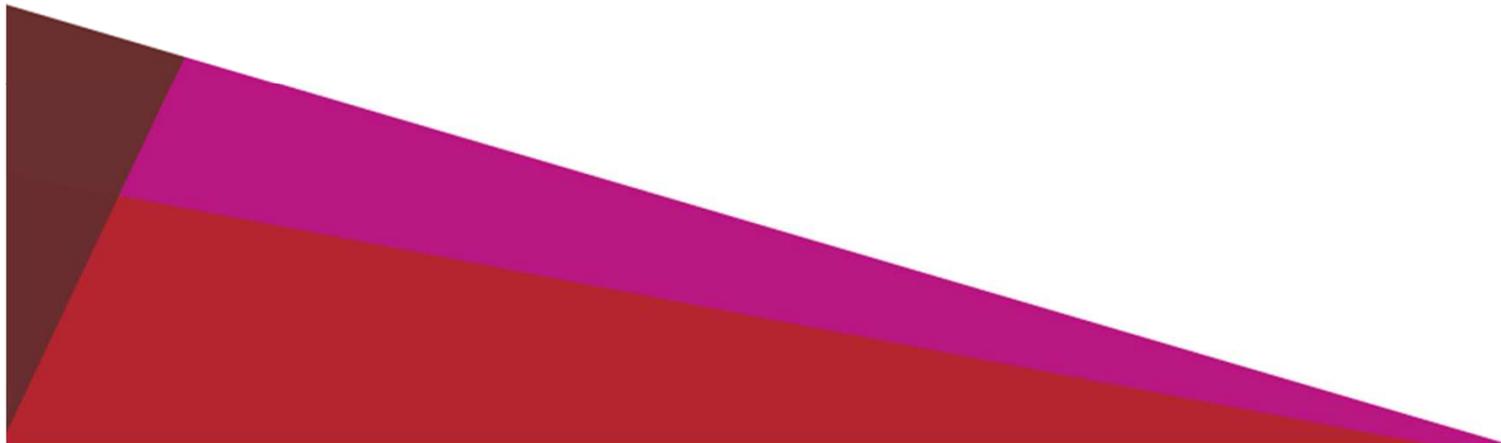




La clientèle française de la destination Paris Île-de-France

**Résultats cumulés du 2^{ème} semestre 2013
et du 1^{er} semestre 2014**



Indicateurs globaux

27 millions

de touristes français
à Paris Île-de-France

3 nuits

de durée moyenne de séjour
à Paris Île-de-France

7 milliards
d'euros

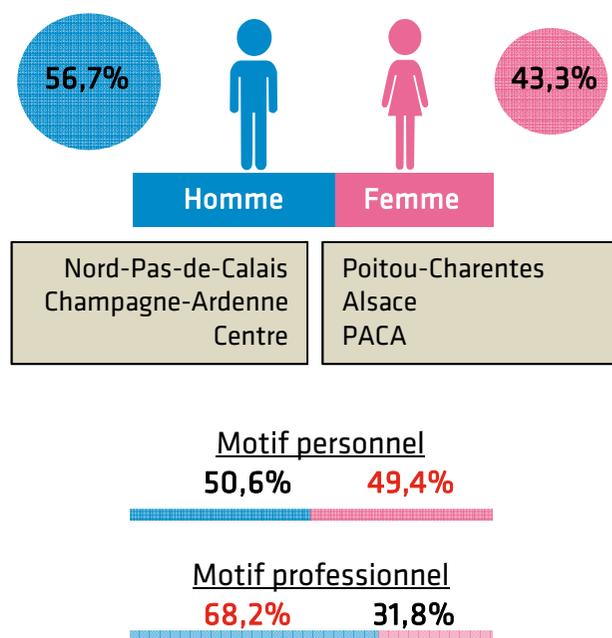
de consommation touristique générée par les touristes
français à Paris Île-de-France

86 millions

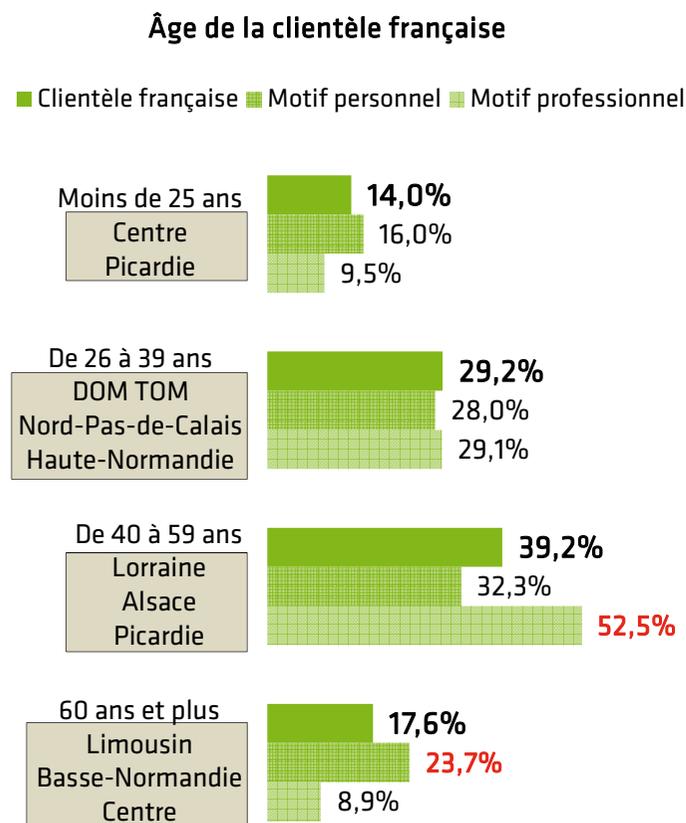
de nuitées
à Paris Île-de-France

Partie 1 : Profil des clientèles

Profil sociodémographique



Base : répondants.



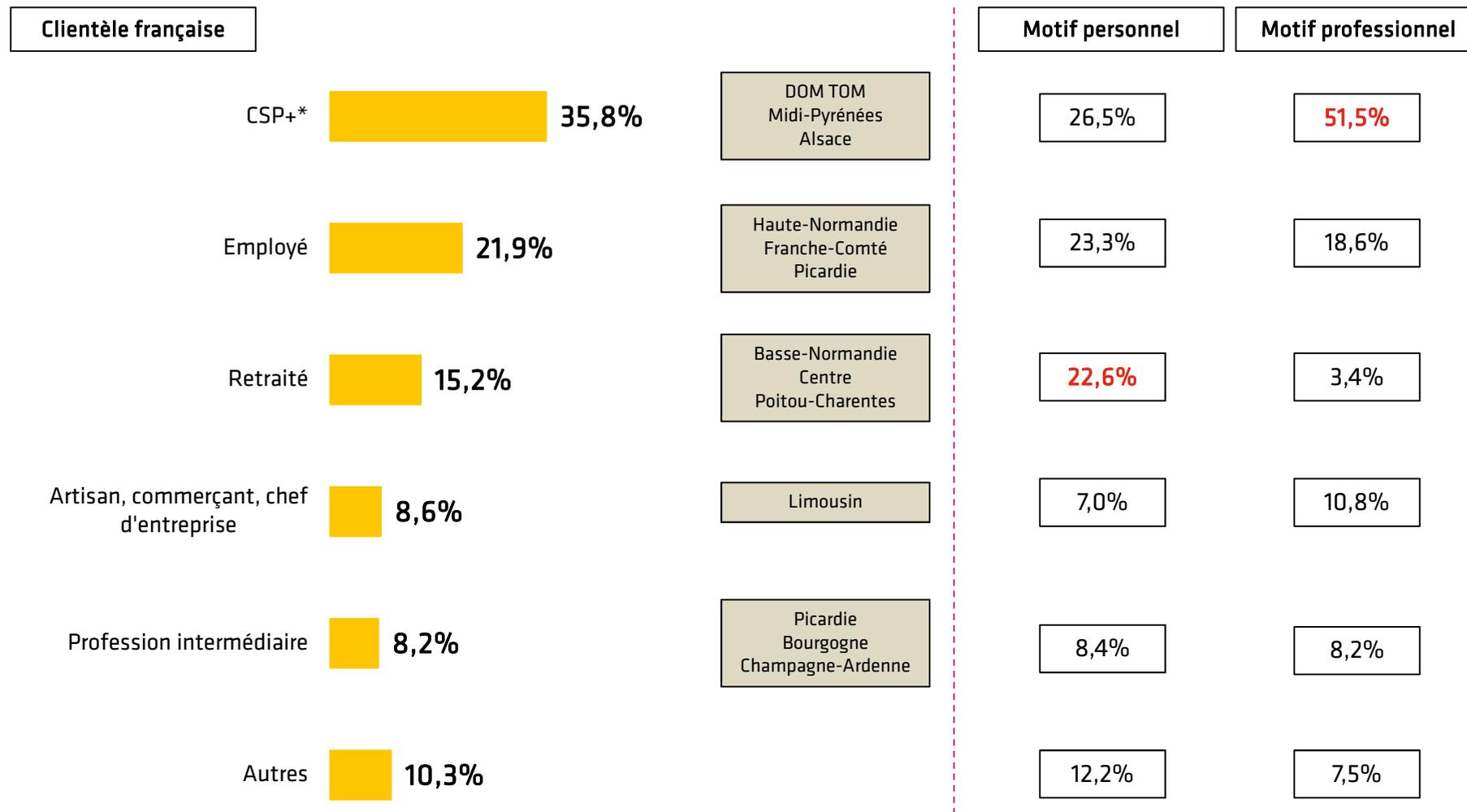
Base : ensemble.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Profil sociodémographique



Base : répondants.

* Agriculteur exploitant, profession libérale, professeur, profession scientifique, cadre et autre profession intellectuelle supérieure.

