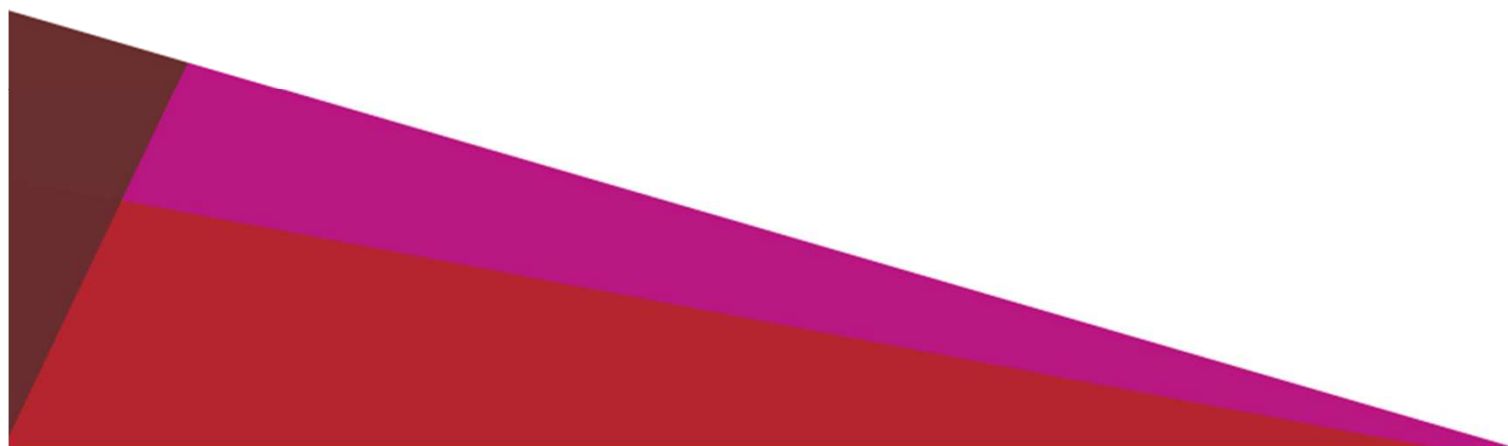




Les touristes français et internationaux ayant séjourné en Val-de-Marne

Résultats 2014



Indicateurs globaux

2,5 millions

de touristes
en Val-de-Marne

3,8 nuits

de durée moyenne de séjour
en Val-de-Marne

0,8 milliard
d'euros

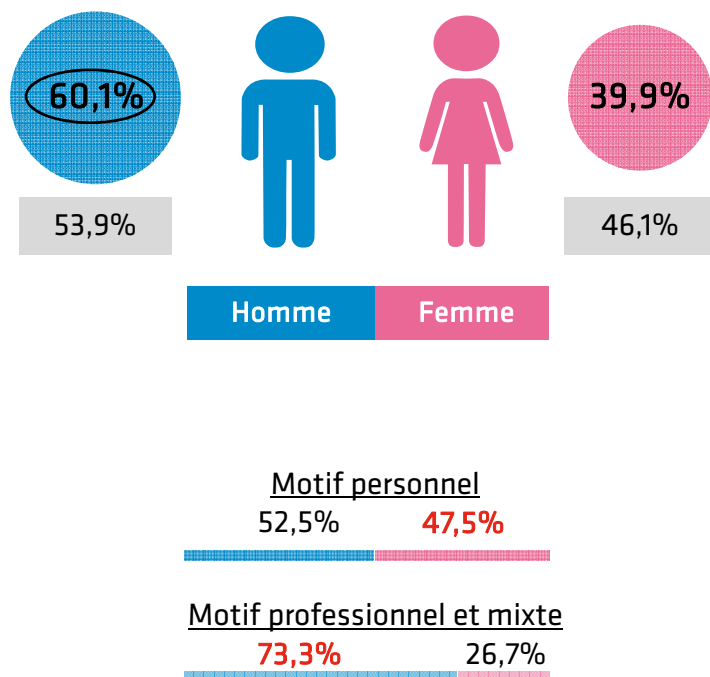
de consommation touristique générée à Paris Ile-de-France
par les touristes venus en Val-de-Marne

