

LES VISITEURS DE PARIS ÎLE-DE-FRANCE

LA DIVERSITÉ DES CLIENTÈLES PRÉSENTES À PARIS ÎLE-DE-FRANCE CONSTITUE UN VÉRITABLE ATOUT POUR LA DESTINATION.

LA CLIENTÈLE FRANÇAISE



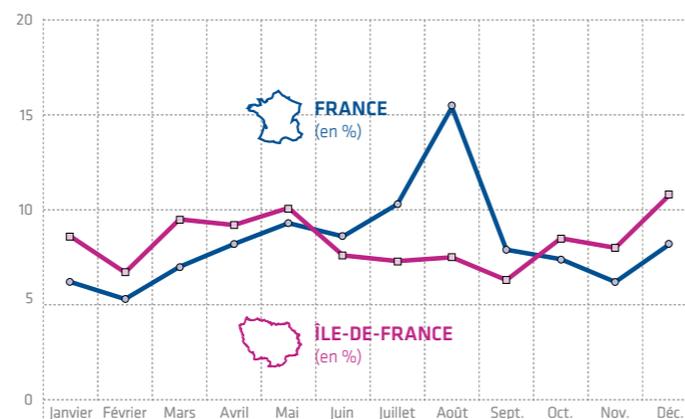
PARIS ÎLE-DE-FRANCE, 2^e DESTINATION DES TOURISTES FRANÇAIS

Le taux de départ en vacances des Français est de 71,1% (-0,8 point par rapport à 2013). 13,8% (-0,2 point) des Français âgés de 15 ans et plus sont venus au moins une fois à Paris Île-de-France au cours de l'année 2014. Paris Île-de-France, avec 8,9% des voyages effectués en France, se place, comme en 2013, au deuxième rang dans le classement des régions d'accueil des touristes français, derrière Rhône-Alpes (11,4%) et devant Provence-Alpes-Côte d'Azur (8,5%). Sa part de marché est en légère baisse (-0,3 point).

DESTINATION PRIVILÉGIÉE DE COURTS SÉJOURS ET DE VOYAGES D'AFFAIRES

Paris Île-de-France est la principale destination de tourisme d'affaires en France. Elle concentre ainsi près du quart des voyages professionnels de la clientèle française sur le territoire national (24,7%, -0,2 point par rapport à 2013). Près des trois quarts des touristes (72,6%, -0,6 point) ont réalisé des voyages d'une durée comprise entre 1 et 3 nuits. La durée moyenne du voyage en Île-de-France (3,3 nuits, +0,1 nuit) est moins importante qu'au niveau national (5,1 nuits).

SAISONNALITÉ DES VOYAGES PERSONNELS



FRÉQUENTATION PLUS IMPORTANTE AU COURS DU 4^e TRIMESTRE

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 (25,7%) ont lieu pendant les mois de juillet et août. L'afflux des touristes à Paris Île-de-France a toutefois été plus important au cours des mois de décembre (10,8%), mai (10,1%) et mars (9,5%). Plus du quart des voyages personnels à Paris Île-de-France (27,3%, -1,7 point) se sont déroulés au cours du 4^e trimestre alors qu'en France, les trois derniers mois de l'année ne concentrent que 21,8% du nombre total des voyages effectués en 2014.

FORTE UTILISATION DE LA VOITURE ET DU TRAIN

Pour plus de la moitié des voyages personnels (50,7%), la voiture est le principal mode de transport pour venir à Paris Île-de-France. Néanmoins, la part des voyages en train (42,9%) est beaucoup plus importante qu'au niveau national (14,7%). Par rapport à l'année précédente, le recours à la voiture est en baisse (-1,4 point) au profit des voyages en train (+1,5 point). Les autres modes de transport bénéficient d'une utilisation plus limitée (6,4%, -0,1 point). Le train est privilégié par les voyageurs qui ont séjourné à Paris (65,0%) et en Petite Couronne (47,2%) alors qu'en Grande Couronne le mode principal de transport utilisé par les touristes est la voiture (70,5%).

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 (51,8%, -0,4 point par rapport à 2013) que les voyages concernant les autres destinations françaises (39,4%). Les réservations portent sur le transport (73,9%, +0,5 point), l'hébergement (45,5%, -1,8 point) ainsi que les activités sur le lieu du séjour (36,0%, +1,0 point). Plus des trois quarts des réservations (77,6%, -3,1 points) sont réalisées directement

auprès des prestataires de services touristiques, dans la majorité des cas par Internet (80,3%, +0,7 point). 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 (68,5%).