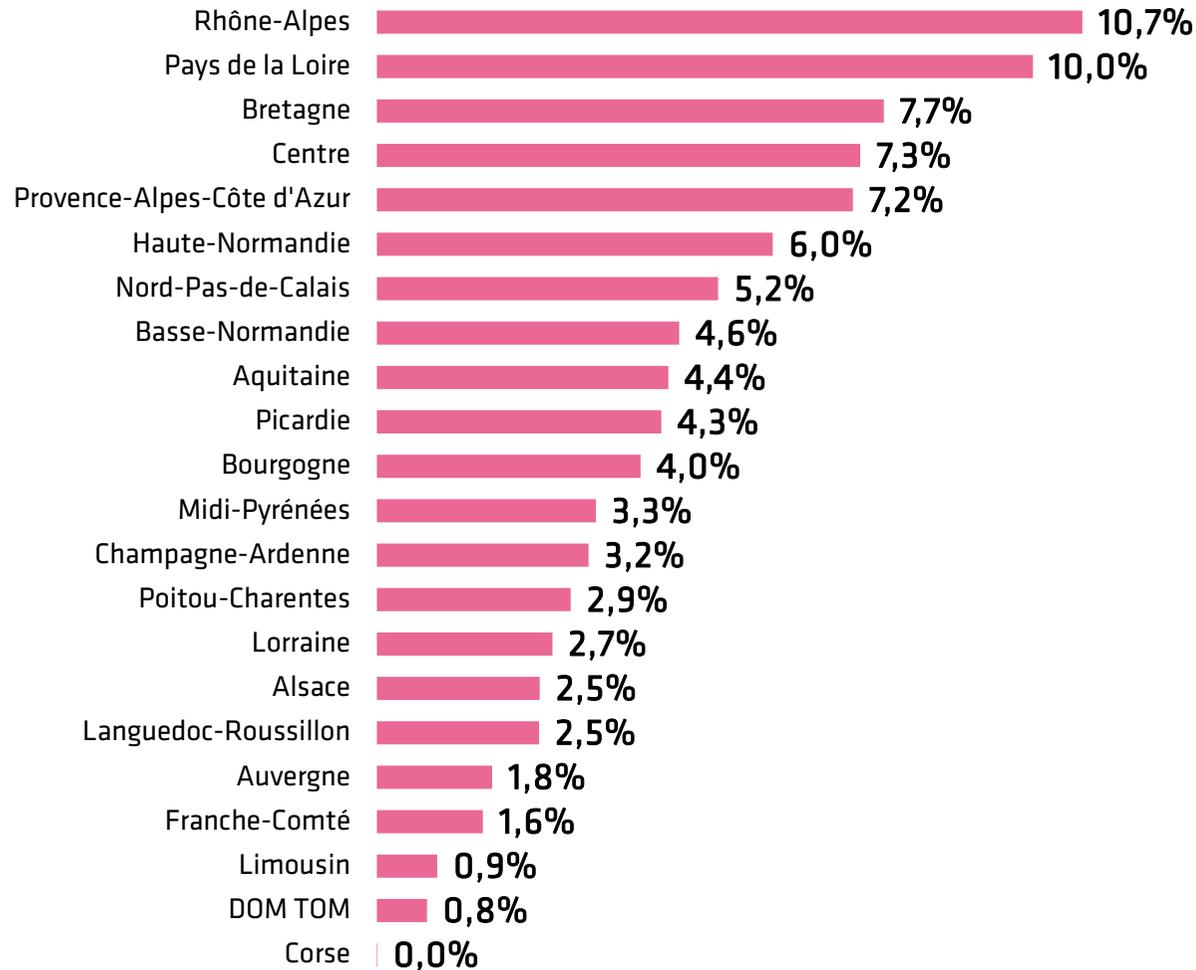
Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

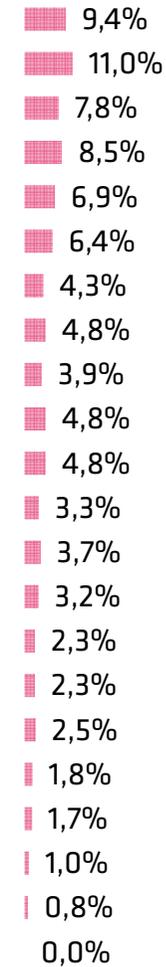
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Origine des clientèles françaises

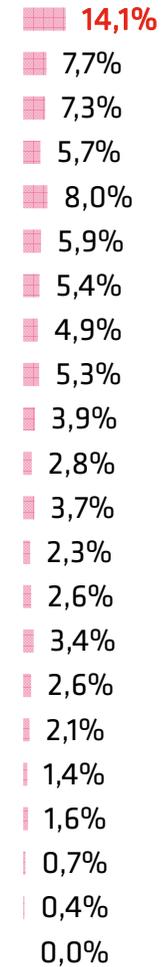
Clientèle française



Motif personnel



Motif professionnel



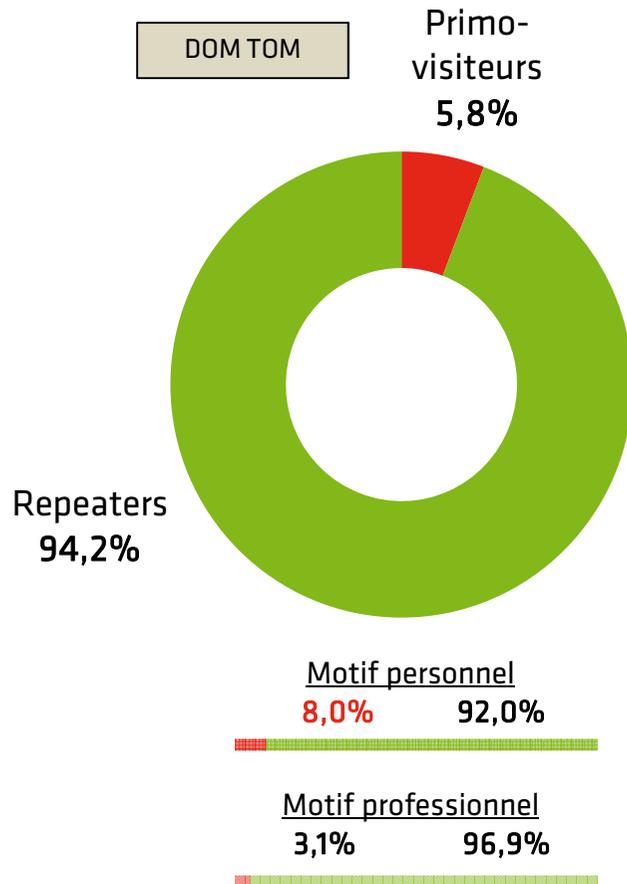
Base : globale.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes - CRT Paris Île-de-France.

Habitudes de voyage

Primo-visiteurs/Repeaters



Base : répondants.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Taille du groupe

Clientèle française

1,9 personne

Motif personnel

2,2 personnes

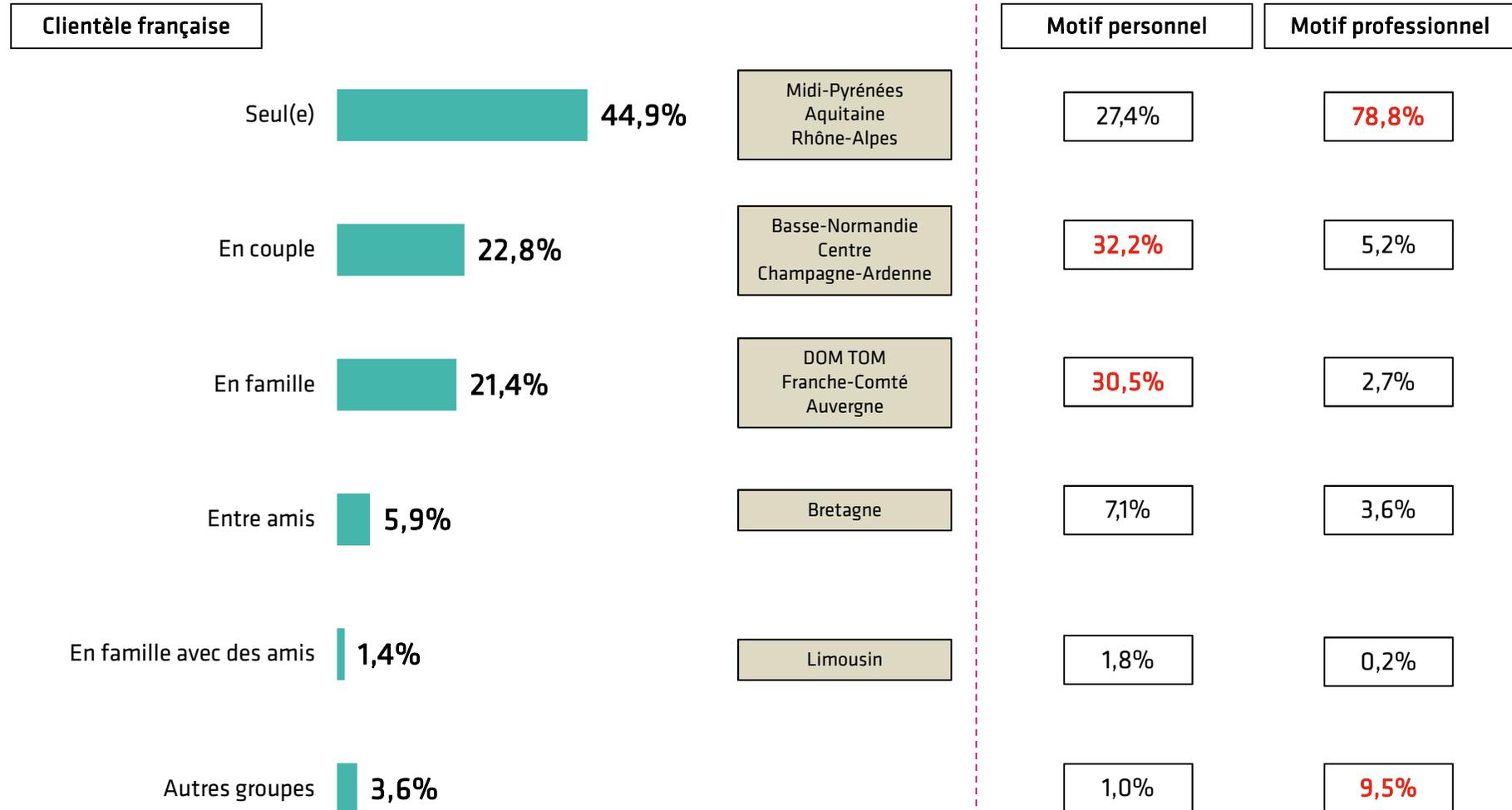
Motif professionnel

1,3 personne

DOM TOM
Champagne-
Ardenne
Bourgogne

Base : ensemble.

Accompagnants



Base : répondants.

