

# Enquêtes sur les aires d'autoroutes auprès des clientèles de la destination Paris Ile-de-France

Résultats cumulés du 2<sup>ème</sup> semestre 2013 et du 1<sup>er</sup> semestre 2014

#### Méthodologie

Face à la nécessité de disposer d'informations opérationnelles et pertinentes à l'échelle de son territoire, le Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France a souhaité mettre en place un dispositif permettant de disposer d'une vision précise des visiteurs venus en avion, en train et en voiture sur le territoire régional.

#### Cible → Résident non francilien ayant passé au moins 1 nuit sur place

Cette démarche s'inscrit dans le cadre du renforcement du dispositif d'observation et d'analyse de ces clientèles.

Ainsi le dispositif déployé s'inscrit dans la volonté de disposer d'une information issue d'une enquête :

- ⇒ permanente, à fréquence mensuelle,
- ⇒ réalisée au sein de l'ensemble des modes de transports desservant la destination
- ⇒ permettant de dresser le profil des visiteurs, de connaître leurs pratiques et comportements et de cerner leur niveau de satisfaction.

#### Chronologie de la mesure

Lancement du dispositif aux aéroports sur la clientèle internationale

Janvier 2007

Juillet 2008

Lancement du dispositif dans les trains à grande vitesse Extension des dispositifs aux clientèles françaises pour l'avion et aux clientèles Intercités pour le train

Avril 2013

Juillet 2013

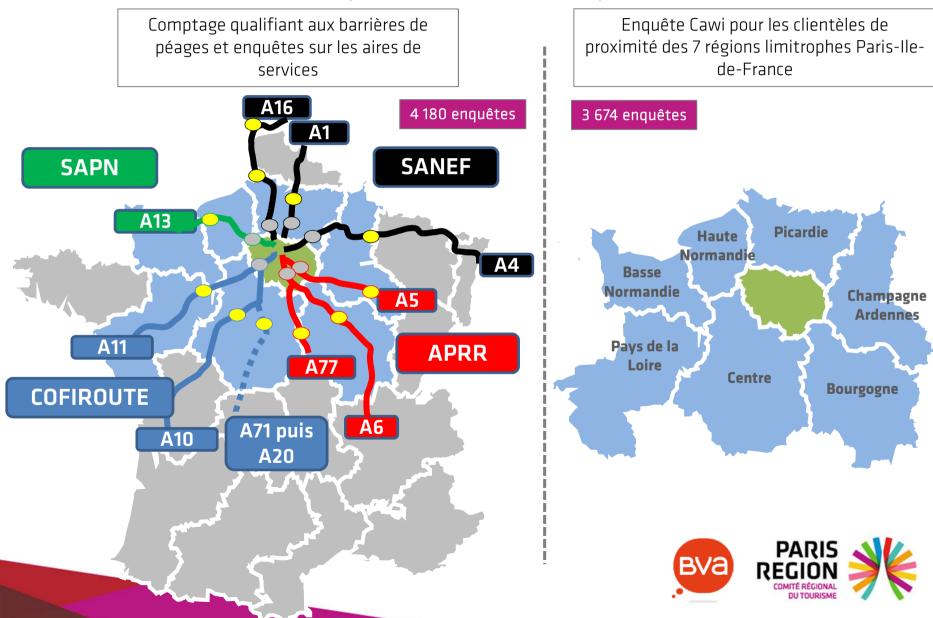
Lancement du dispositif Route : enquête aux aires d'autoroute + enquête CAWI pour les clientèles de proximité





#### Méthodologie

#### Le dispositif terrain de l'enquête Route



#### Méthodologie

Les chiffres présentés ci-après sont le résultat de toutes les enquêtes récoltées sur l'ensemble des dispositifs entre le 1<sup>er</sup> juillet 2013 et le 30 juin 2014 (première année du dispositif route).

