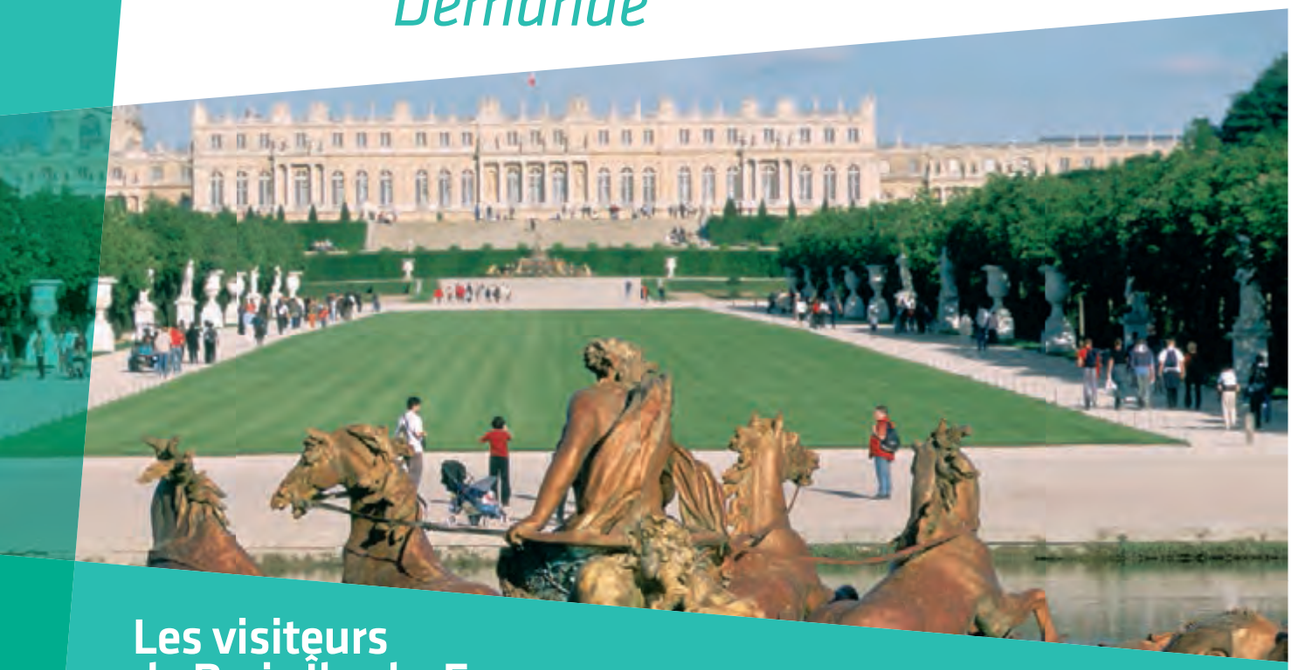


Les visiteurs de Paris Île-de-France

Les visiteurs français et internationaux viennent nombreux à Paris Île-de-France, mais leurs motivations et attentes sont assez différentes.

LA CLIENTÈLE FRANÇAISE

18,3
millions de voyages à Paris Île-de-France

58,8
millions de nuitées à Paris Île-de-France

Des ménages sans enfant issus des grandes agglomérations

- Près de la moitié des touristes français présents à Paris Île-de-France ont entre 35 et 64 ans (49,4 %, -3,2 points par rapport à 2012).
- Près du tiers des touristes sont des inactifs (31,5 %, +1,3 point), mais les cadres et les professions libérales (21,0 %, -1,0 point) ainsi que les professions intermédiaires (18,9 %, +1,4 point) sont également bien représentés.
- Les ménages sans enfant sont largement majoritaires (69,1 %, +2,4 points).
- Plus du tiers des touristes viennent des grandes agglomérations françaises (36,6 %, -1,4 point), mais la part des ruraux est relativement importante (23,2 %, +2,6 points).
- Ils sont principalement originaires de Rhône-Alpes (11,1 %, -1,0 point), d'Île-de-France (10,6 %, -0,7 point), de Provence-Alpes-Côte d'Azur (8,3 %, -1,8 point), de Bretagne (7,6 %, +1,3 point) et des Pays de la Loire (7,1 %, -0,1 point).