9,5 millions

de nuitées
en Val-de-Marne

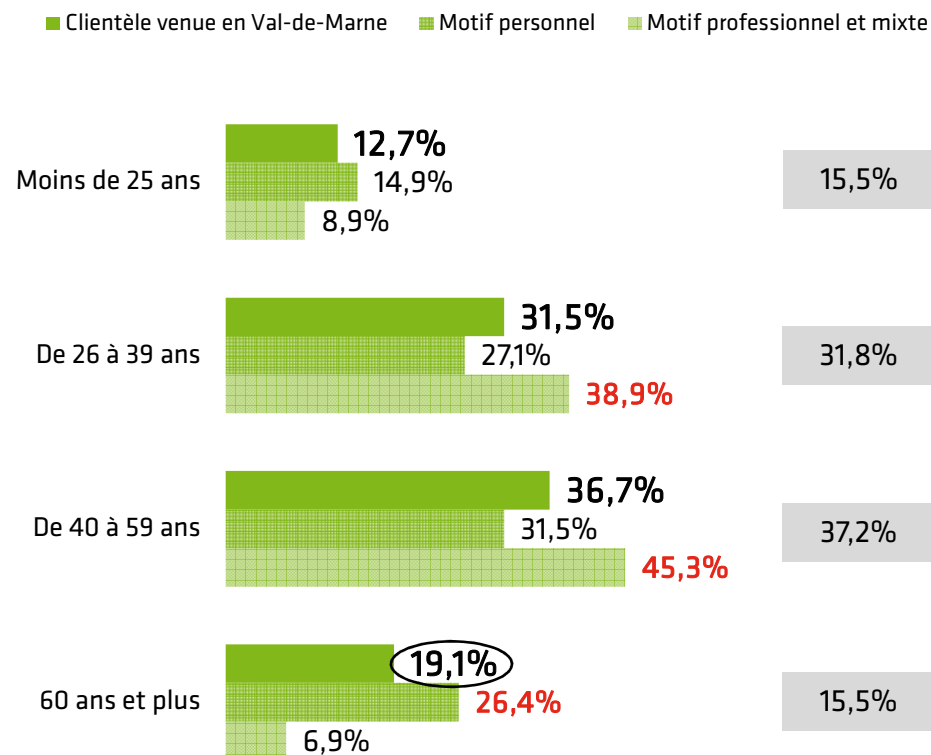
Partie 1 : Profil des clientèles

Profil sociodémographique



Base : répondants.

Âge des visiteurs en Val-de-Marne



Base : ensemble.