Tous les résultats sont déclinés en 2 catégories

- Résultats des 3 dispositifs cumulés,

50 245 questionnaires

- Résultats du dispositif Route (enquêtes aux Aires + Cawi),

7 854 questionnaires

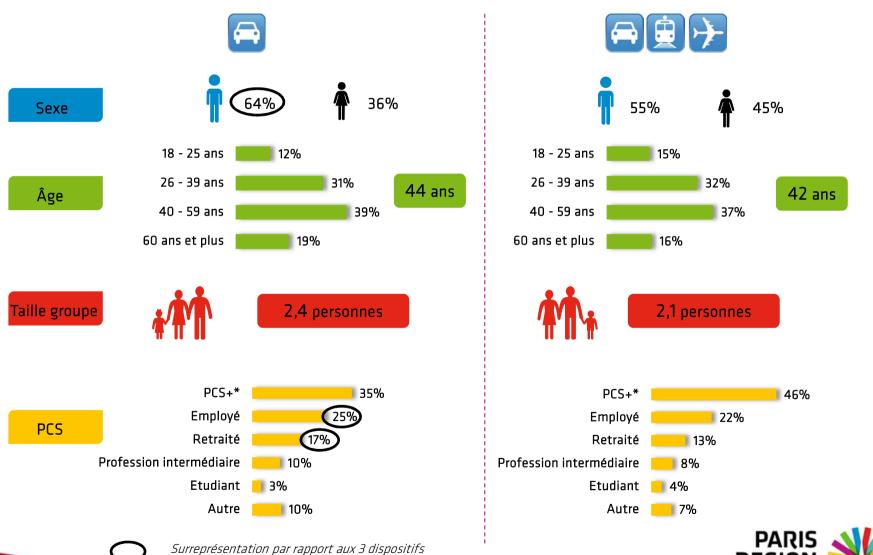




#### **Partie 1 : Profil des clientèles**



#### Profil sociodémographique



<sup>\*</sup> Agriculteurs exploitants, artisans, commerçants, chefs d'entreprise, professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures



#### **Origine des clientèles**



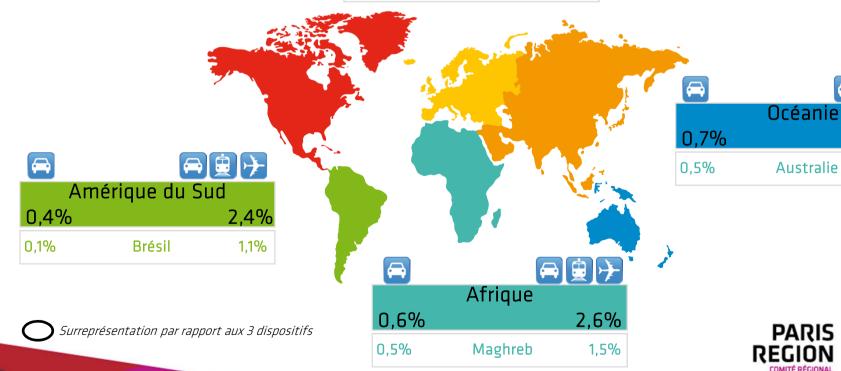
Europe		
96,3%		83,2%
77,6%	France	58,2%
3,8%	Royaume-Uni	4,7%
3,6%	Allemagne	3,2%
3,4%	Belgique	2,2%
1,9%	Pays-Bas	1,3%