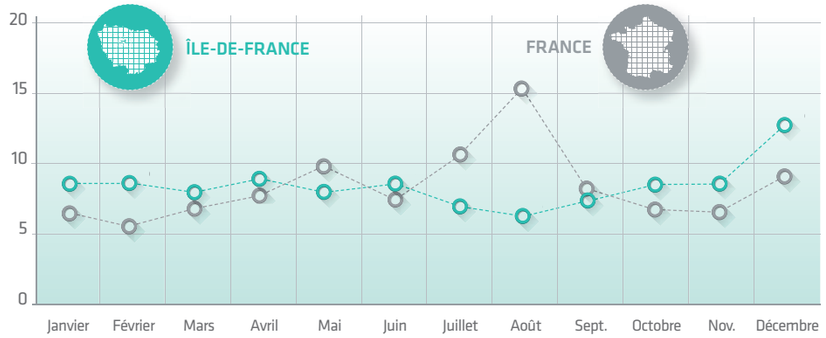
Paris Île-de-France, 2e destination des touristes français

En 2013, les Français ont effectué 225,0 millions de voyages (dont 88,3 % en France) qui ont généré 1252,3 millions de nuitées (dont 81,3 % en France). Le taux de départ en vacances des Français est de 71,9 %. 14,0 % des Français âgés de 15 ans et plus sont venus au moins une fois à Paris Île-de-France au cours de l'année 2013. Paris Île-de-France, avec 9,1 % des voyages effectués en France, se place, comme l'année précédente, au deuxième rang dans le classement des régions d'accueil des touristes français, derrière Rhône-Alpes (11,3 %) et devant Provence-Alpes-Côte d'Azur (8,9 %). Sa part de marché est en très légère baisse (-0,1 point par rapport à 2012).

Destination privilégiée de courts séjours et de voyages d'affaires

Plus des trois quarts des touristes français (75,1 %) sont venus à Paris Île-de-France pour motifs personnels. Toutefois, la part des voyages professionnels (24,9 %) est beaucoup plus importante que sur l'ensemble du territoire français (9,1 %). Paris Île-de-France concentre ainsi plus du quart des voyages professionnels de la clientèle française sur le territoire national (25,1 %). Près des trois quarts des touristes (73,2 %), quel que soit le motif, ont réalisé des voyages d'une durée comprise entre 1 et 3 nuits. La durée moyenne du voyage en Île-de-France (3,2 nuits, -0,1 nuit par rapport à 2012) est moins importante qu'au niveau national (5,1 nuits).

SAISONNALITÉ DES VOYAGES PERSONNELS (EN %)



Forte fréquentation l'hiver

La saisonnalité des voyages pour motifs personnels à Paris Île-de-France est peu marquée comparativement à l'ensemble des destinations touristiques françaises où plus du quart des séjours (25,8 %) ont lieu pendant les mois de juillet et d'août. L'afflux des touristes à Paris Île-de-France a toutefois été plus important au cours des mois de décembre (12,7 %), d'avril (8,9 %) et de janvier (8,6 %). La saison d'hiver est la période où la fréquentation française est la plus importante à Paris Île-de-France (29,6 %, +2,5 points par rapport à 2012) alors qu'en France, les trois mois d'hiver ne concentrent que 20,6 % du nombre total des voyages effectués en 2013.

Forte utilisation de la voiture et du train

Pour plus de la moitié des voyages personnels (52,1 %), la voiture est le principal mode de transport pour venir à Paris Île-de-France. Néanmoins, la part des voyages en train (41,4 %) est beaucoup plus importante qu'au niveau national (14,4 %). Par rapport à l'année précédente, le recours à la voiture est en baisse (-2,4 points) au profit des voyages en train (+2,4 points). Les autres modes de transport bénéficient d'une utilisation plus limitée (6,5 %). À noter que les voyageurs qui ont séjourné à Paris ont eu plus souvent recours au train (66,1 %) que ceux de la petite et de la grande couronne qui ont privilégié la voiture (respectivement 52,0 % et 70,9 %).