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

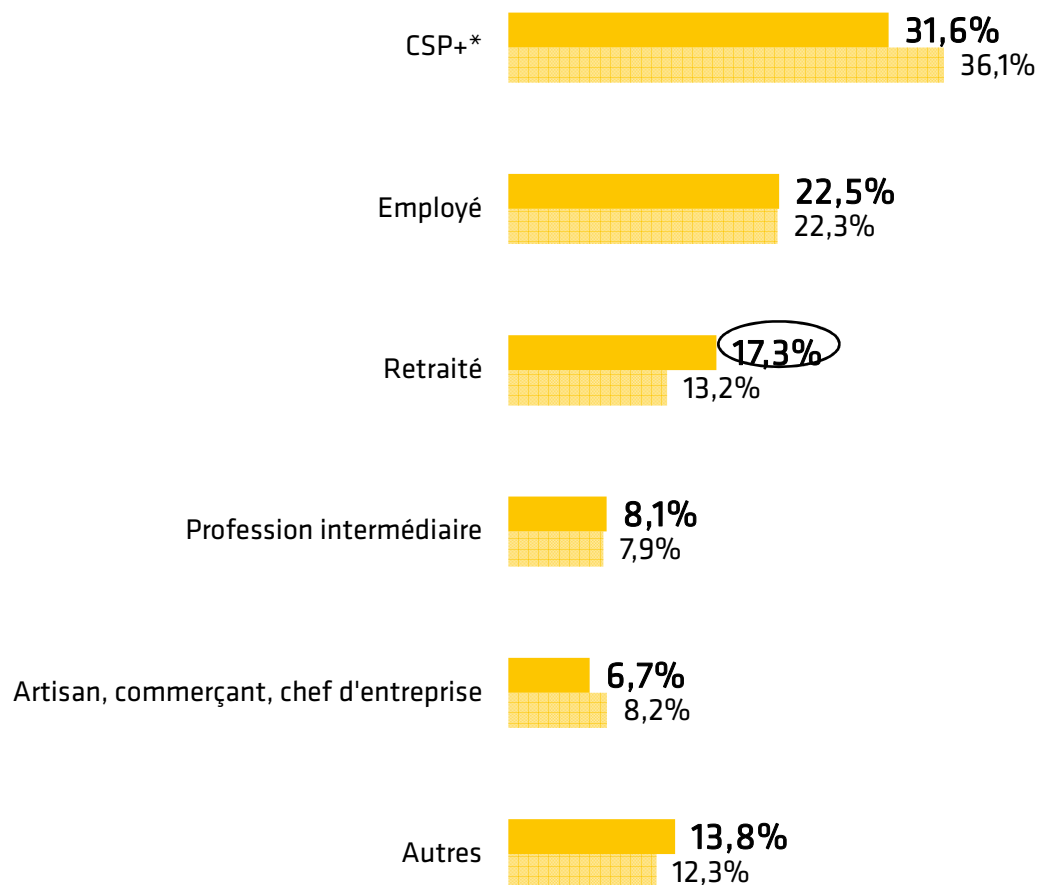
X% Clientèles venues en Île-de-France.

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Profil sociodémographique

Visiteurs venus en Val-de-Marne
Visiteurs venus en Île-de-France



Motif personnel

Motif professionnel
et mixte

22,7%

46,7%

24,0%

19,8%

25,9%

2,4%

6,2%

11,4%

7,4%

5,6%

13,7%

14,0%

Base : répondants.

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

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

X%

Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.