	<b>=</b>	
	Asie	
1,0%		4,7%
0,2%	Chine	1,2%
0,2%	Inde	0,5%
0,1%	Japon	1,1%

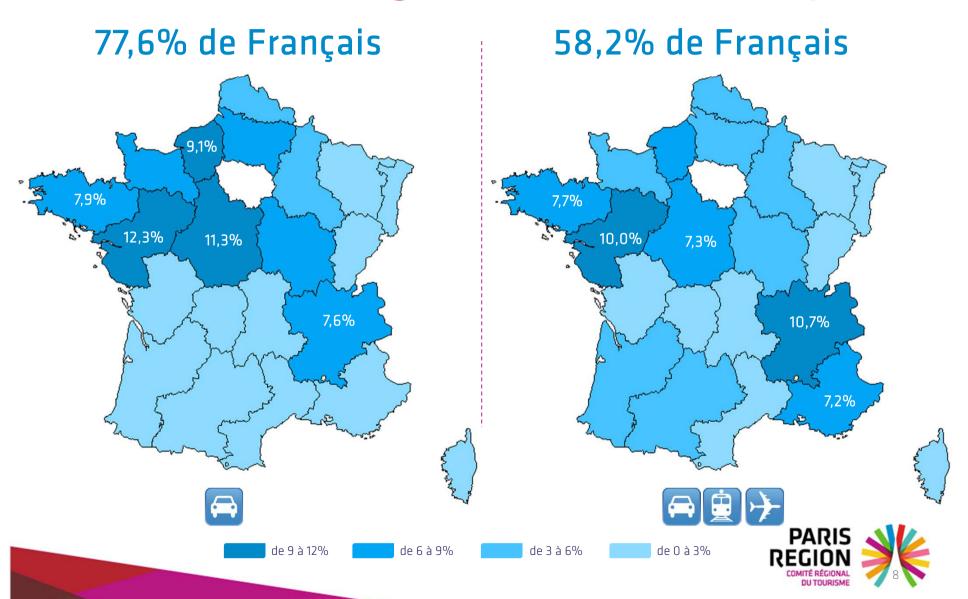
角度分

1,5%

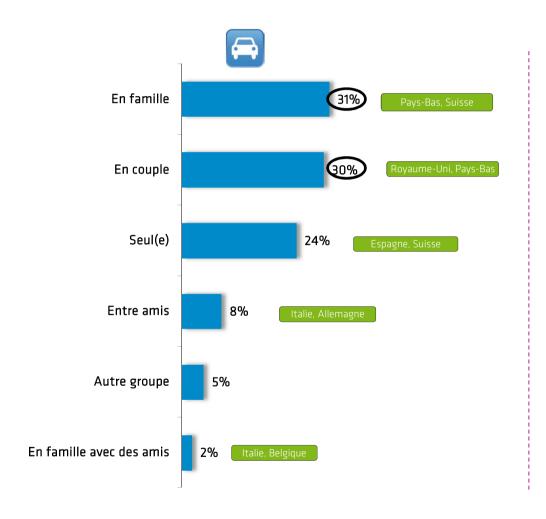
1,3%

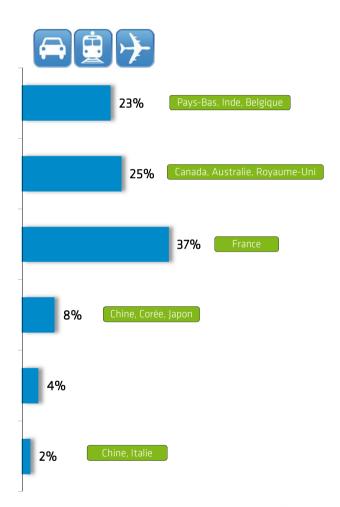


#### Origine des clientèles françaises



#### **Accompagnants**



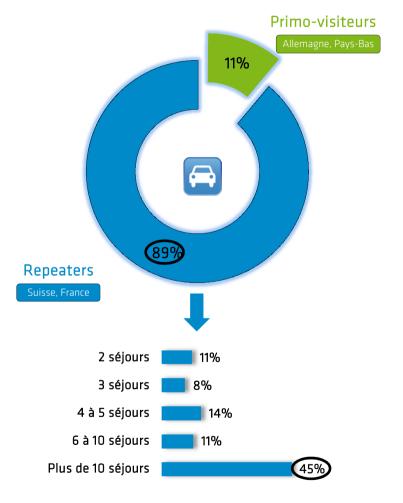


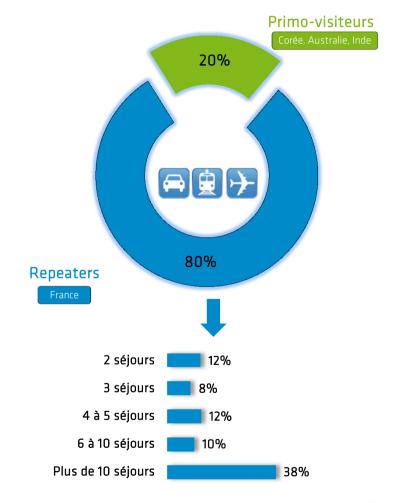


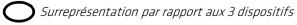
Surreprésentation par rapport aux 3 dispositifs