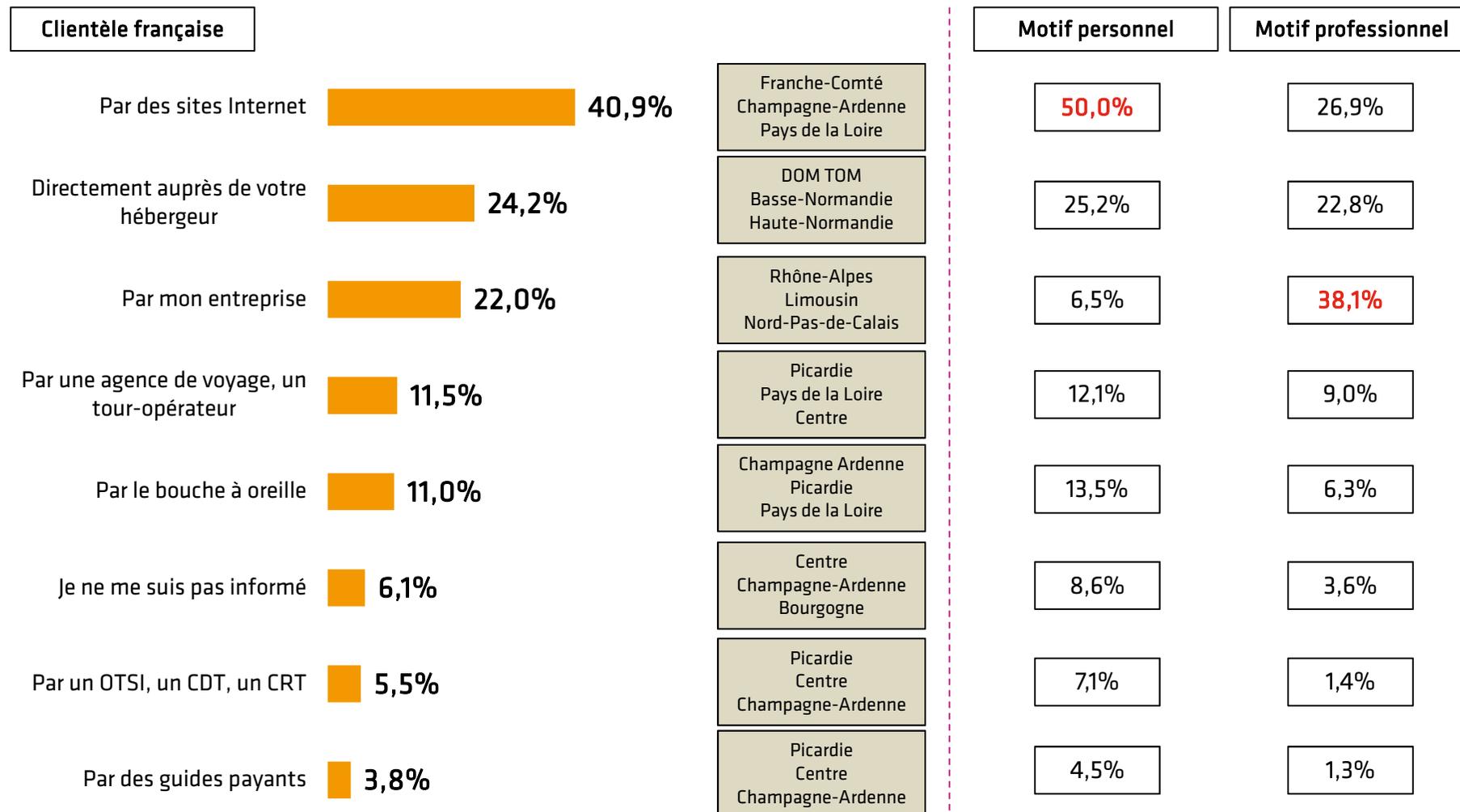
Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Partie 2 : Déroulement du séjour

Information sur le mode d'hébergement



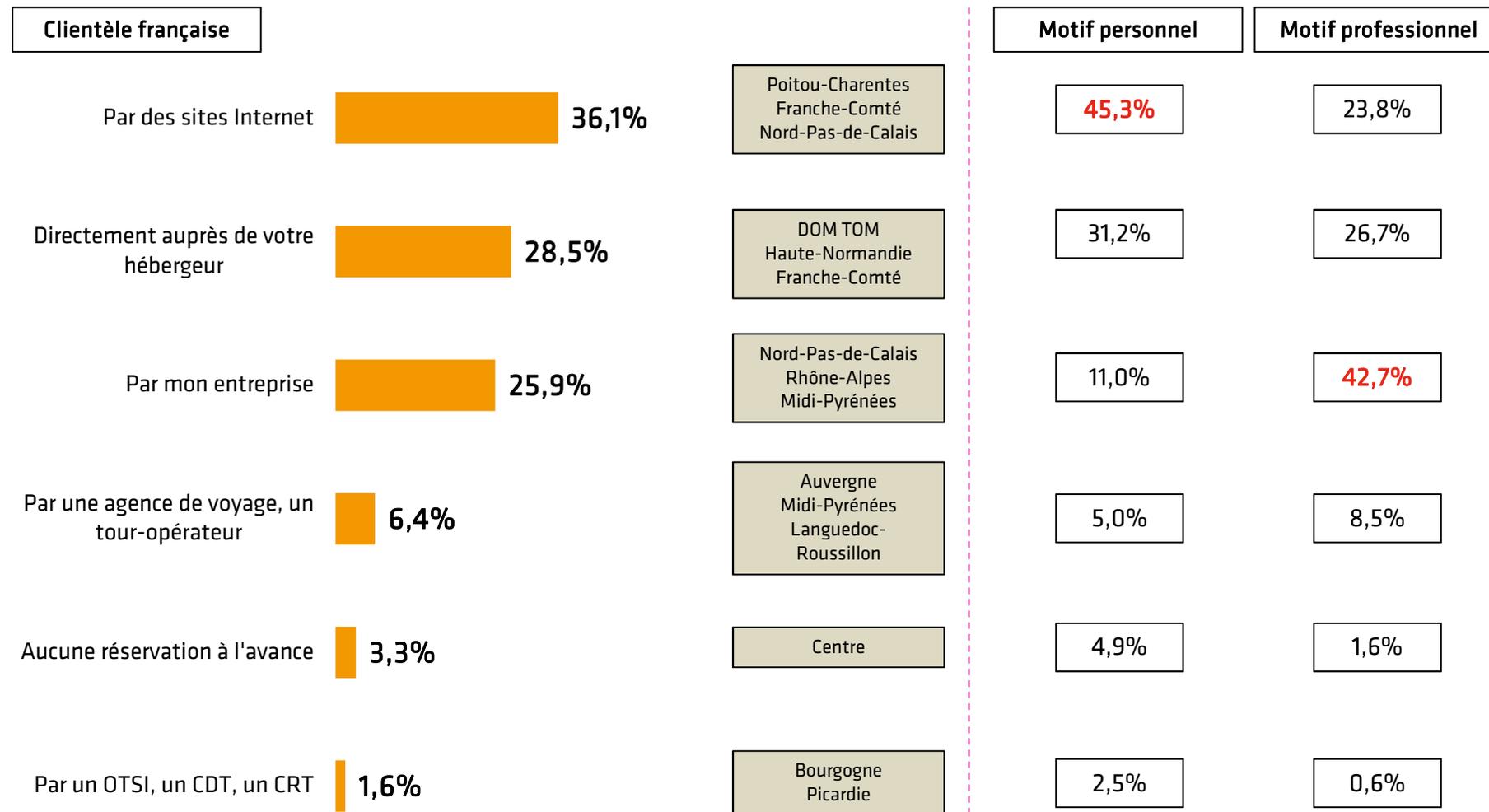
Base : hébergement marchand. Plusieurs réponses possibles.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Réservation de l'hébergement



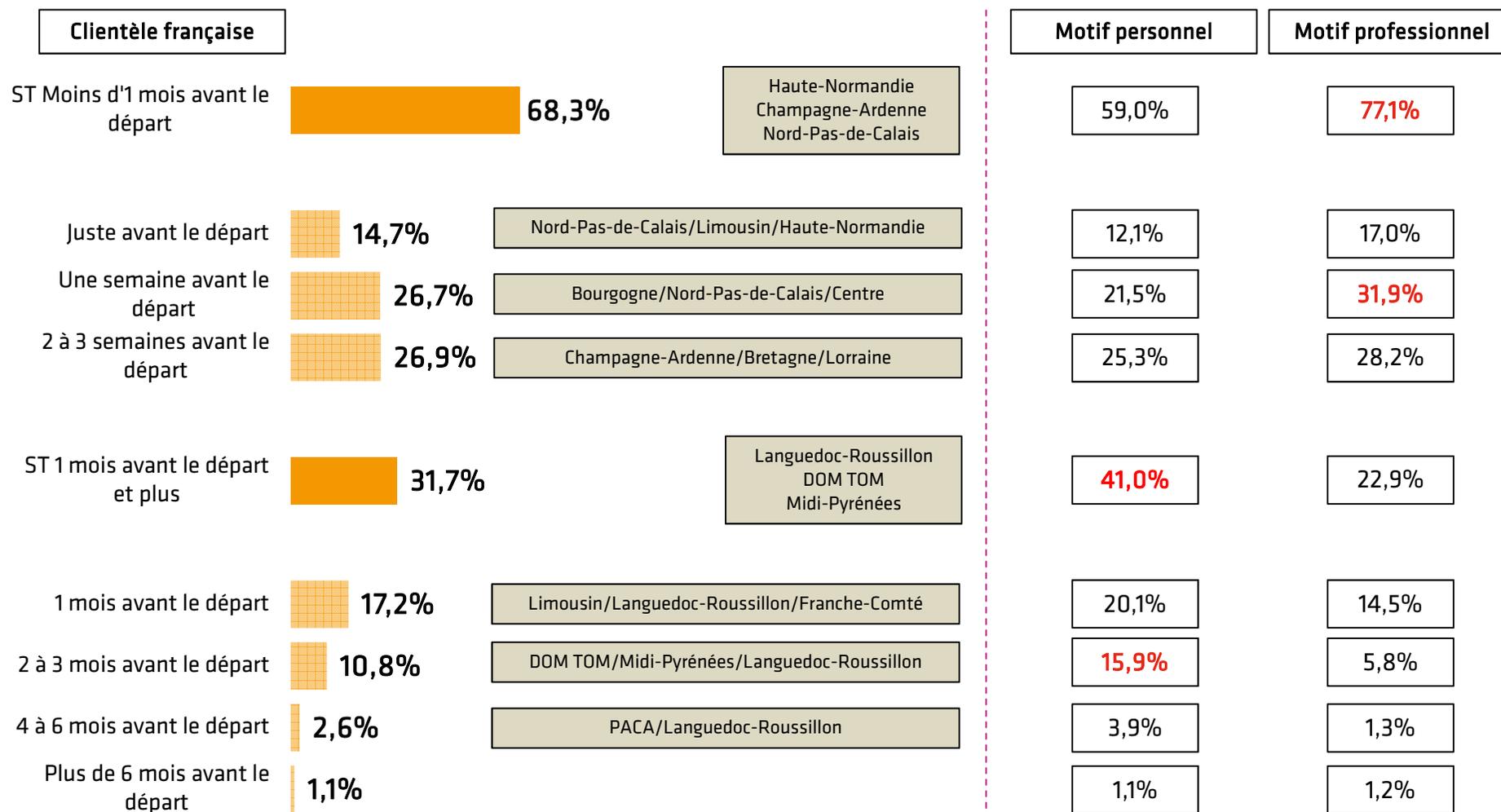
Base : hébergement marchand. Plusieurs réponses possibles.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Délais de réservation



Base : répondants - hébergement marchand.