DES MÉNAGES SANS ENFANT ISSUS DES GRANDES AGGLOMÉRATIONS

- Plus de la moitié des touristes français présents à Paris Île-de-France sont des femmes (52,3%, +3,3 points par rapport à 2013), âgées de 35 à 64 ans (49,5%, +0,1 point).
- Près d'un tiers des touristes sont des inactifs (31,3%, -0,2 point), mais les cadres et les professions libérales (23,0%, +2,0 points) ainsi que les professions intermédiaires (19,7%, +0,8 point) sont également bien représentés.
- Les ménages sans enfant sont largement majoritaires (67,7%, -1,4 point).
- Près de 4 touristes sur 10 viennent des grandes agglomérations françaises (37,8%, +1,2 point) mais la part des ruraux est relativement importante (22,3%, -0,9 point).
- Ils sont principalement originaires de Rhône-Alpes (12,1%, +1,0 point), d'Île-de-France (11,5%, +0,9 point) et de Provence-Alpes-Côte d'Azur (9,6%, +1,3 point).



DES SÉJOURS POUR RENDRE VISITE À SA FAMILLE

➤ Plus de la moitié des touristes français (62,2 %) voyagent pour motifs personnels, principalement pour voir leur famille (47,5 %) mais aussi pour passer des vacances (26,7 %) et pour voir des amis (19,4 %). Près d'un quart des visiteurs français (24,0 %) est venu à Paris Île-de-France pour motifs professionnels, principalement pour des rendez-vous et contacts professionnels (48,0 %) ainsi que pour des séminaires et autres événements d'entreprises (18,1 %). Enfin, 13,8 % des touristes français ont déclaré être venus à Paris Île-de-France à la fois pour raisons professionnelles et personnelles.

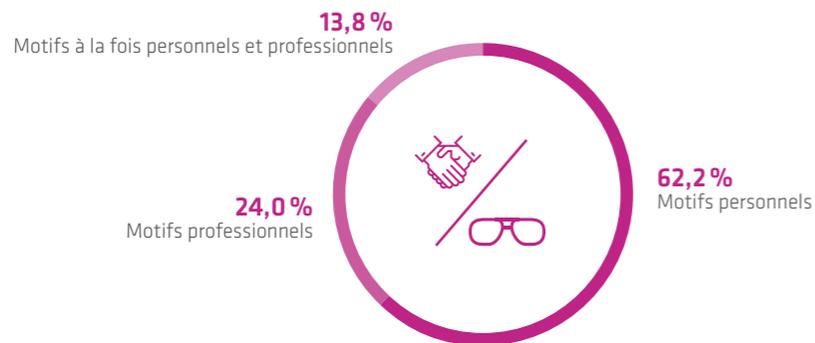
UN RECOURS ÉQUIVALENT AUX HÉBERGEMENTS MARCHANDS ET NON MARCHANDS

➤ Plus de la moitié des visiteurs français (50,8 %) ont séjourné dans un hébergement marchand, principalement à l'hôtel (45,2 %). Les établissements 2 étoiles (36,1 %) et 3 étoiles (32,8 %) ont accueilli la plupart des touristes séjournant à l'hôtel. Les résidences principales de parents (24,6 %) ou d'amis (15,8 %) sont les types d'hébergements non marchands les plus utilisés. Les touristes venus pour motifs personnels privilégient les hébergements non marchands (58,0 %) tandis que les voyageurs professionnels séjournent davantage en hébergements marchands (76,8 %).

DES VISITES CULTURELLES POUR PLUS DE LA MOITIÉ DES SÉJOURS

➤ Plus de 6 touristes sur 10 ont visité les musées et les monuments (62,6 %) et 16,6 % ont assisté à un événement culturel ou à une exposition. Ils ont également été nombreux à découvrir les villes, se promener ou flâner (53,2 %), faire du shopping (32,1 %), visiter des parcs d'attractions (18,1 %) ou se rendre dans les parcs et jardins (18,0 %). Les principaux sites touristiques visités par la clientèle française sont la tour Eiffel (23,7 %), Notre-Dame de Paris (18,8 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (16,0 %), l'Arc de triomphe (14,3 %) et Disneyland® Paris (14,2 %). À noter, les touristes d'affaires visitent moins de sites et font moins d'activités que les touristes venus pour motifs personnels.