X%

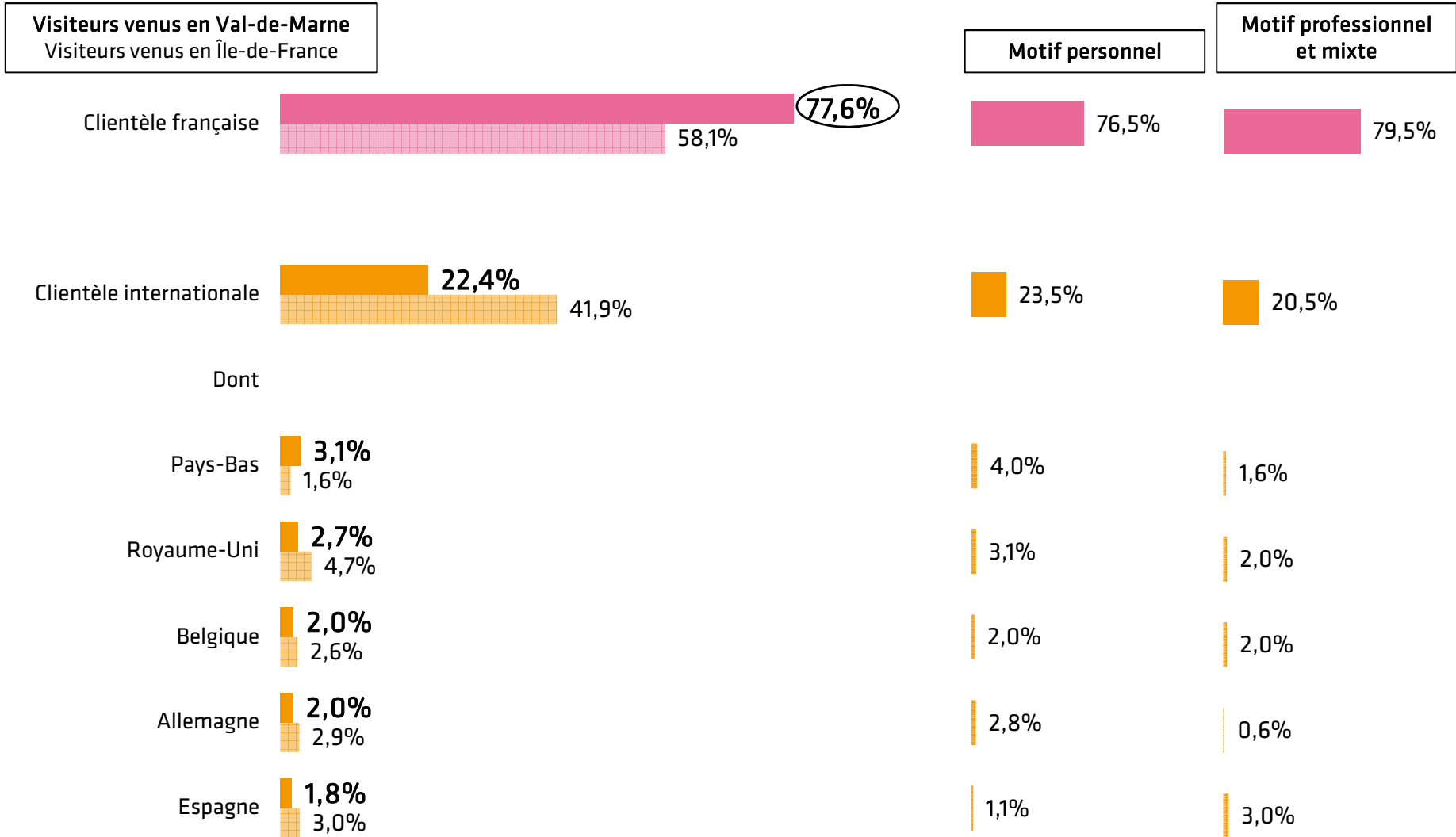
Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