ST : Sous-Total.

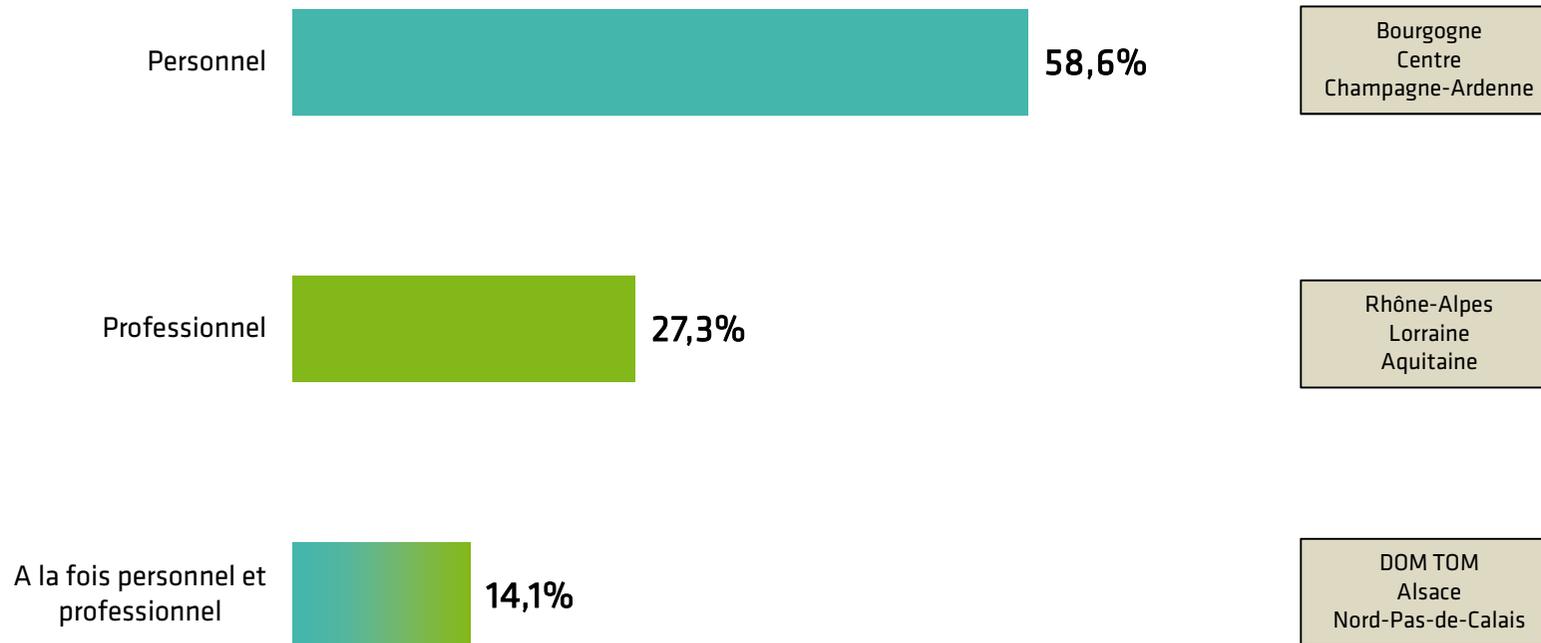
Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes - CRT Paris Île-de-France.

Motif du séjour

Clientèle française



Base : répondants.

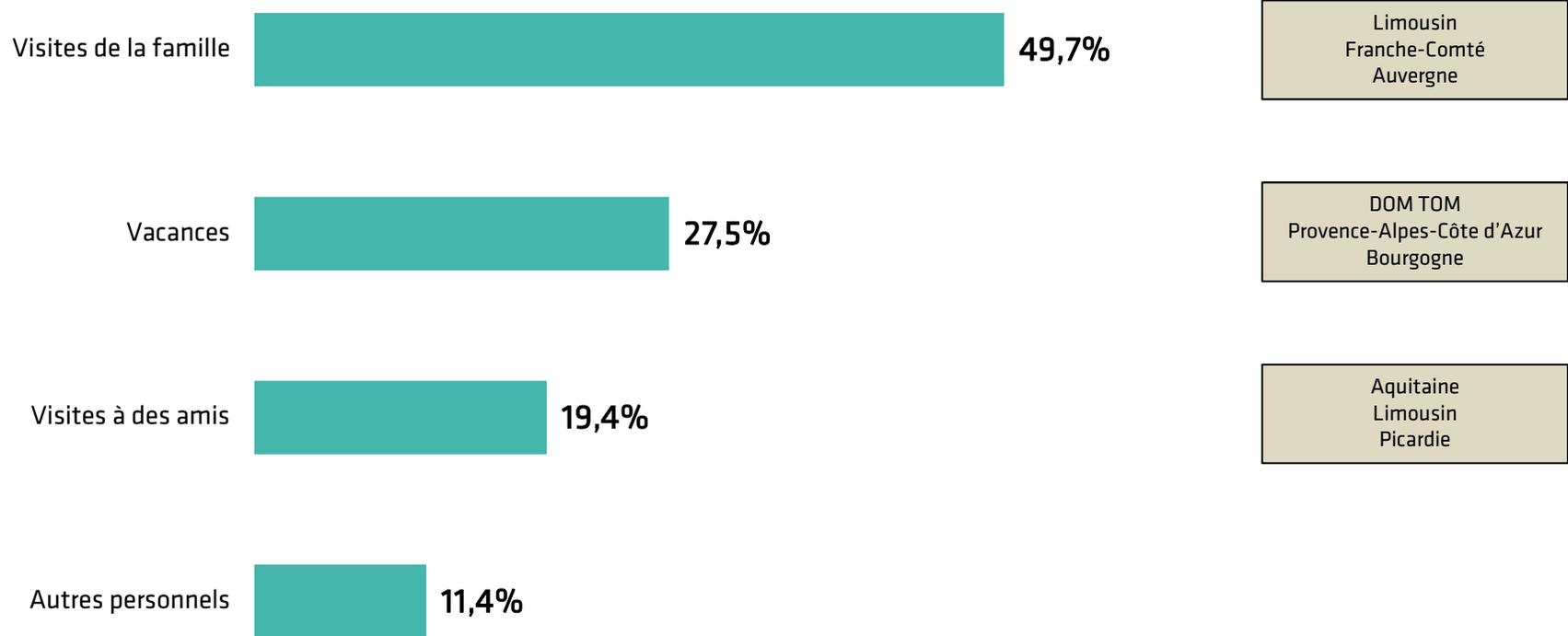
 Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.



Motif personnel détaillé

Clientèle française



Base : répondants – motifs personnels.

 Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Motif professionnel détaillé

Clientèle française



Rhône-Alpes
Nord-Pas-de-Calais
Midi-Pyrénées

DOM TOM
Limousin
Lorraine

DOM TOM
Poitou-Charentes
Franche-Comté

Auvergne
Alsace
Limousin

DOM TOM
Haute-Normandie

Base : répondants - motifs professionnels.

 Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes - CRT Paris Île-de-France.