#### Repeaters vs primo-visiteurs





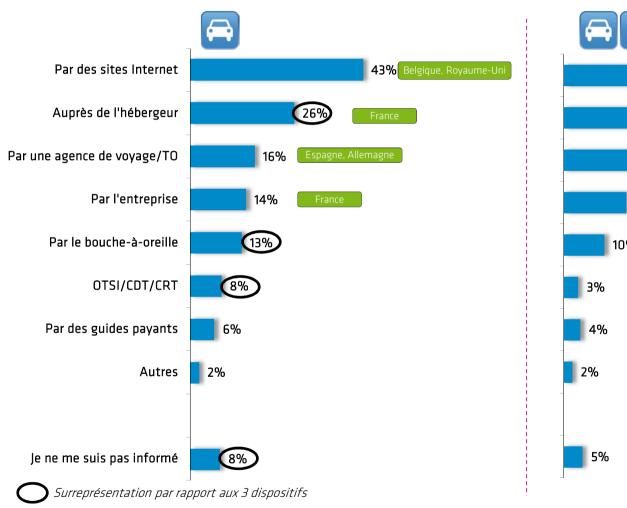


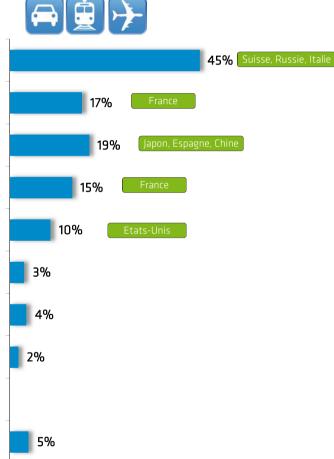


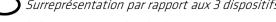
#### Partie 2 : Déroulement du séjour



#### Information sur le mode d'hébergement



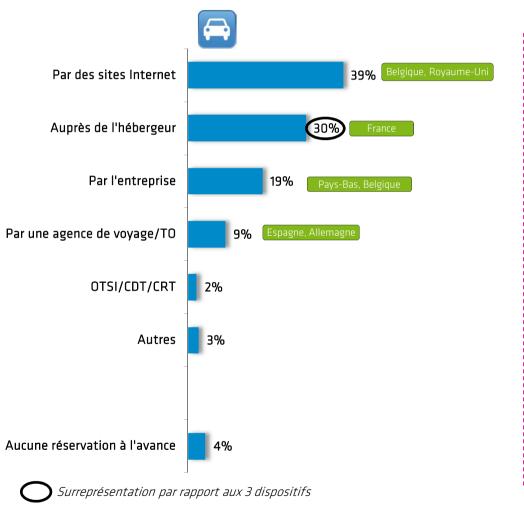


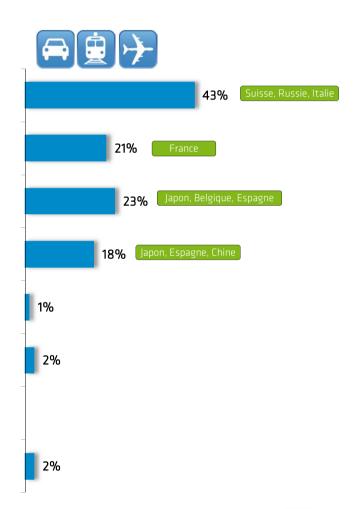


Base : hébergement marchand. Plusieurs réponses possibles



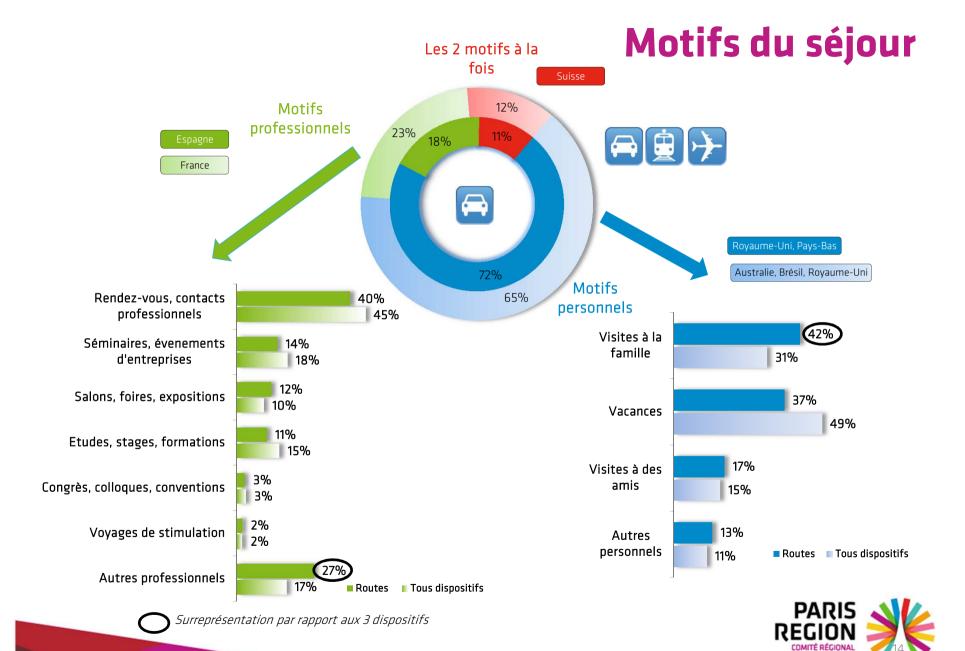
#### Réservation de l'hébergement



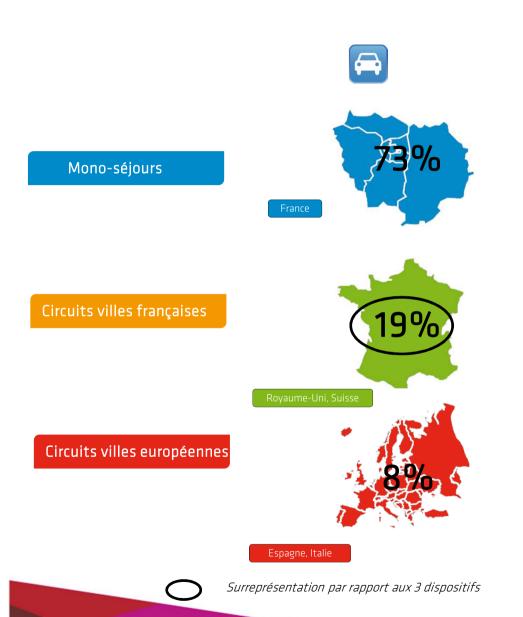


Base : hébergement marchand. Plusieurs réponses possibles





#### **Circuits**





Italie, Suisse, France



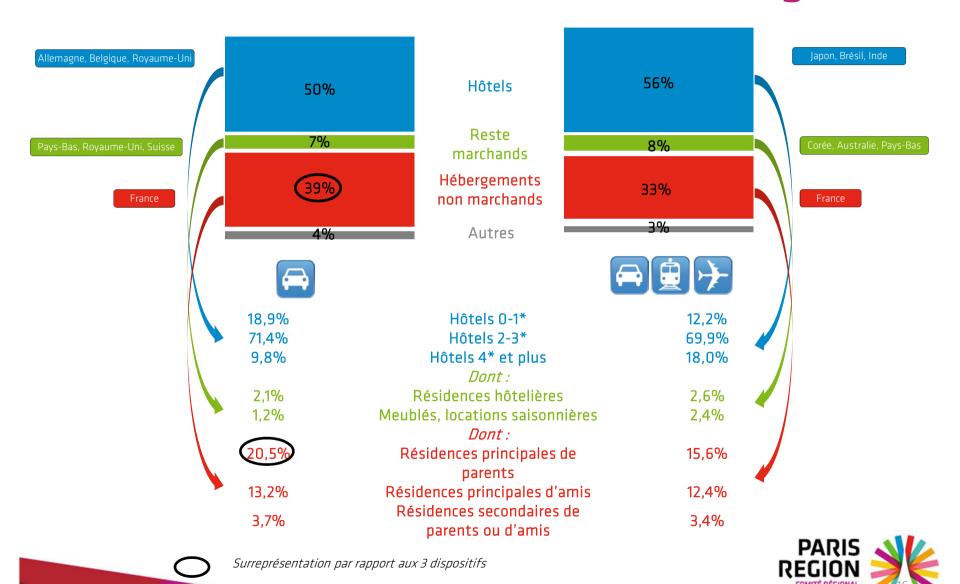
lapon, Chine, Australie



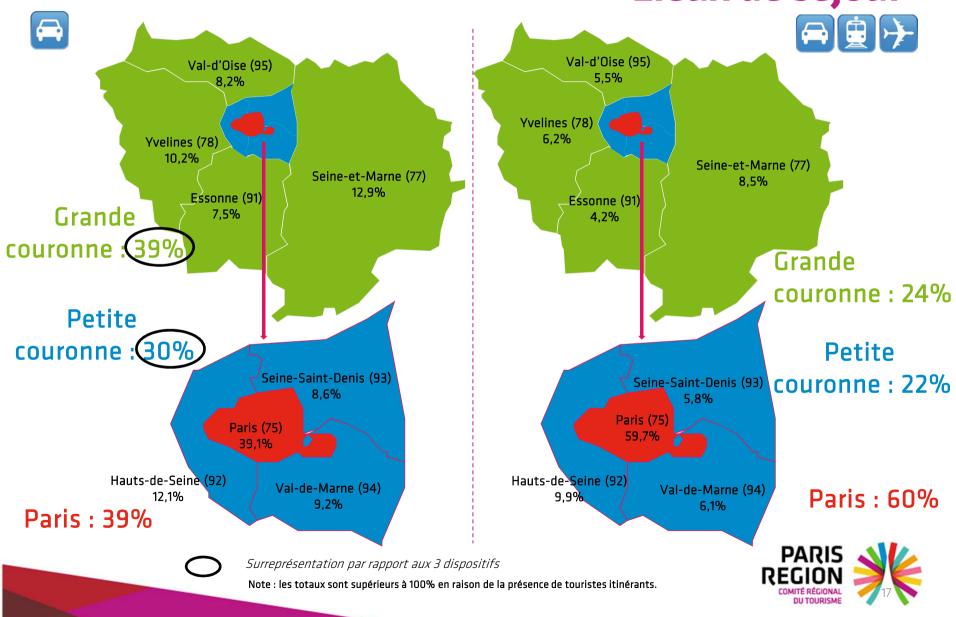
Brésil Australie Chine



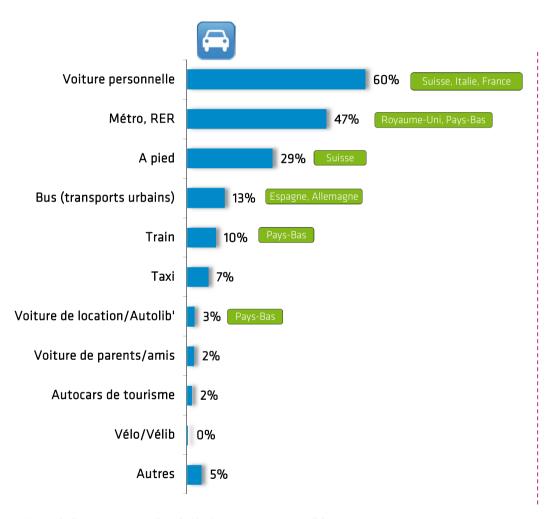
#### Modes d'hébergement

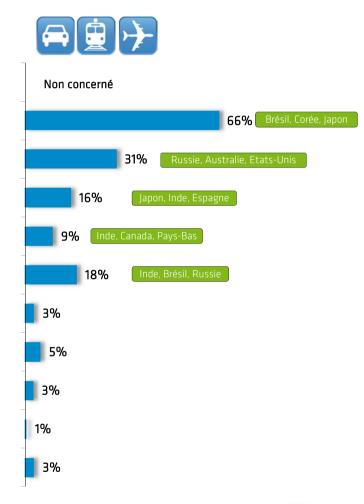


#### Lieux de séjour



#### Modes de transports sur place

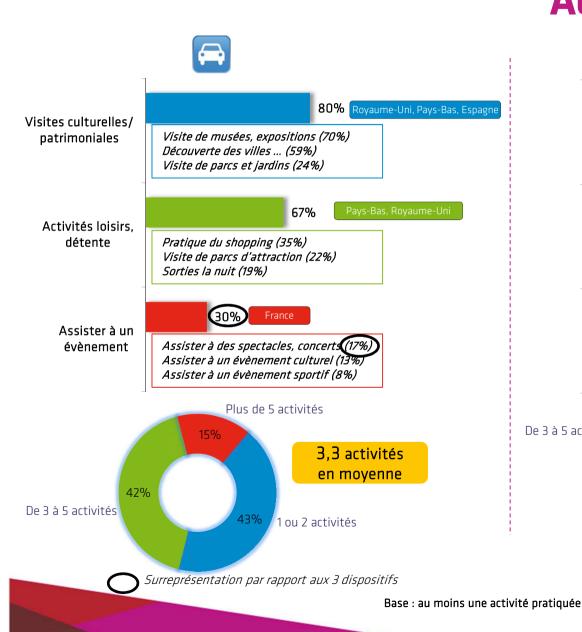