PARIS
REGION
COMITÉ RÉGIONAL
DU TOURISME



5

Origine de la clientèle

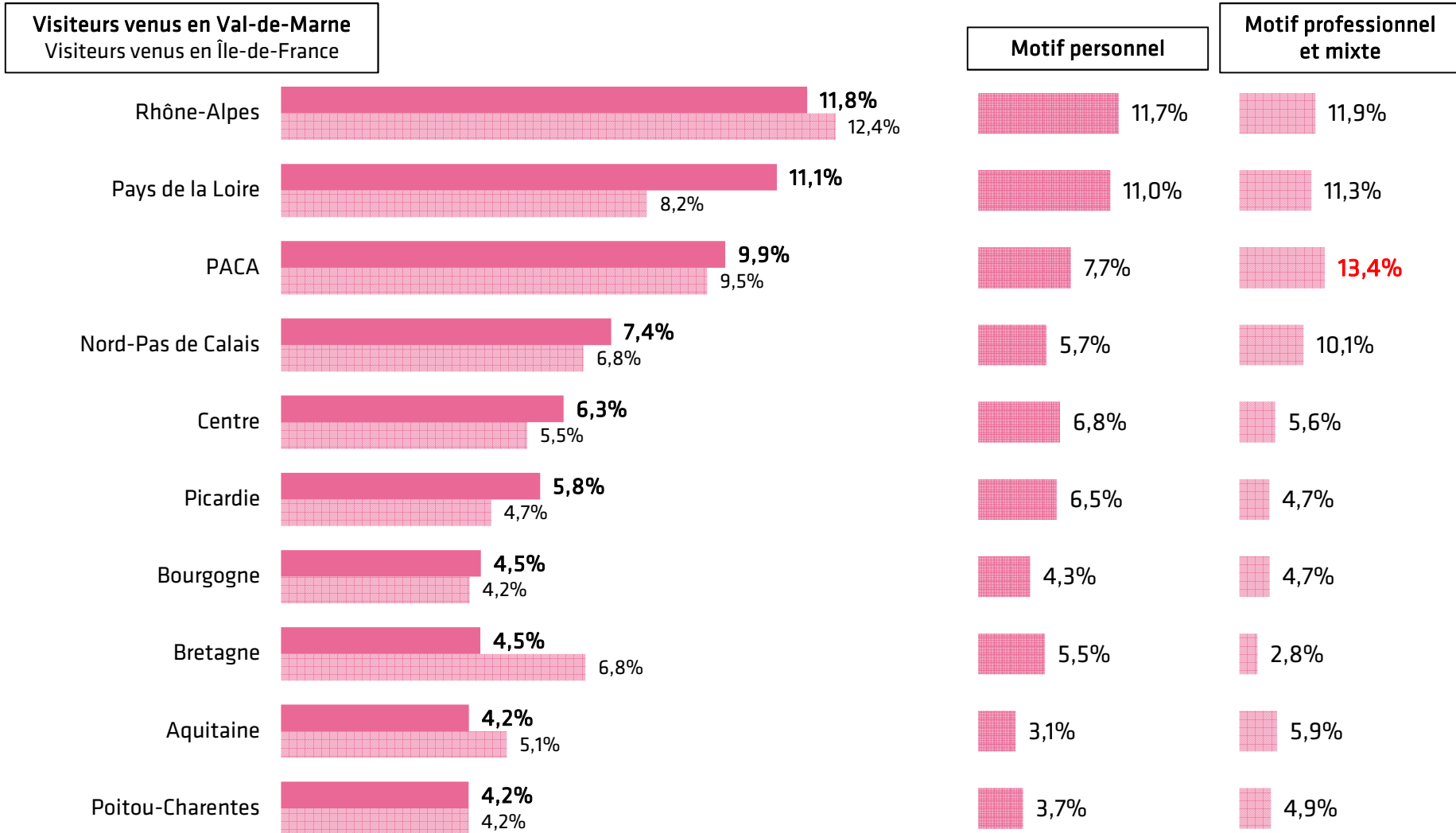


Base : globale.

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

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.

Origine de la clientèle française : top 10



Base : français résidant en France.

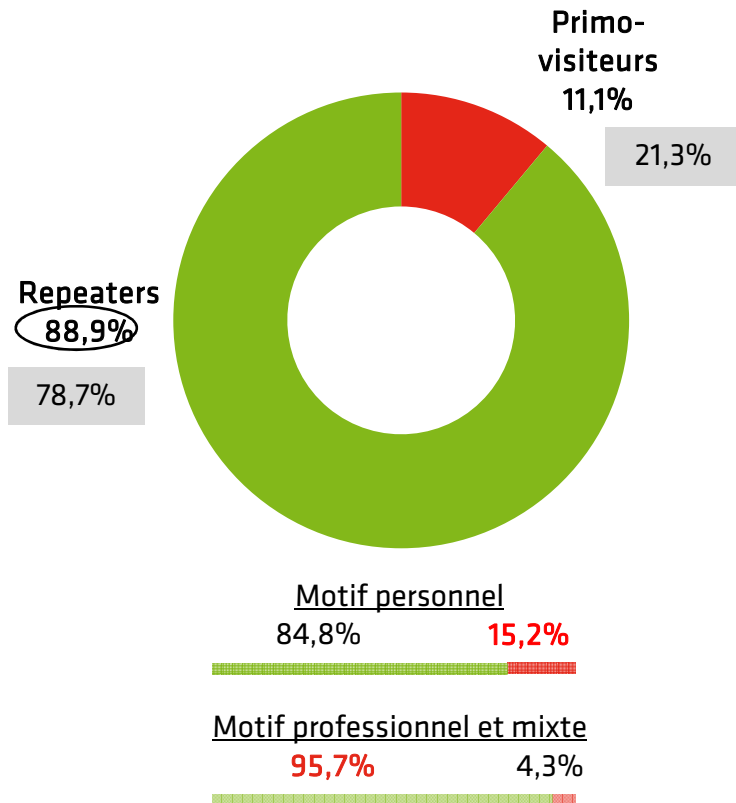
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes - CRT Paris Île-de-France.