Internet, principal canal de réservation

Les voyages personnels à Paris Île-de-France comportent plus souvent des services et prestations touristiques réservés à l'avance (52,2 %) que les voyages concernant les autres destinations françaises (39,5 %). Les réservations portent sur le transport (73,4 %), l'hébergement (47,3 %) ainsi que les activités sur le lieu du séjour (35,0 %). Plus de 8 réservations sur 10 (80,7 %) sont réalisées directement auprès des prestataires de services touristiques, dans la majorité des cas par Internet (79,6 %, +3,0 points par rapport à 2012). Le recours à Internet en tant que moyen de réservation est plus important que dans le cas des voyages à destination du reste de la France (67,8 %).

Prédominance de l'hébergement non marchand

Près des trois quarts des touristes venus pour motifs personnels (73,9 %) ont recours à l'hébergement non marchand, principalement chez des parents (52,8 %) ou des amis (17,3 %). Toutefois, la part de l'hôtel (21,5 %) reste très nettement supérieure à celle enregistrée au niveau national (9,8 %). Par rapport à l'année précédente, la part de l'hébergement non marchand est en baisse (-1,0 point) au profit notamment des séjours à l'hôtel (+0,8 point). À noter que les voyageurs qui ont séjourné à Paris ont en priorité eu recours à l'hôtel (34,9 %), alors que ceux de la petite et de la grande couronne ont privilégié l'hébergement chez la famille (62,3 %).

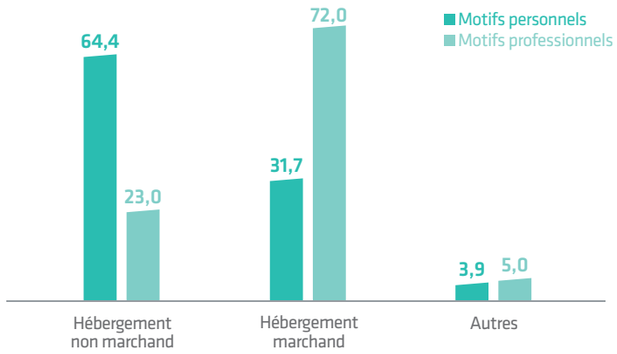
Source : TNS SOFRES.

LA CLIENTÈLE FRANÇAISE VENUE EN AVION ET EN TRAIN

Davantage de séjours personnels

Près de la moitié des touristes français (47,3 %) voyagent pour motifs personnels, principalement pour voir leurs familles (45,8 %) mais aussi pour passer des vacances (27,2 %) et pour voir des amis (23,7 %). Plus du tiers des visiteurs français (35,9 %) sont venus à Paris Île-de-France pour motifs professionnels, principalement pour des rendez-vous et contacts professionnels (52,1 %) ainsi que pour des études, stages et formations (20,6 %). Près de 2 Français sur 10 (16,8 %) ont déclaré être venus à Paris Île-de-France à la fois pour raisons professionnelles et personnelles.

MODE D'HÉBERGEMENT SELON LES MOTIFS DU SÉJOUR (EN %)



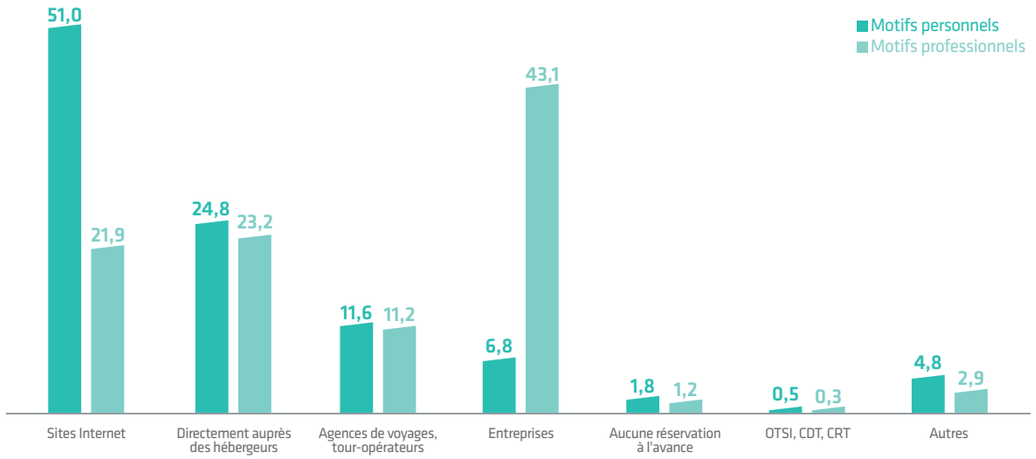
Des séjours organisés par le visiteur lui-même ou par l'entreprise