MOTIFS DÉTAILLÉS DU SÉJOUR



26,7

millions de séjours à Paris Île-de-France

80,4

millions de nuitées à Paris Île-de-France

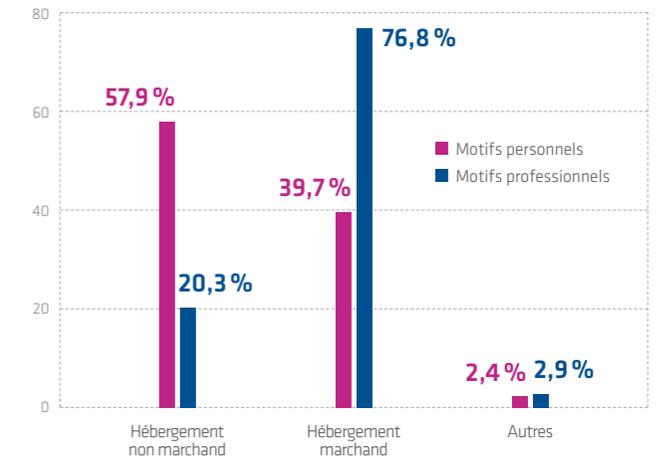
UNE SATISFACTION IMPORTANTE MAIS À NUANCER

➤ La plupart des touristes français sont satisfaits (92,0 %) de leur séjour à Paris Île-de-France. Les musées (95,3 %), la diversité de l'offre culturelle (95,1 %), les monuments (94,2 %), les expositions (92,8 %) ainsi que les événements et les spectacles (92,5 %) 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 : le stationnement et la circulation dans la région (52,7 % d'insatisfaits), la propreté des villes et des sites (44,2 %), le rapport qualité-prix des sorties et offres culturelles (39,5 %), les taxis (35,3 %), le rapport qualité-prix de la restauration (32,7 %) et la sécurité dans la ville (31,8 %). À noter, les touristes d'affaires sont plus exigeants (87,5 % de taux de satisfaction) que les touristes venus pour motifs personnels (94,3 %).

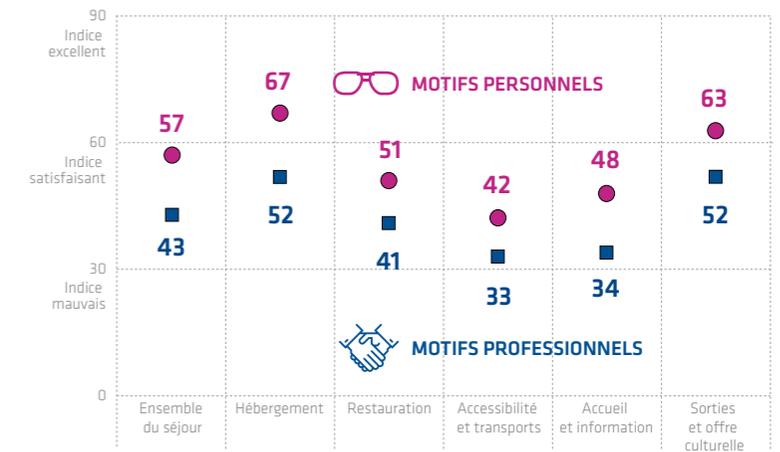
DES TOURISTES FIDÈLES, AMBASSADEURS DE LA DESTINATION

➤ Plus de 9 touristes sur 10 (93,7 %) sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années et cette proportion s'élève même à 96,4 % pour les touristes d'affaires. Près des trois quarts (73,3 %) ont l'intention de revenir à Paris Île-de-France dans les 2 prochaines années et en particulier les touristes venus pour motifs personnels (76,8 %). Les touristes français ont dépensé en moyenne 89 € par jour et par personne (69 € pour les touristes venus pour motifs personnels et 130 € pour les touristes d'affaires). Près des deux tiers de cette dépense est allouée à l'hébergement (36,1 %) et à la restauration (26,6 %).