X%

Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Habitudes de voyage

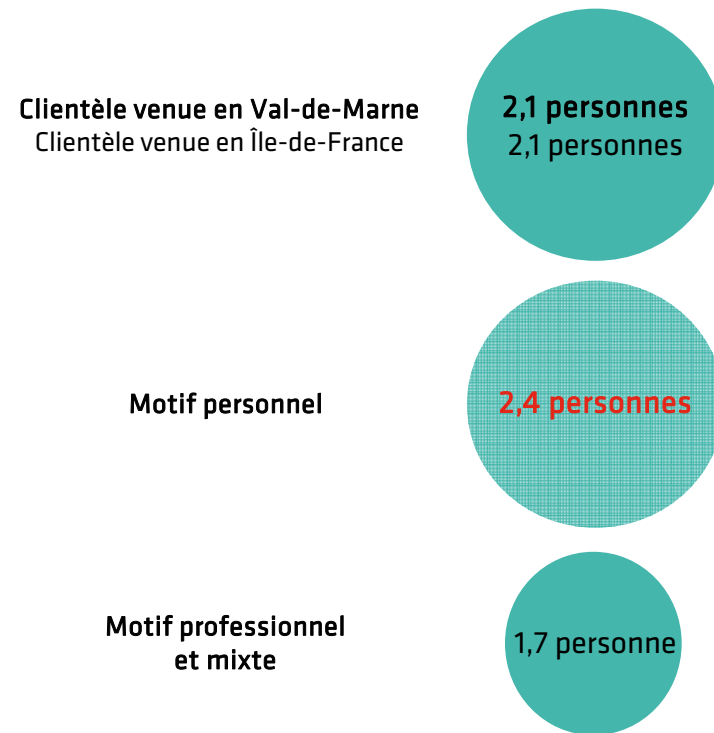
Visiteurs venus en Val-de-Marne
Visiteurs venus en Île-de-France



Base : répondants.

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

Taille du groupe



Base : ensemble.