Type de voyage

Clientèle française

Individuel non organisé



89,6%

Basse-Normandie
Franche-Comté
Bourgogne

Individuel organisé



5,8%

PACA
Rhône-Alpes

Au sein d'un groupe organisé



4,7%

Motif personnel

Motif professionnel

95,2%

77,9%

2,1%

13,3%

2,7%

8,7%

Base : répondants.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Circuits

Clientèle française

Paris Île-de-France uniquement



84,3%

Poitou-Charentes
Centre
Pays de la Loire

Circuits villes françaises



12,9%

DOM TOM
Picardie
Champagne-Ardenne

Circuits villes européennes



3,5%

DOM TOM

Motif personnel

Motif professionnel

83,4%

87,4%

13,4%

10,6%

3,5%

2,2%

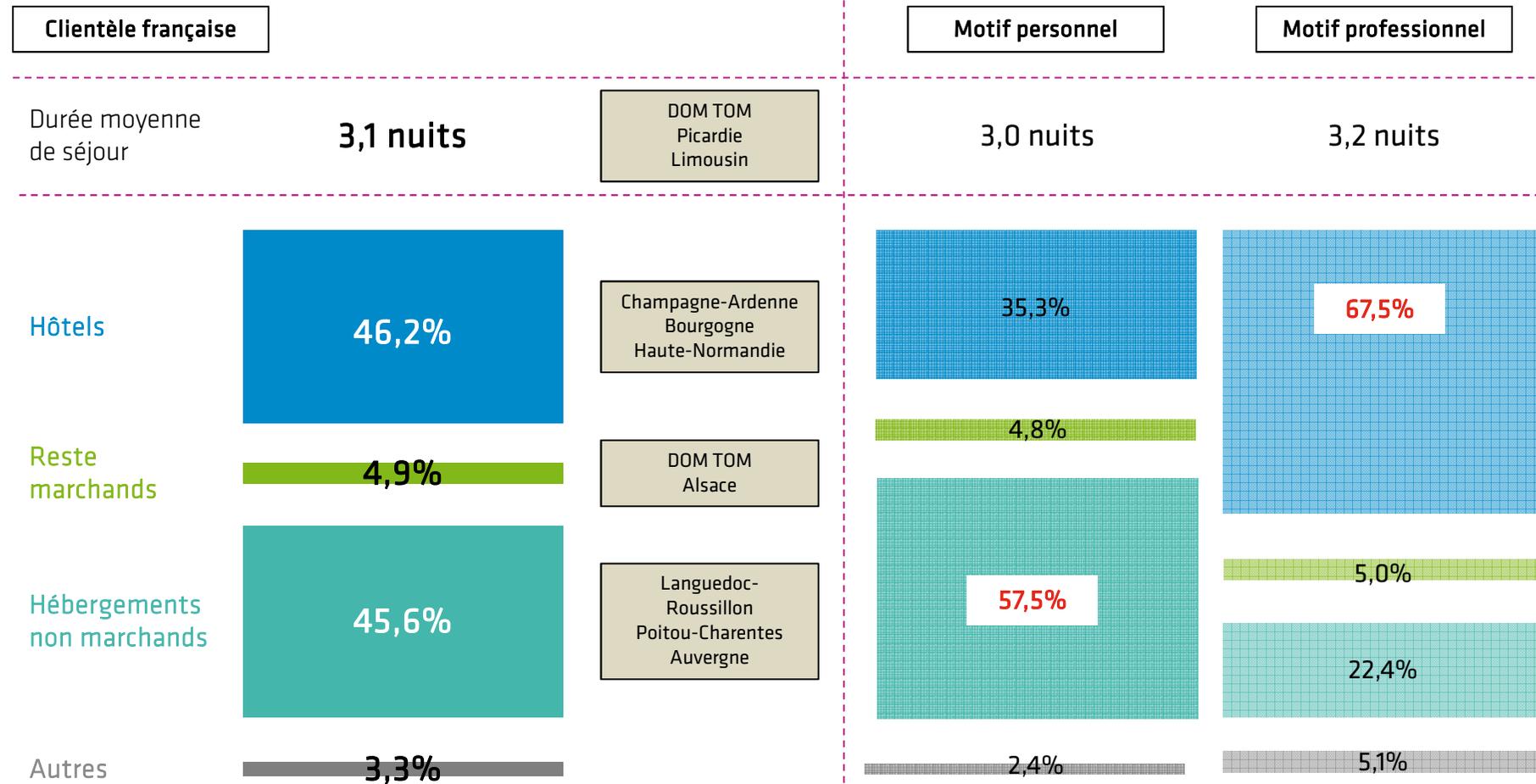
Base : ensemble.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Modes d'hébergement



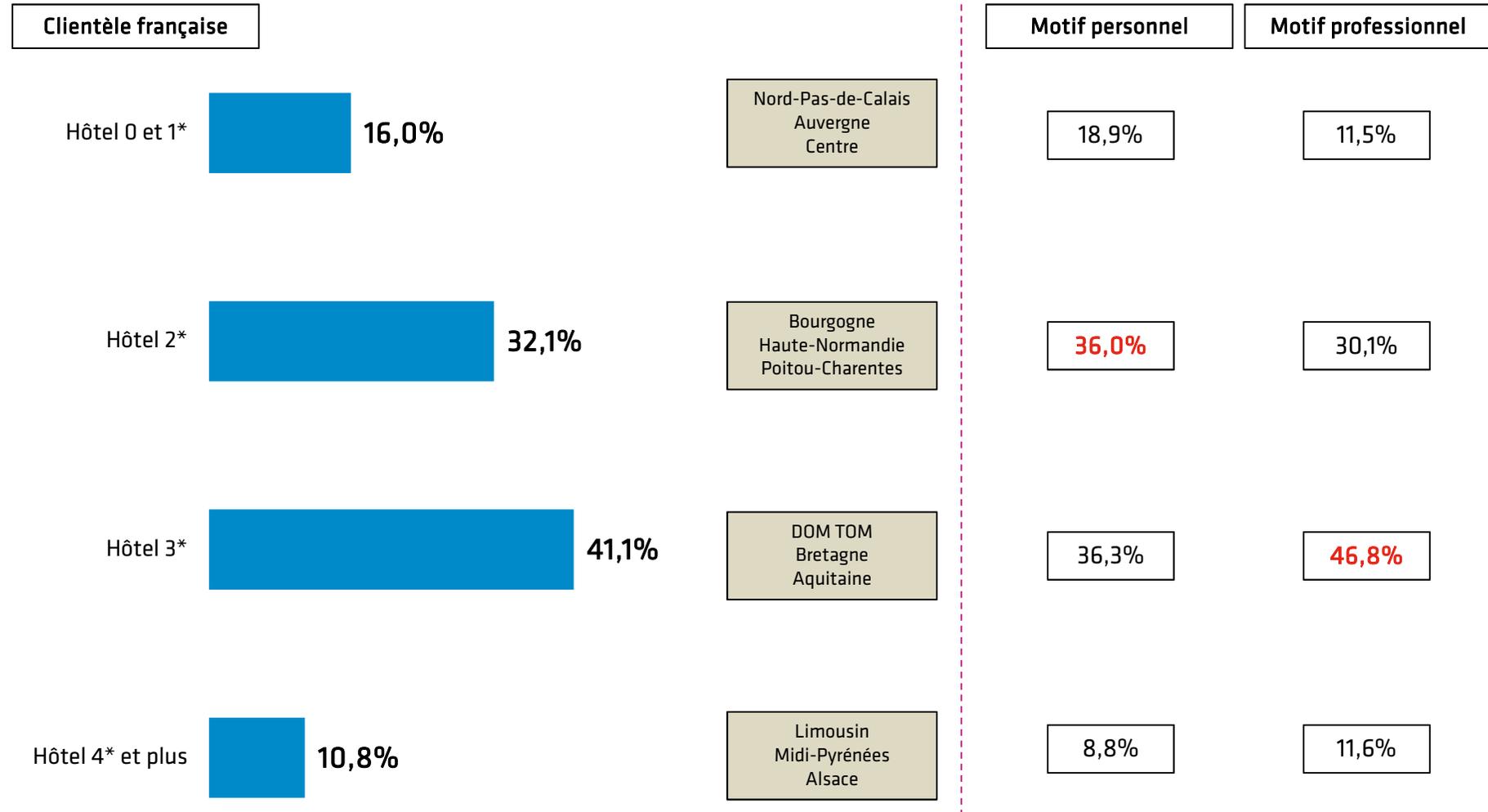
Base : répondants.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Catégories d'hôtels



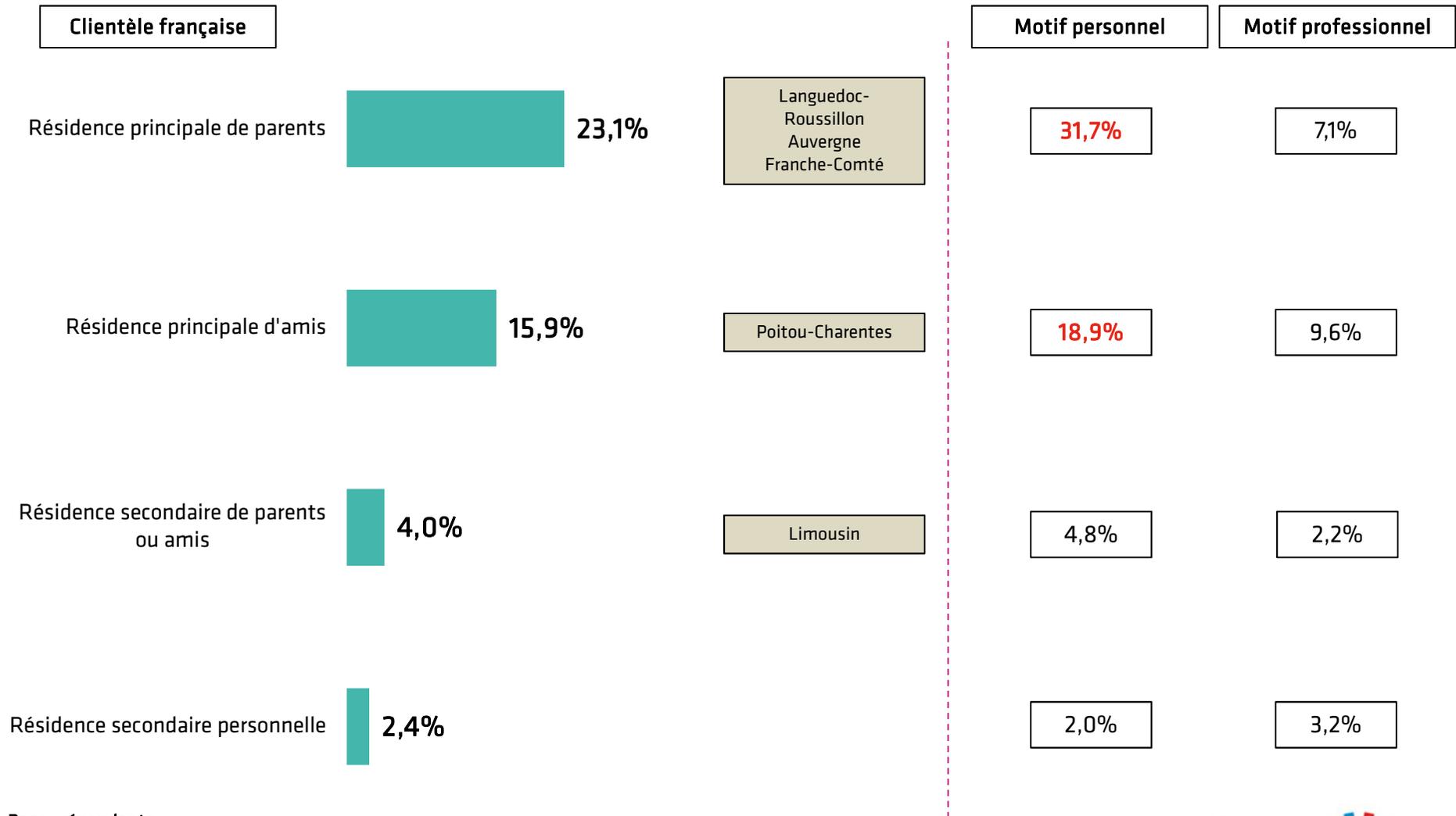
Base : répondants - Séjours hôtels.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes - CRT Paris Île-de-France.