Pour s'informer sur l'hébergement, les touristes ont principalement recours à Internet (34,5 %). Ils font également appel à leurs entreprises (29,8 %) ou s'informent directement auprès des hébergeurs (17,9 %). Les réservations se réalisent principalement par l'intermédiaire d'Internet (33,0 %) mais également avec leurs entreprises (30,3 %) ou auprès des hébergeurs (23,6 %).

Prédominance de l'hébergement marchand

Près de la moitié des visiteurs français (49,1 %) ont séjourné dans un hébergement marchand, principalement à l'hôtel (44,7 %). Les établissements 3 étoiles (46,4 %) et 2 étoiles (30,2 %) ont accueilli la plupart des touristes séjournant à l'hôtel. Les résidences principales de parents (20,7 %) ou d'amis (17,9 %) sont les types d'hébergements non marchands les plus utilisés.

MOYENS DE RÉSERVATION SELON LES MOTIFS DU SÉJOUR (EN %)



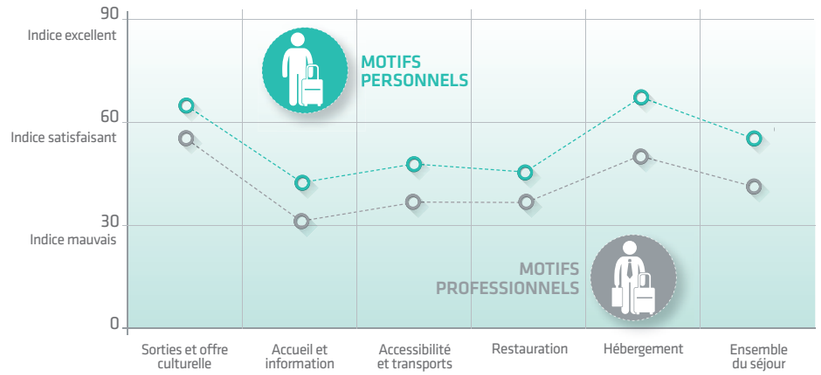
Des visites culturelles pour plus de la moitié des séjours

Près de 6 touristes sur 10 ont visité les musées et les monuments (56,2 %) et 16,4 % ont assisté à un évènement culturel ou à une exposition. Ils ont également été nombreux à découvrir les villes, se promener ou flâner (49,3 %), faire du shopping (27,5 %), sortir la nuit (18,4 %) ou assister à des spectacles et concerts (15,7 %). Les principaux sites touristiques visités par la clientèle française sont : la tour Eiffel (17,1 %), Notre-Dame de Paris (15,1 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (12,3 %) et le musée du Louvre (12,2 %).

Une satisfaction importante mais à nuancer

La plupart des touristes français sont satisfaits (90,6 %) de leurs séjours à Paris Île-de-France. La diversité de l'offre culturelle (96,2 %), les musées (95,3 %), les évènements et les spectacles (93,5 %), les monuments (93,1 %) ainsi que les expositions (93,0 %) sont les éléments de la destination dont les touristes sont les plus satisfaits. Toutefois, ils sont assez critiques par rapport à certains aspects de leur voyage : la propreté des villes et des sites (51,1 % d'insatisfaits), le rapport qualité-prix des sorties et offres culturelles (47,9 %), le rapport qualité-prix de la restauration (39,5 %), l'accueil des habitants de la région (35,9 %), les taxis (34,5 %) et la sécurité dans la ville (34,2 %).

