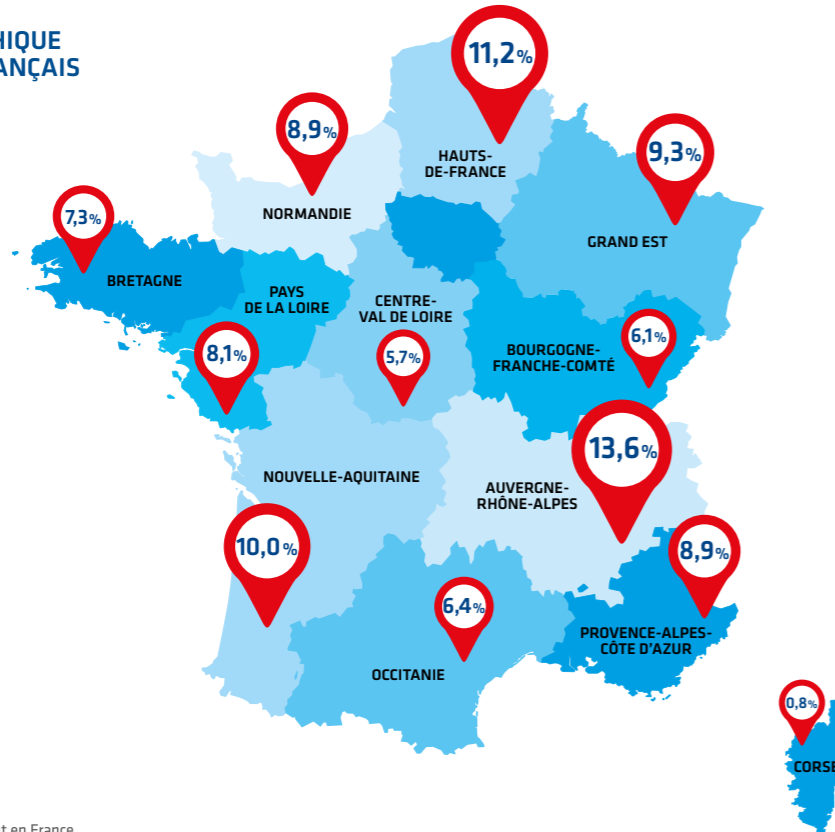
- > **94,6 %** voyagent en individuel
- > **60,5 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- > **91 €** de dépense moyenne par jour et par personne

- > **288 €** de budget moyen du séjour par personne
- > **92,4 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- > **76,6 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

NOS SUGGESTIONS <

- > **Promouvoir les événements culturels et sportifs**, très appréciés par les clientèles françaises
- > **Proposer des services de qualité à des prix attractifs** pour des habitués de la destination avec des comportements proches de ceux des résidents
- > **Mettre en place des promotions de dernière minute** pour inciter les clientèles de proximité à venir

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES TOURISTES FRANÇAIS



DOM TOM : 1,4 %
Non précisé : 2,4 %
Base : clientèles françaises résidant en France.

LA CLIENTÈLE EN PROVENANCE D'Auvergne-Rhône-Alpes

47,0 % → L'une des proportions les plus importantes de voyageurs en déplacement professionnel*

Population	7,9 millions d'habitants	12,3 % de la population française métropolitaine
PIB par habitant	30 979 €	2 ^e région française
Part de marché	13,6 % des touristes français résidant en France	
Durée moyenne de séjour	3,1 nuits	-0,1 nuit
Motifs personnels	53,0 %	-7,5 points
Repeaters	95,6 %	0,0 point
Information par Internet	45,5 %	+0,3 point
Réservation par Internet	38,3 %	-2,1 points
Visites de musées et monuments	63,9 %	-3,8 points
Hébergement marchand	59,5 %	+6,7 points
Satisfaction globale	92,4 %	0,0 point
Dépense moyenne par jour et par personne	101 €	+10,9 %
Intention de revisite d'ici 2 ans	73,9 %	-2,7 points
Consommation touristique	1,1 milliard d'euros	15,5 % du montant généré par l'ensemble de la clientèle française