Hébergements non marchands



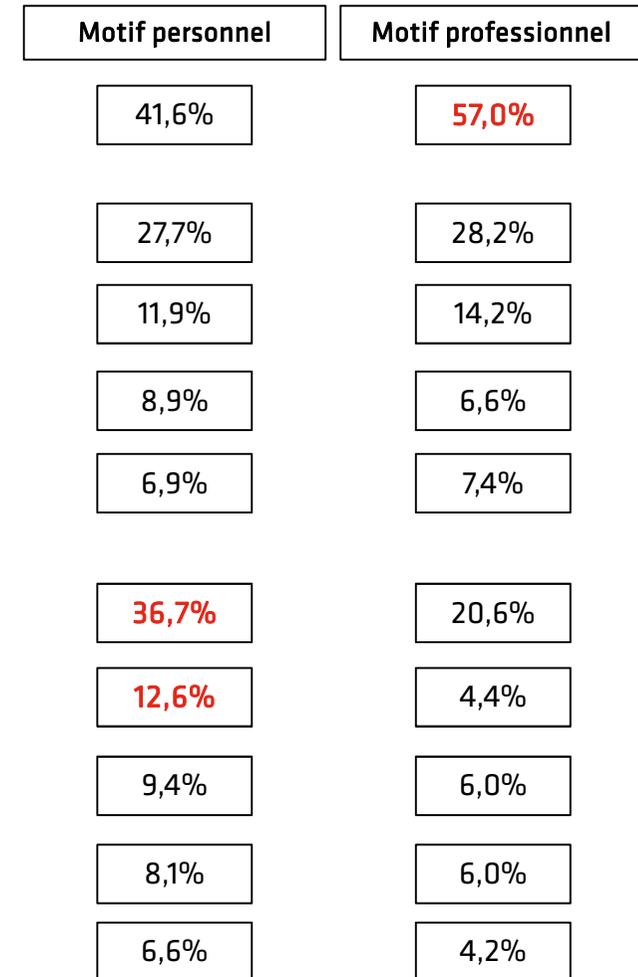
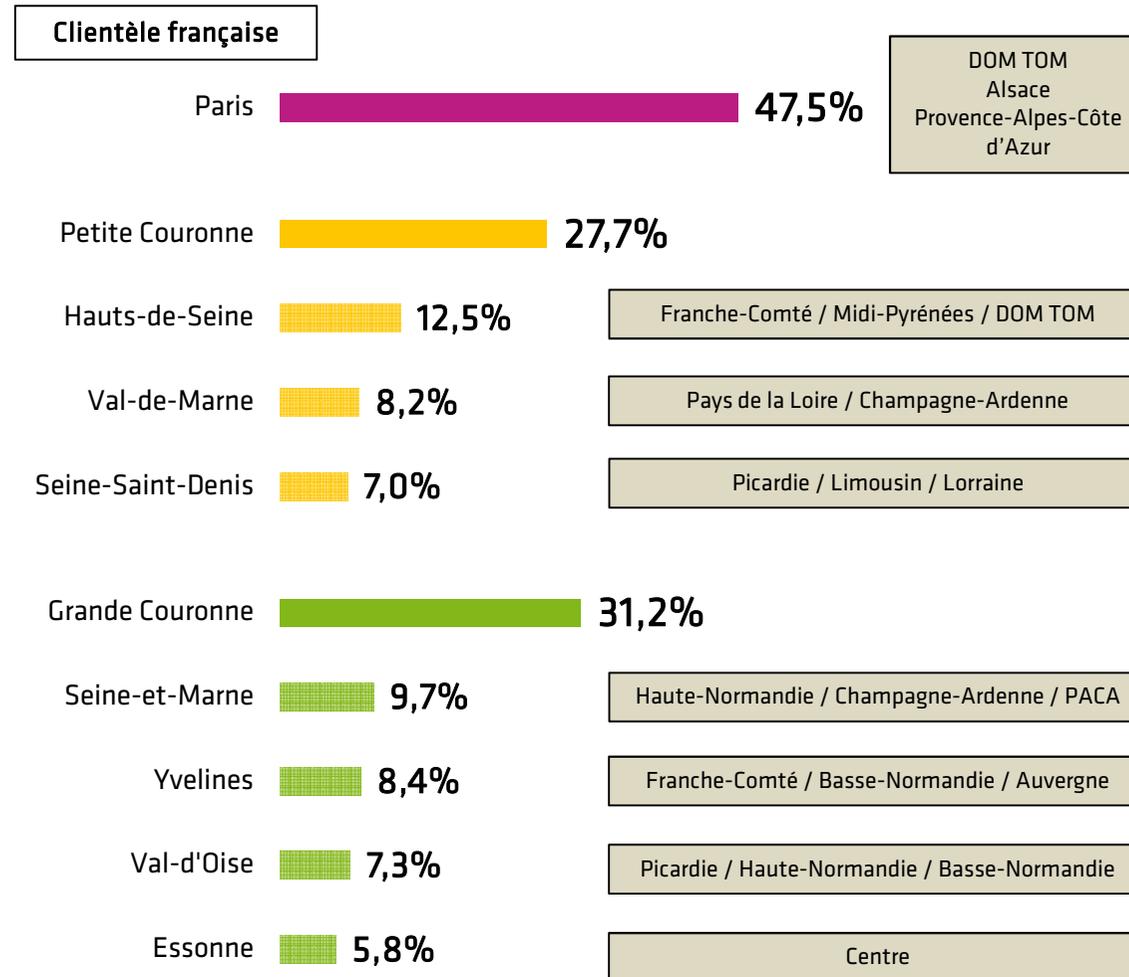
Base : répondants.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Lieux de séjour



Note : les totaux sont supérieurs à 100% en raison de la présence de touristes itinérants.

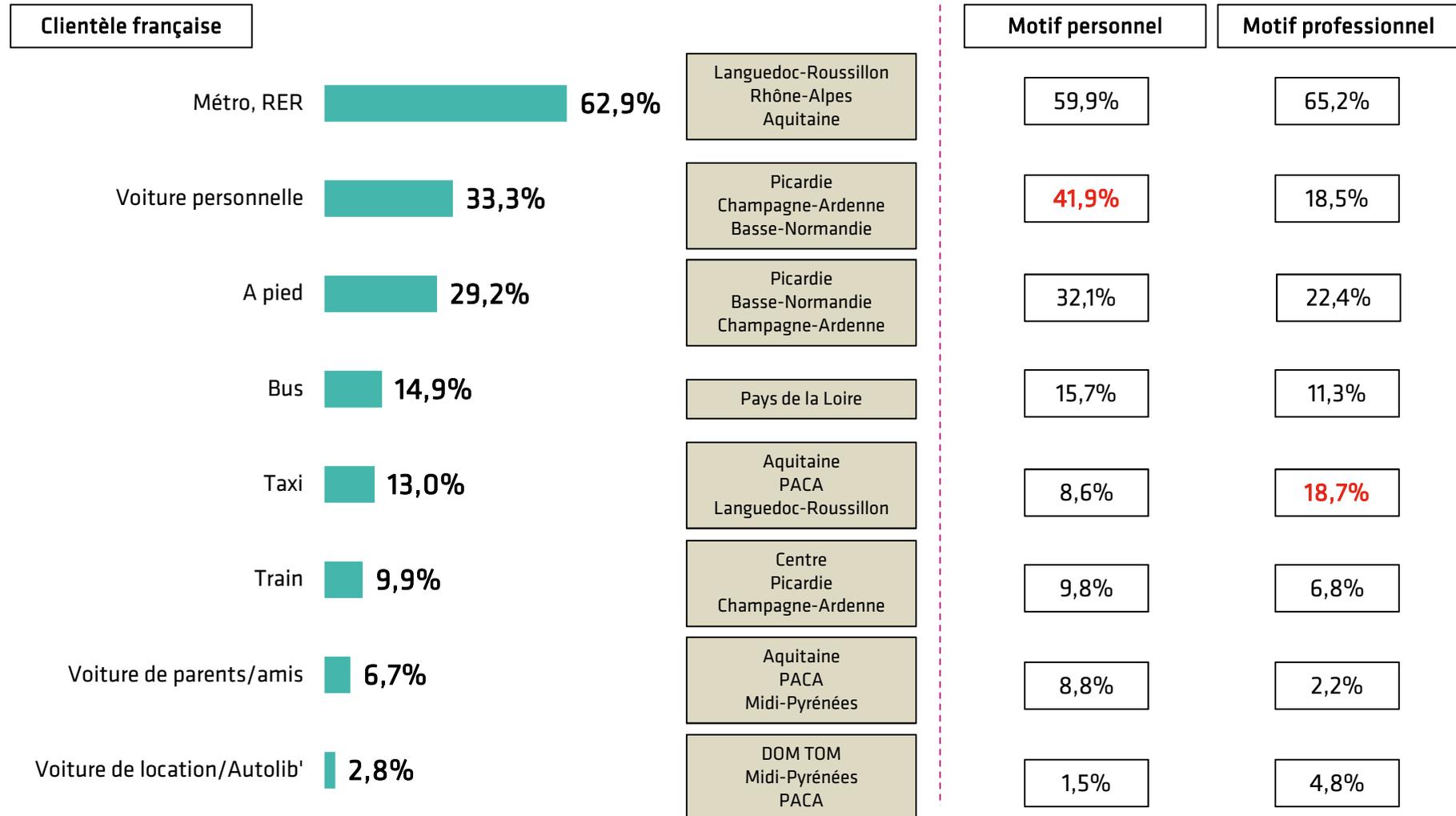
Base : ensemble.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Modes de transport sur place