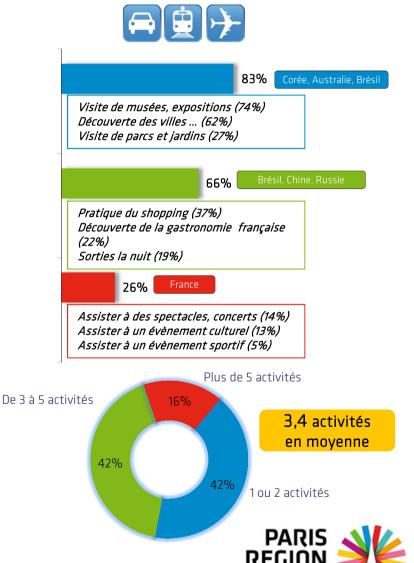


Base : hébergement marchand. Plusieurs réponses possibles

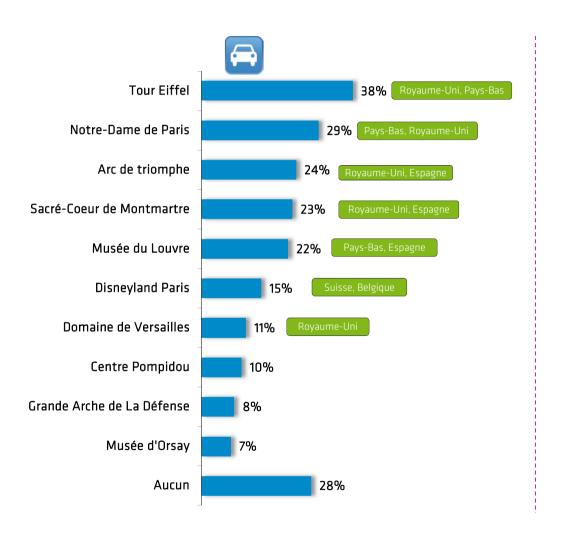


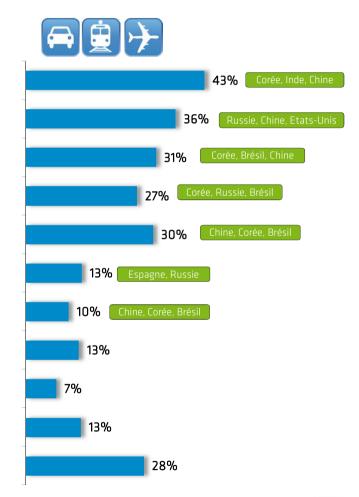
#### Activités pratiquées





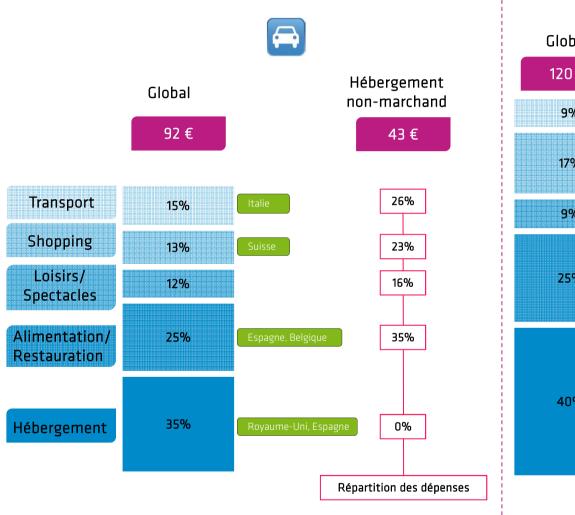
#### Sites visités

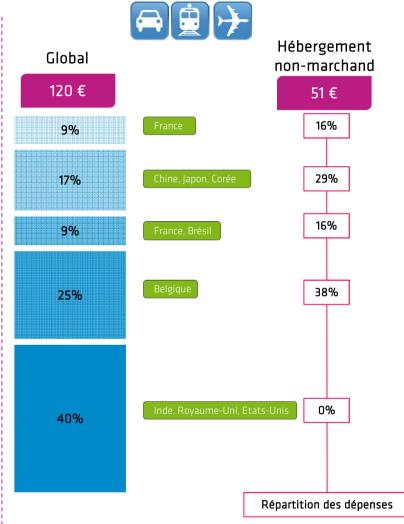






Dépenses





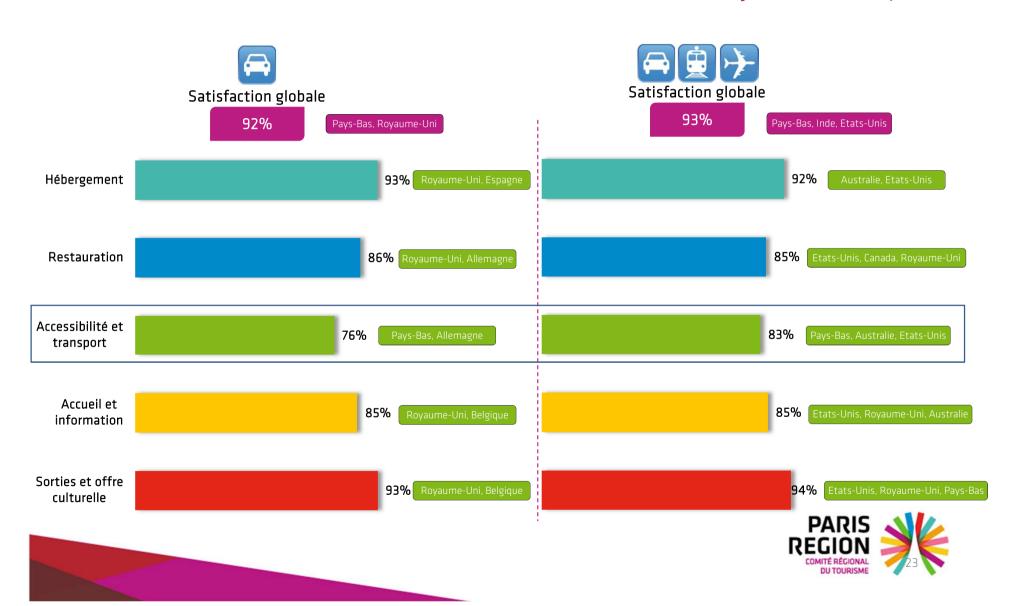


#### Partie 3 : Satisfaction et intention de revisite



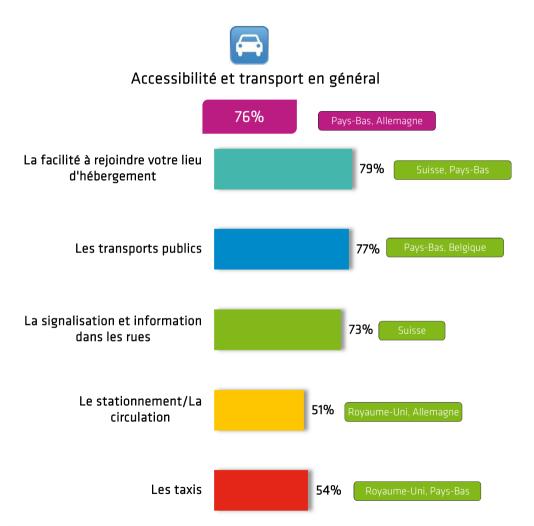
#### **Satisfaction**

#### Détail selon les composantes du séjour



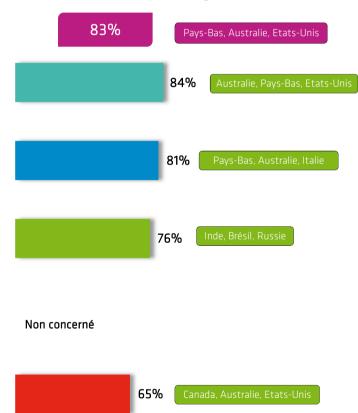
#### **Satisfaction**

#### Détail « Accessibilité et transport »



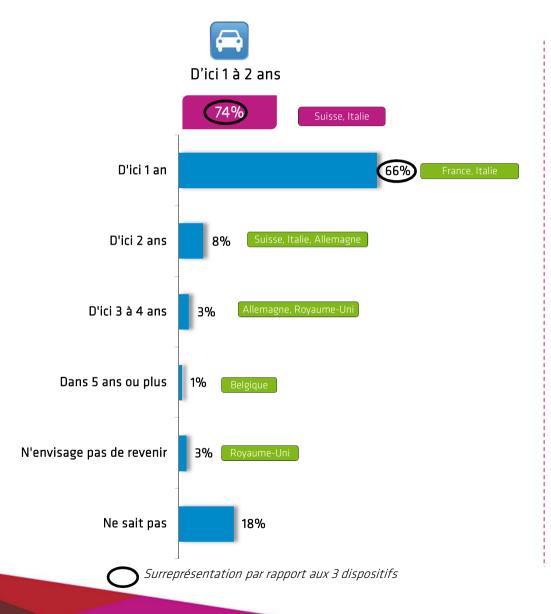


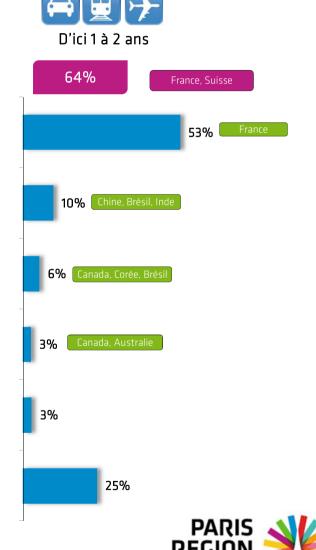
#### Accessibilité et transport en général





#### Intention de retour





# Partie 4 : Synthèse



#### Les 10 points clés

44 ans d'âge moyen (+2 ans par rapport à l'ensemble de la clientèle touristique). Près de 6 touristes sur 10 (58%, +4 points) ont plus de 40 ans.