MODE D'HÉBERGEMENT SELON LES MOTIFS DU SÉJOUR

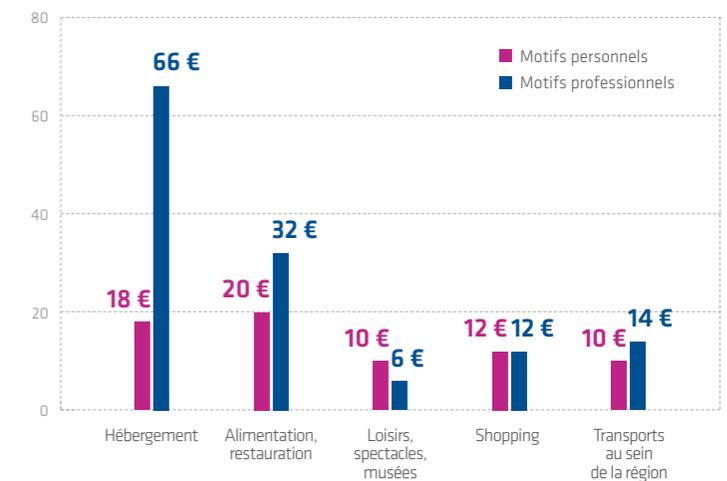


NIVEAU DE SATISFACTION SELON LES MOTIFS DU SÉJOUR



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

DÉPENSE MOYENNE PAR JOUR ET PAR PERSONNE SELON LES MOTIFS DU SÉJOUR



La clientèle en provenance de Rhône-Alpes

33,4 %

La proportion la plus importante de clientèle d'affaires

Population	6,4 millions d'habitants	10,1% de la population française métropolitaine
PIB par habitant	32 219 €	2 ^e région française
Part de marché	12,4% des touristes français	
Durée moyenne de séjour	3,0 nuits	0,0 point
Motifs personnels	52,8%	-9,4 points
Repeaters	93,6%	-0,1 point
Information par des sites Internet	32,4%	-10,0 points
Réservation directement auprès des hébergeurs	30,1%	+4,1 points
Visites de musées et monuments	60,7%	-2,0 points
Hébergement marchand	55,7%	+4,9 points
Satisfaction globale	91,0%	-1,0 point
Dépense moyenne par jour et par personne	95 €	+7,1%
Intention de revisite d'ici 2 ans	71,3%	-2,0 points
Consommation touristique	898,0 millions d'euros	12,6% du montant généré par la clientèle française



CE QU'ILS ONT LE PLUS AIMÉ

- 1 La diversité de l'offre culturelle
- 2 Les musées
- 3 Les monuments
- 4 L'accueil dans l'hébergement
- 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

La clientèle en provenance de Provence-Alpes Côte d'Azur

44,2 %

L'une des proportions les plus importantes de touristes à utiliser Internet comme moyen de réservation

Population	5,0 millions d'habitants	7,8% de la population française métropolitaine
PIB par habitant	30 800 €	3 ^e région française
Part de marché	9,5% des touristes français	
Durée moyenne de séjour	3,3 nuits	+0,3 point
Motifs personnels	54,6%	-7,7 points
Repeaters	91,5%	-2,2 points
Information par des sites Internet	46,7%	+4,3 points
Réservation par des sites Internet	44,2%	+5,6 points
Visites de musées et monuments	55,0%	-7,6 points
Hébergement marchand	54,4%	+3,6 points
Satisfaction globale	92,3%	+0,3 point
Dépense moyenne par jour et par personne	94 €	+5,9%
Intention de revisite d'ici 2 ans	69,2%	-4,0 points
Consommation touristique	755,6 millions d'euros	10,6% du montant généré par la clientèle française



CE QU'ILS ONT LE PLUS AIMÉ

- 1 La diversité de l'offre culturelle
- 2 Les musées
- 3 Les monuments
- 4 L'offre shopping
- 5 Les expositions



CE QU'ILS ONT LE MOINS AIMÉ

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

La clientèle en provenance des Pays de la Loire

24,6 %

L'une des proportions les plus importantes de touristes voyageant en famille

Population	3,7 millions d'habitants	5,8% de la population française
PIB par habitant	28 773 €	5 ^e région française
Part de marché	8,2% des touristes français	
Durée moyenne de séjour	2,6 nuits	-0,4 point
Motifs personnels	66,7%	+4,4 points
Repeaters	96,2%	+2,5 points
Information par des sites Internet	47,2%	+4,8 points
Réservation par des sites Internet	38,6%	0,0 point
Visites de musées et monuments	70,7%	+8,0 points
Hébergement marchand	50,3%	-0,5 point
Satisfaction globale	94,0%	+2,0 points
Dépense moyenne par jour et par personne	85 €	-4,1%
Intention de revisite d'ici 2 ans	76,6%	+3,4 points
Consommation touristique	460,7 millions d'euros	6,5% du montant généré par la clientèle française



CE QU'ILS ONT LE PLUS AIMÉ

- 1 L'accueil dans l'hébergement
- 2 Les musées
- 3 La diversité de l'offre culturelle
- 4 Les monuments
- 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

L'ensemble des clientèles françaises

- 26,7 millions de séjours, soit 58,1% des séjours des clientèles française et internationale
- 80,4 millions de nuitées, soit 47,1% des nuitées des clientèles française et internationale
- 3,0 nuits en moyenne
- 62,3% viennent pour motifs personnels
- 93,7% sont déjà venus à Paris Île-de-France
- 42,4% se sont informés sur leur hébergement par des sites Internet
- 38,6% ont réservé leur hébergement par des sites Internet
- 62,6% ont réalisé des visites de musées et monuments
- 50,8% ont séjourné dans un hébergement marchand
- 92,0% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- 89€ de dépense moyenne par jour et par personne
- 73,3% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 2 ans

• NOS SUGGESTIONS •

- Proposer des offres culturelles diverses et variées
- Proposer des services de qualité à des prix attractifs pour des touristes français très exigeants et repeaters
- Mener des campagnes de communication à destination des habitants de Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Pays de la Loire, Bretagne et Nord-Pas de Calais
- Mettre en place des promotions de dernière minute par Internet afin d'inciter les clientèles de proximité à venir