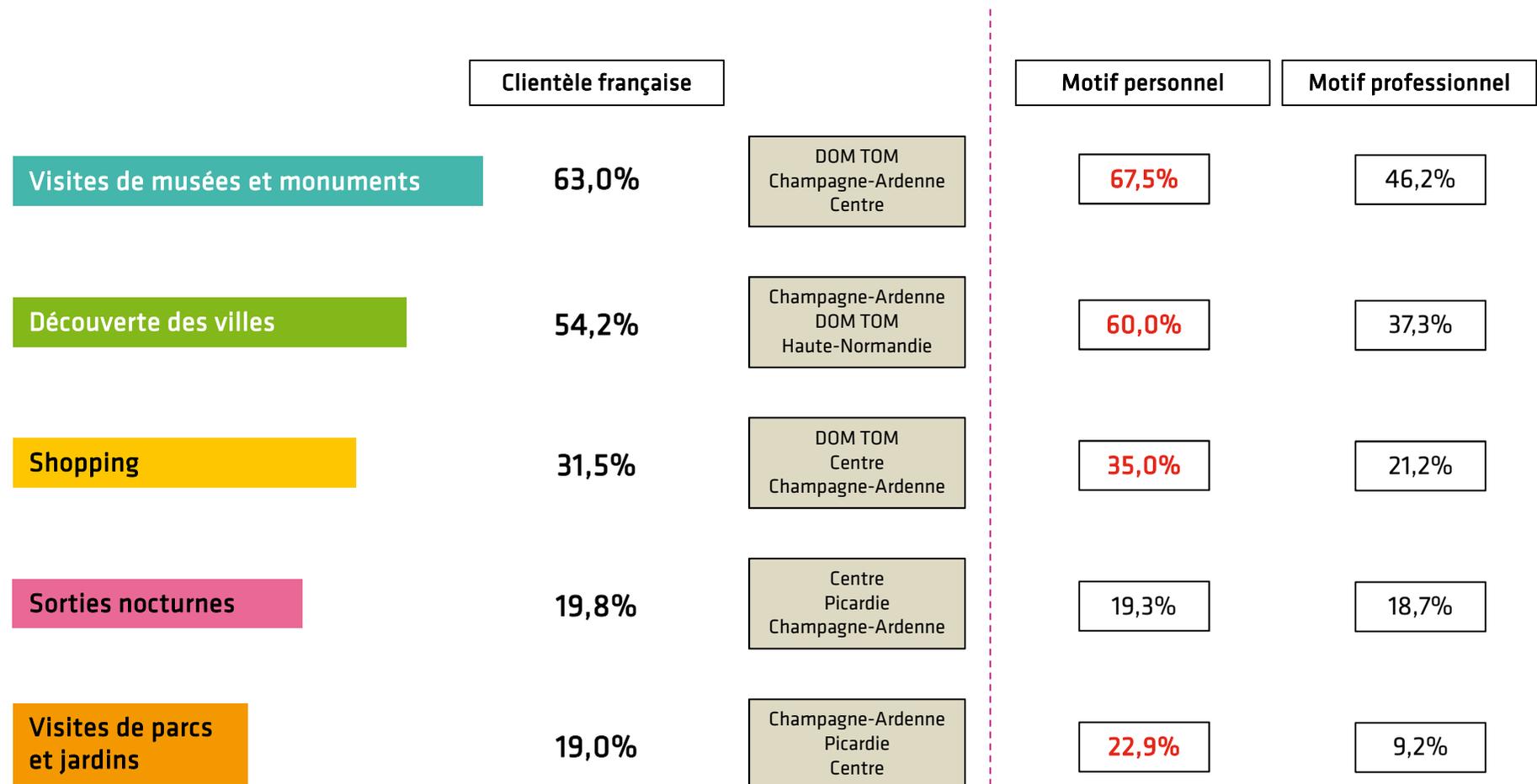
Base : répondants. Plusieurs réponses possibles.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Activités pratiquées



Base : « ont pratiqué au moins une activité ».

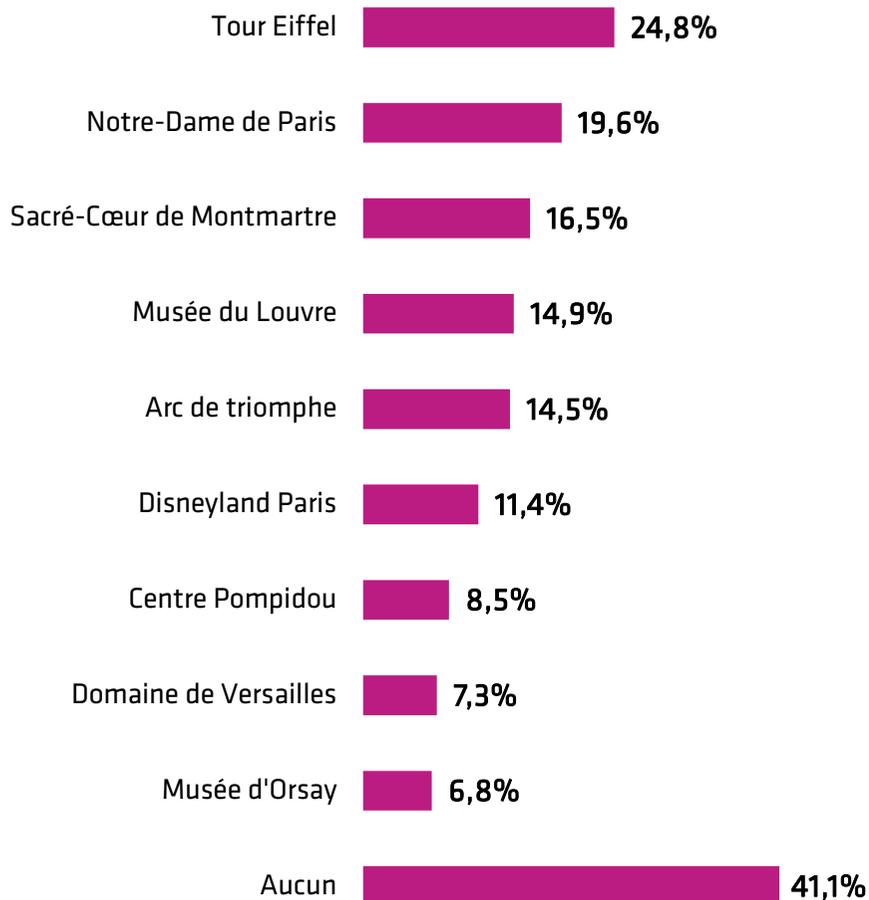
Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

Sites visités

Clientèle française



DOM TOM Champagne-Ardenne Centre
DOM TOM Champagne-Ardenne Picardie
DOM TOM Champagne-Ardenne Picardie
DOM TOM Champagne-Ardenne Picardie
Champagne-Ardenne Centre Bourgogne
DOM TOM Champagne-Ardenne Haute-Normandie
Bourgogne Champagne-Ardenne
Picardie Centre Franche-Comté
Poitou-Charentes
Bretagne Aquitaine Rhône-Alpes

Motif personnel

29,4%

23,1%

19,8%

17,3%

17,5%

13,8%

9,4%

8,4%

7,9%

31,0%

Motif professionnel

13,0%

9,9%

8,2%

7,1%

7,1%

4,4%

4,0%

3,3%

3,6%

66,1%

Base : répondants.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

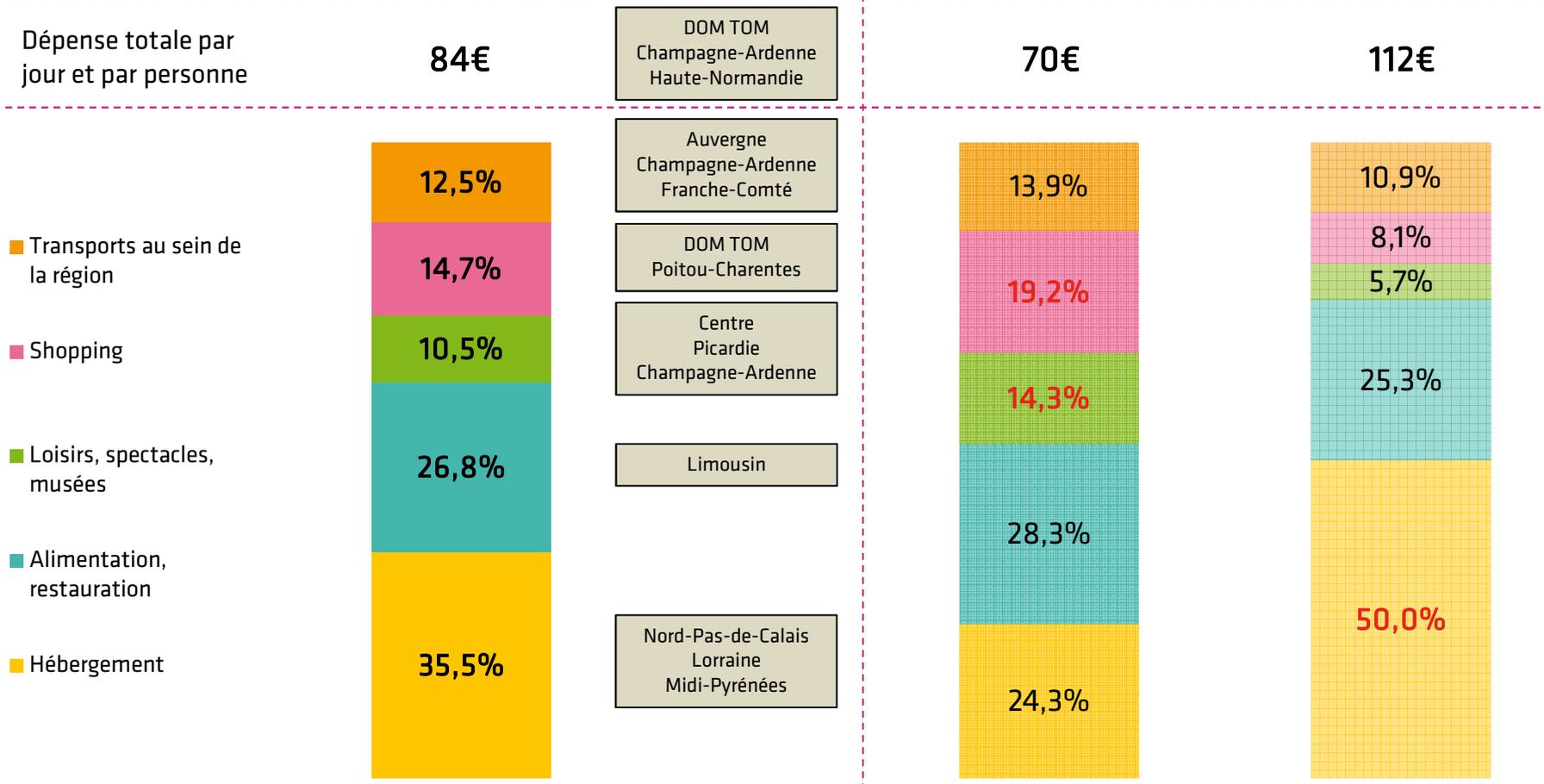
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes - CRT Paris Île-de-France.