64% d'hommes (+9 points par rapport au global). Les Suisses (87%) et les Espagnols (87%) présentent les proportions les plus importantes d'hommes.

78% de Français (+19 points). Les régions les mieux représentées : Pays de la Loire (12%), Centre (11%) et Haute Normandie (9%).

Près de 9 touristes sur 10 sont des repeaters (89%, +9 points). Les touristes qui ont séjourné plus de 10 fois sont surreprésentés (45%, + 7 points).

Près des trois quarts des touristes viennent pour motifs personnels (72%, +7 points). Les visites à la famille sont plus nombreuses (42%, +11 points).



#### Les 10 points clés (suite)

- L'hébergement non-marchand représente 39% des séjours (+5 points). Les séjours dans les résidences principales de parents sont particulièrement nombreux (21%, +5 points). Près de 4 touristes sur 10 ont séjourné dans les départements de la grande couronne (39%, +14 points).
  - Près d'un tiers des touristes (30%, +9 points) en hébergement marchand ont réservé directement auprès de l'hébergeur.
- Près d'un tiers des touristes (31%, + 8 points) viennent en famille et une proportion comparable (30%, +4 points) en couple. La taille du groupe est ainsi plus importante (2,4 personnes) comparativement à l'ensemble des touristes (2,1 personnes).
- D

  La dépense moyenne par jour et par personne est de 92€ (-24%). Les touristes accordent un budget plus important aux transports au sein de la région (15%, +7 points) ainsi qu'aux loisirs, spectacles, musées (12%, +3 points) et moins important à l'hébergement (35%, -6 points) ainsi qu'au shopping (13%, -4 points).
- Le taux de satisfaction global (92%) est quasi équivalent à celui de l'ensemble de la clientèle touristique (93%). Près des trois quarts des touristes (74%, +11 points) ont l'intention de revenir à Paris Ile-de-France d'ici 1 à 2 ans.





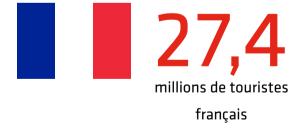


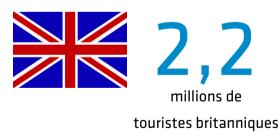
47,0 millions

de touristes français et internationaux à Paris Île-de-France **58%** de Français

42%

d'Internationaux







1,9
million de
touristes américains



### Des indicateurs globaux sur les volumes de nuitées







184,1 millions

de nuitées à Paris Île-de-France 47%

de nuitées françaises

53%

de nuitées internationales

3,9 de durée moyenne de séjour à Paris Île-de-France

Français

5

de durée moyenne de séjour pour les

de durée moyenne de séjour pour les

Internationaux



## Des indicateurs globaux sur la consommation touristique







22,1 milliards d'euros

de consommation touristique générée par les touristes français et internationaux à Paris Île-de-France









#### Et pour en savoir plus...

#### Des analyses plus détaillées :

- Par clientèles
- Par départements/communes
- Par sites visités
- Par types d'hébergement
- Par motifs de séjour



#### Un portail dédié aux professionnels du tourisme :

pro.visitparisregion.com





# Le CRT Paris Ile-de-France remercie ses partenaires



