NIVEAU DE SATISFACTION SELON LES MOTIFS DU SÉJOUR



Indice de satisfaction = % très satisfaits + 1/2 % satisfaits – 1/2 % insatisfaits – % très insatisfaits

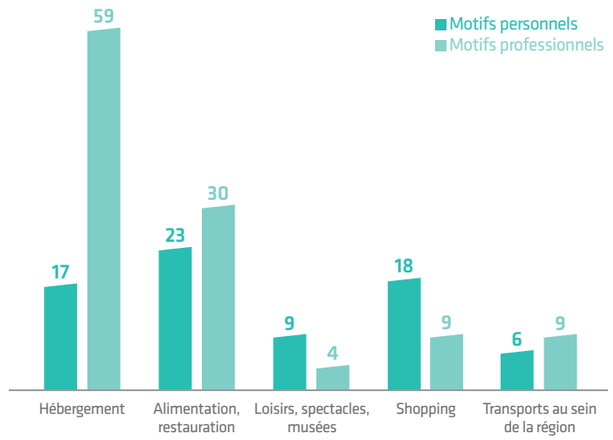
Des touristes fidèles, ambassadeurs de la destination

Plus de 9 touristes sur 10 (95,0 %) sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années. Près des deux tiers des touristes (64,1 %) ont l'intention de revenir à Paris Île-de-France dans les 2 prochaines années. Plus de 9 touristes sur 10 (93,8 %) recommanderaient la destination à leur entourage.

L'hébergement et la restauration : principaux postes de dépense

Les touristes français ont dépensé en moyenne 88 € par jour et par personne. Plus des deux tiers de cette dépense est allouée à l'hébergement (37,8 %) et à la restauration (29,3 %).

DÉPENSE MOYENNE PAR JOUR ET PAR PERSONNE SELON LES MOTIFS DU SÉJOUR (EN €)



LA CLIENTÈLE FRANÇAISE VENUE EN AVION ET EN TRAIN

RHÔNES-ALPES

Population : **6,4 millions** d'habitants, 10,0 % de la population française métropolitaine

PIB par habitant : **30 943 €**, 2e région française

Part de marché : **14,8 %** des touristes français venus en avion et en train

Durée moyenne de séjour	**3,1 nuits**	-0,3 pt
Motifs professionnels	**43,1 %**	+7,1 pts
Repeaters	**93,6 %**	-1,4 pt
Information par les entreprises	**34,8 %**	+5,0 pts
Réservation par les entreprises	**35,6 %**	+5,4 pts
Visites de musées et monuments	**51,2 %**	-5,1 pts
Hébergement marchand	**54,9 %**	+5,8 pts
Satisfaction globale	**91,5 %**	+0,8 pt
Dépense moyenne par jour et par personne	**84 €**	-4,2 %
Intention de revisite d'ici 2 ans	**63,1 %**	-1,0 pt

Consommation touristique : **356,7 millions d'euros** (12,8 % du montant généré par l'ensemble de la clientèle française venue en avion et en train)

CE QU'ILS ONT LE PLUS AIMÉ

1 LA DIVERSITÉ DE L'OFFRE CULTURELLE
2 LES MUSÉES
3 LES EXPOSITIONS
4 LES MONUMENTS
5 LES ÉVÈNEMENTS ET LES SPECTACLES

CE QU'ILS ONT LE MOINS AIMÉ

1 LE RAPPORT QUALITÉ-PRIX DES SORTIES ET DE L'OFFRE CULTURELLE
2 LA PROPRETÉ DES SITES ET DES VILLES
3 LE RAPPORT QUALITÉ-PRIX DE LA RESTAURATION
4 LES TAXIS
5 L'ACCUEIL DES HABITANTS DE LA RÉGION

43,1 %
l'une des proportions les plus importantes de clientèles d'affaires

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Population : **4,9 millions** d'habitants, 7,8 % de la population française métropolitaine

PIB par habitant : **28 861 €**, 3e région française

Part de marché : **11,3 %** des touristes français venus en avion et en train

Durée moyenne de séjour	**3,0 nuits**	-0,5 pt
Motifs personnels	**48,2 %**	+0,9 pt
Repeaters	**92,9 %**	-2,2 pts
Information par des sites Internet	**33,7 %**	-0,8 pt
Réservation par des sites Internet	**31,2 %**	-1,8 pt
Visites de musées et monuments	**51,7 %**	-4,5 pts
Hébergement marchand	**56,4 %**	+7,3 pts
Satisfaction globale	**89,8 %**	-0,8 pt
Dépense moyenne par jour et par personne	**107 €**	+22,2 %
Intention de revisite d'ici 2 ans	**65,0 %**	+0,9 pt

Consommation touristique : **332,2 millions d'euros** (11,9 % du montant généré par l'ensemble de la clientèle française venue en avion et en train)