CE QU'ILS ONT LE PLUS AIMÉ

- 1 La diversité de l'offre culturelle
- 2 Les musées
- 3 Les monuments
- 4 Les expositions
- 5 Les événements et les spectacles



CE QU'ILS ONT LE MOINS AIMÉ

- 1 Le stationnement et la circulation dans la région
- 2 La propreté des sites et des villes
- 3 Le rapport qualité-prix des sorties et de l'offre culturelle
- 4 Les taxis
- 5 Le rapport qualité-prix de la restauration

* Proportion de touristes venus pour motifs professionnels et à la fois pour motifs professionnels et personnels.

LA CLIENTÈLE EN PROVENANCE DES HAUTS-DE-FRANCE

78,9 % → La proportion la plus importante de visites de musées et monuments

Population	6,0 millions d'habitants	9,3 % de la population française métropolitaine
PIB par habitant	25 224 €	13 ^e région française
Part de marché	11,2 % des touristes français résidant en France	
Durée moyenne de séjour	3,0 nuits	-0,2 nuit
Motifs personnels	63,4 %	+2,9 points
Repeaters	96,8 %	+1,2 point
Information par Internet	47,7 %	+2,4 points
Réservation par Internet	44,0 %	+3,6 points
Visites de musées et monuments	78,9 %	+11,2 points
Hébergement marchand	58,5 %	+5,7 points
Satisfaction globale	93,0 %	+0,6 point
Dépense moyenne par jour et par personne	90 €	-0,5 %
Intention de revisite d'ici 2 ans	81,4 %	+4,8 points
Consommation touristique	794,5 millions d'euros	11,1 % du montant généré par l'ensemble de la clientèle française



CE QU'ILS ONT LE PLUS AIMÉ

- 1 La diversité de l'offre culturelle
- 2 Les musées
- 3 Les événements et les spectacles
- 4 L'accueil dans l'hébergement
- 5 L'offre shopping



CE QU'ILS ONT LE MOINS AIMÉ

- 1 Le stationnement et la circulation dans la région
- 2 La propreté des sites et des villes
- 3 Les taxis
- 4 Le rapport qualité-prix des sorties et de l'offre culturelle
- 5 La sécurité

LA CLIENTÈLE EN PROVENANCE DE NOUVELLE-AQUITAINE

50,8 % → L'une des proportions les plus importantes de touristes séjournant en hébergement non marchand

Population	5,9 millions d'habitants	9,2 % de la population française métropolitaine
PIB par habitant	27 008 €	5 ^e région française
Part de marché	10,0 % des touristes français résidant en France	
Durée moyenne de séjour	3,0 nuits	-0,2 nuit
Motifs personnels	61,1 %	+0,6 point
Repeaters	94,3 %	-1,2 point
Information par Internet	44,3 %	-1,0 point
Réservation par Internet	40,6 %	+0,2 point
Visites de musées et monuments	59,9 %	-7,8 points
Hébergement non marchand	50,8 %	+3,6 points
Satisfaction globale	93,0 %	+0,6 point
Dépense moyenne par jour et par personne	84 €	-7,1 %
Intention de revisite d'ici 2 ans	74,6 %	-2,0 points
Consommation touristique	666,1 millions d'euros	9,3 % du montant généré par l'ensemble de la clientèle française



CE QU'ILS ONT LE PLUS AIMÉ

- 1 La diversité de l'offre culturelle
- 2 Les musées
- 3 Les événements et spectacles
- 4 Les expositions
- 5 Les monuments



CE QU'ILS ONT LE MOINS AIMÉ

- 1 Le stationnement et la circulation dans la région
- 2 La propreté des sites et des villes
- 3 Le rapport qualité-prix des sorties et de l'offre culturelle
- 4 Les taxis
- 5 Le rapport qualité-prix de la restauration