Dépenses

Clientèle française

Motif personnel

Motif professionnel



Base : répondants.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

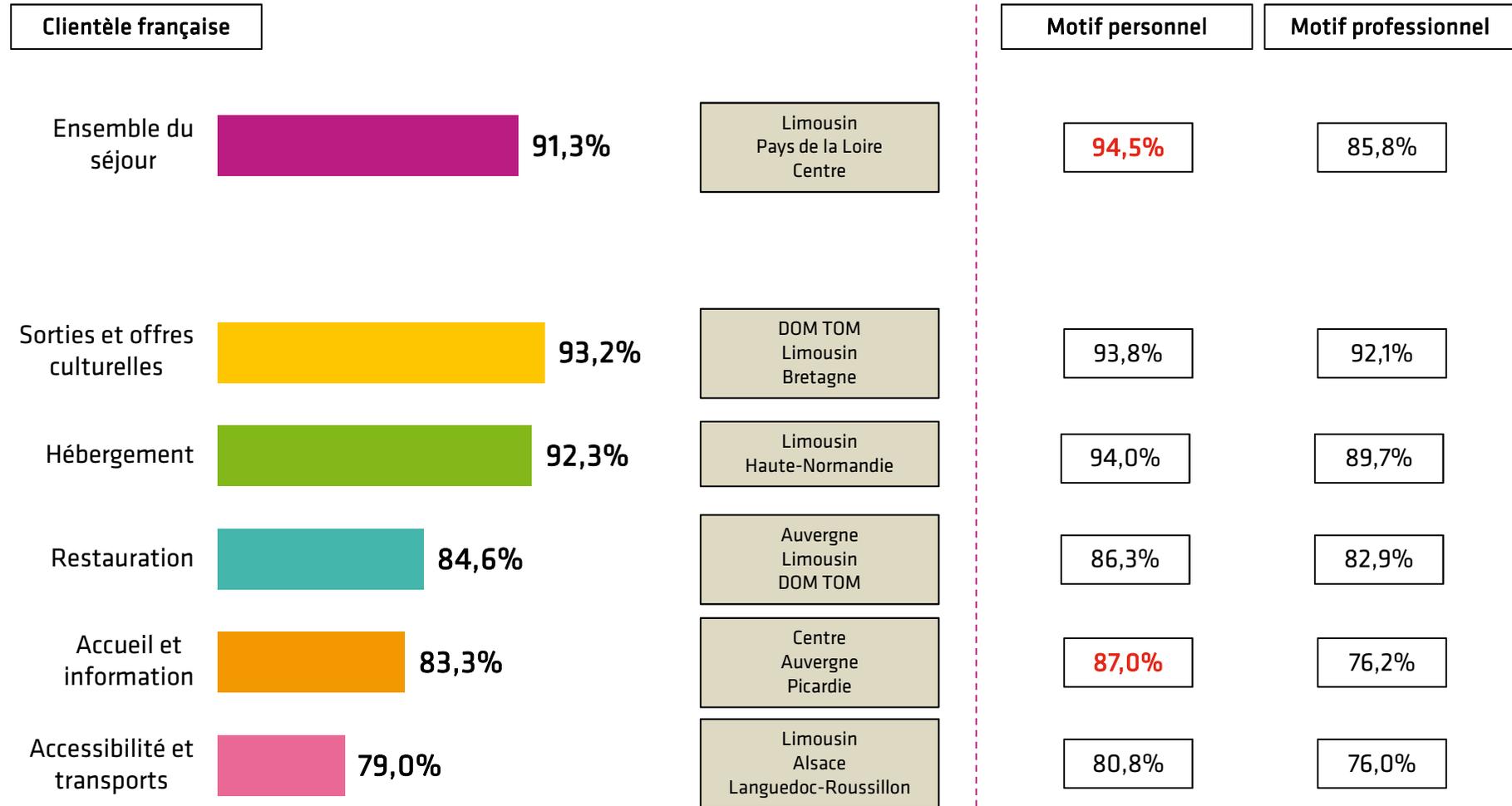
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes - CRT Paris Île-de-France.



Partie 3 : Satisfaction et intention de revisite

Satisfaction

Détail selon les composantes du séjour



Base : répondants.

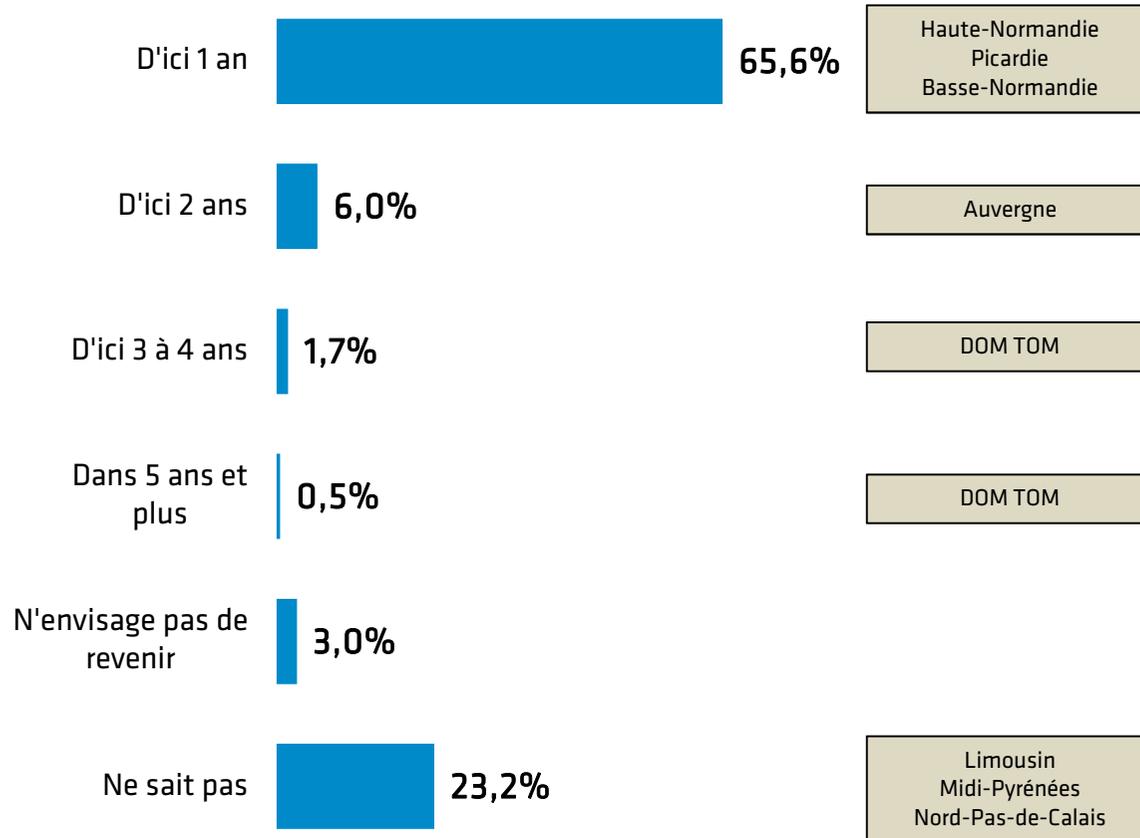
Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

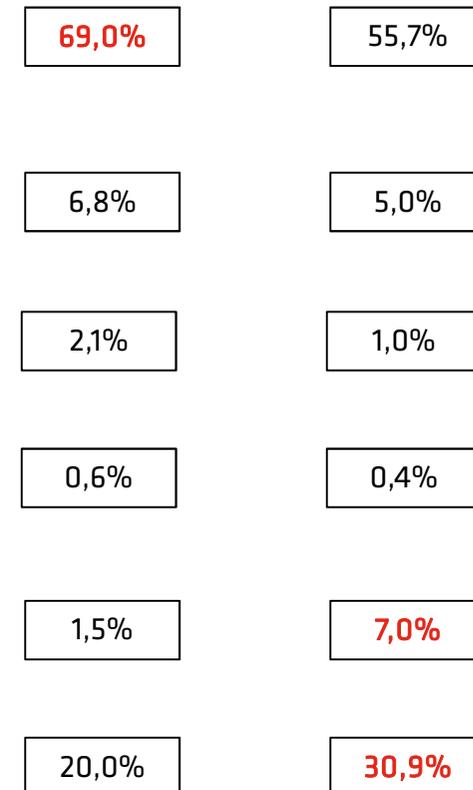
Intention de retour

Clientèle française



Motif personnel

Motif professionnel



Base : répondants.

Chiffre en rouge : surreprésentation des motifs.

■ Surreprésentation des régions par rapport à l'ensemble de la clientèle française.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.



Partie 4 : Synthèse

Les 10 points clés

1

La destination Paris Île-de-France a accueilli 27 millions de touristes français, qui ont généré 86 millions de nuitées et 7 milliards d'euros de consommation touristique. La clientèle française représente 58% des touristes et génère 47% des nuitées ainsi que 32% de la consommation touristique.

2

56,7% d'hommes. Chez les visiteurs venus pour motif professionnel, près de 7 individus sur 10 (68,2%) sont des hommes. 43 ans d'âge moyen.

3

Les régions les mieux représentées : Rhône-Alpes (10,7%), Pays de la Loire (10,0%) et Bretagne (7,7%).

4

Plus de 9 touristes français sur 10 sont des repeaters (94,2%).

5

Près de 6 visiteurs sur 10 viennent pour motifs personnels (58,6%). Les visites de la famille sont la principale raison (49,7%). Les rendez-vous et contacts professionnels (49,8%) sont les premiers motifs de déplacements des visiteurs professionnels.

Les 10 points clés (suite)

6

L'hébergement marchand représente 51,1%. L'hôtel est choisi par 46,2% des visiteurs français, cette proportion est plus élevée pour les professionnels (67,5%). Pour l'hébergement non-marchand, privilégié par les touristes de loisirs (57,5%), les résidences principales de parents arrivent en 1^{ère} position (23,1%).

7

Près de la moitié des touristes ont séjourné à Paris (47,5%) et près d'un tiers en Grande Couronne (31,2%).

8

Plus de 4 touristes français sur 10 (44,9%) viennent seuls, plus de deux visiteurs sur 10 en couple (22,8%) et une proportion comparable en famille (21,4%).

9

La dépense moyenne par jour et par personne est de 84€. Les visiteurs professionnels dépensent plus (112€). Plus d'un tiers de cette dépense est consacrée à l'hébergement (35,5%), plus d'un quart à la restauration (26,8%) et 14,7% au shopping.

10

Le taux de satisfaction global (91,3%) est élevé. Les visiteurs loisirs sont les plus satisfaits (94,5%). Près de 7 touristes français sur 10 (65,6%) ont l'intention de revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.