CE QU'ILS ONT LE PLUS AIMÉ

1 LA DIVERSITÉ DE L'OFFRE CULTURELLE
2 LES MUSÉES
3 LES MONUMENTS
4 LES ÉVÈNEMENTS ET LES SPECTACLES
5 L'ACCUEIL DANS LES HÉBERGEMENTS

CE QU'ILS ONT LE MOINS AIMÉ

1 LE RAPPORT QUALITÉ-PRIX DES SORTIES ET DE L'OFFRE CULTURELLE
2 LA PROPRETÉ DES SITES ET DES VILLES
3 LE RAPPORT QUALITÉ-PRIX DE LA RESTAURATION
4 L'ACCUEIL DES HABITANTS DE LA RÉGION
5 LA SÉCURITÉ

16,1 %
la proportion la plus importante de touristes voyageant en famille

PAYS DE LA LOIRE

Population : **3,7 millions** d'habitants, 5,7 % de la population française métropolitaine

PIB par habitant : **27 775 €**, 6e région française

Part de marché : **7,6 %** des touristes français venus en avion et en train

Durée moyenne de séjour	**3,3 nuits**	-0,2 pt
Motifs personnels	**51,9 %**	+4,6 pts
Repeaters	**96,4 %**	+1,4 pt
Information par des sites Internet	**33,2 %**	-1,3 pt
Réservation par des sites Internet	**31,7 %**	-1,3 pt
Visites de musées et monuments	**57,3 %**	+1,0 pt
Hébergement non marchand	**53,4 %**	+6,8 pts
Satisfaction globale	**93,5 %**	+2,8 pts
Dépense moyenne par jour et par personne	**77 €**	-12,3 %
Intention de revisite d'ici 2 ans	**67,0 %**	+2,9 pts

Consommation touristique : **176,4 millions d'euros** (6,3 % du montant généré par l'ensemble de la clientèle française venue en avion et en train)

CE QU'ILS ONT LE PLUS AIMÉ

1 LES MUSÉES
2 LA DIVERSITÉ DE L'OFFRE CULTURELLE
3 LES ÉVÈNEMENTS ET LES SPECTACLES
4 L'ACCUEIL DANS LES HÉBERGEMENTS
5 LE SHOPPING

CE QU'ILS ONT LE MOINS AIMÉ

1 LA PROPRETÉ DES SITES ET DES VILLES
2 LE RAPPORT QUALITÉ-PRIX DES SORTIES ET DE L'OFFRE CULTURELLE
3 LE RAPPORT QUALITÉ-PRIX DE LA RESTAURATION
4 L'ACCUEIL DES HABITANTS DE LA RÉGION
5 LES TAXIS

53,4 %
l'une des proportions les plus importantes de touristes en hébergement non marchand

Dans les tableaux, les chiffres sur fond vert correspondent au comparatif par rapport à l'ensemble de la clientèle française venue en avion et en train.

SUGGESTIONS

- Continuer à développer la diversité de l'offre culturelle.
- Proposer des services de qualité à des prix attractifs pour des touristes français très exigeants et repeaters.
- Communiquer par des promotions de dernière minute par Internet afin d'inciter les clientèles de proximité à venir.
- Mener des campagnes de communication à destination des habitants de Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Pays de la Loire, Bretagne et Aquitaine.

L'ensemble des clientèles françaises venues en avion et en train

- **9,2 millions de séjours,** soit 37,9 % des séjours des clientèles française et internationale venues en avion et en train.
- **31,9 millions de nuitées**, soit 28,0 % des nuitées des clientèles française et internationale venues en avion et en train.
- **3,5 nuits** en moyenne.
- **47,3 %** viennent pour motifs personnels.
- **95,0 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- **34,5 %** se sont informés sur leur hébergement par des sites Internet.
- **33,0 %** ont réservé leur hébergement par des sites Internet.
- **56,2 %** ont réalisé des visites de musées et monuments.
- **49,1 %** ont séjourné dans un hébergement marchand.
- **90,6 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- **88 €** de dépense moyenne par jour et par personne.
- **64,1 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 2 ans.

Sources : INSEE – dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports et dans les trains - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD (BVA) – résultats 2013.