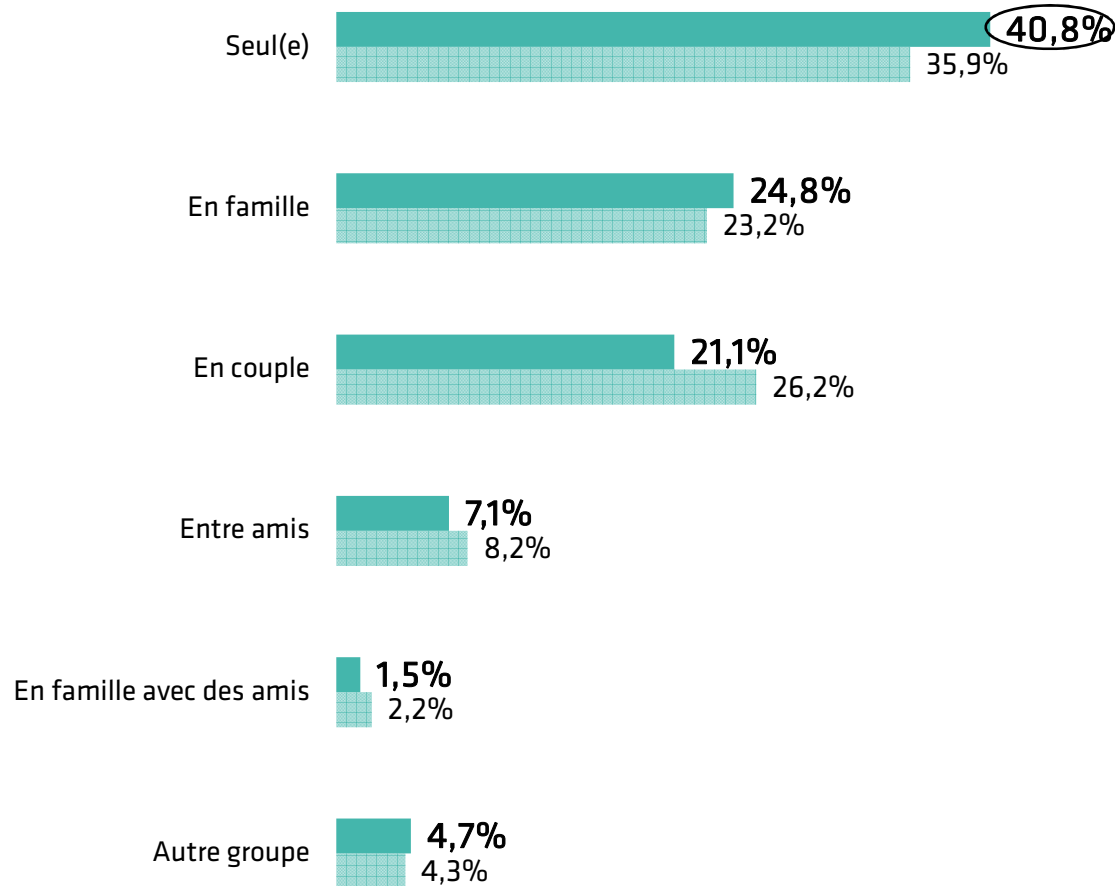
X% Clientèles venues en Île-de-France.

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.

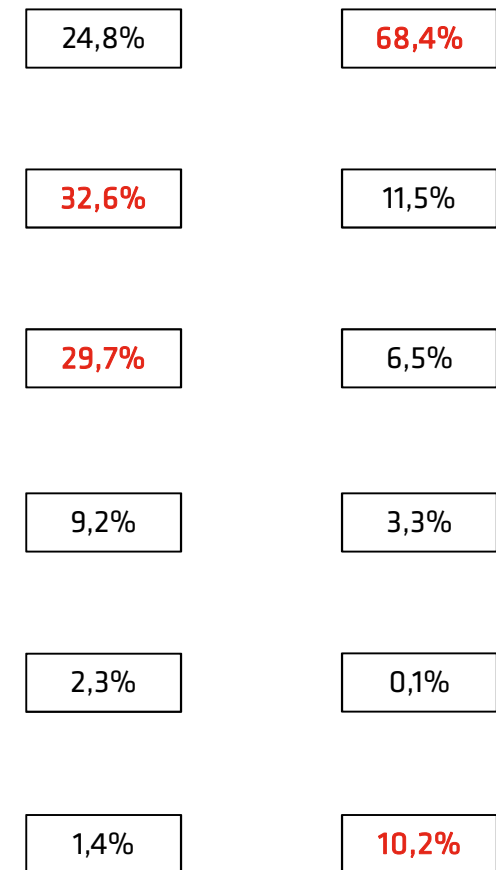
X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Accompagnants

Visiteurs venus en Val-de-Marne
Visiteurs venus en Île-de-France



Motif personnel **Motif professionnel et mixte**



Base : répondants.

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

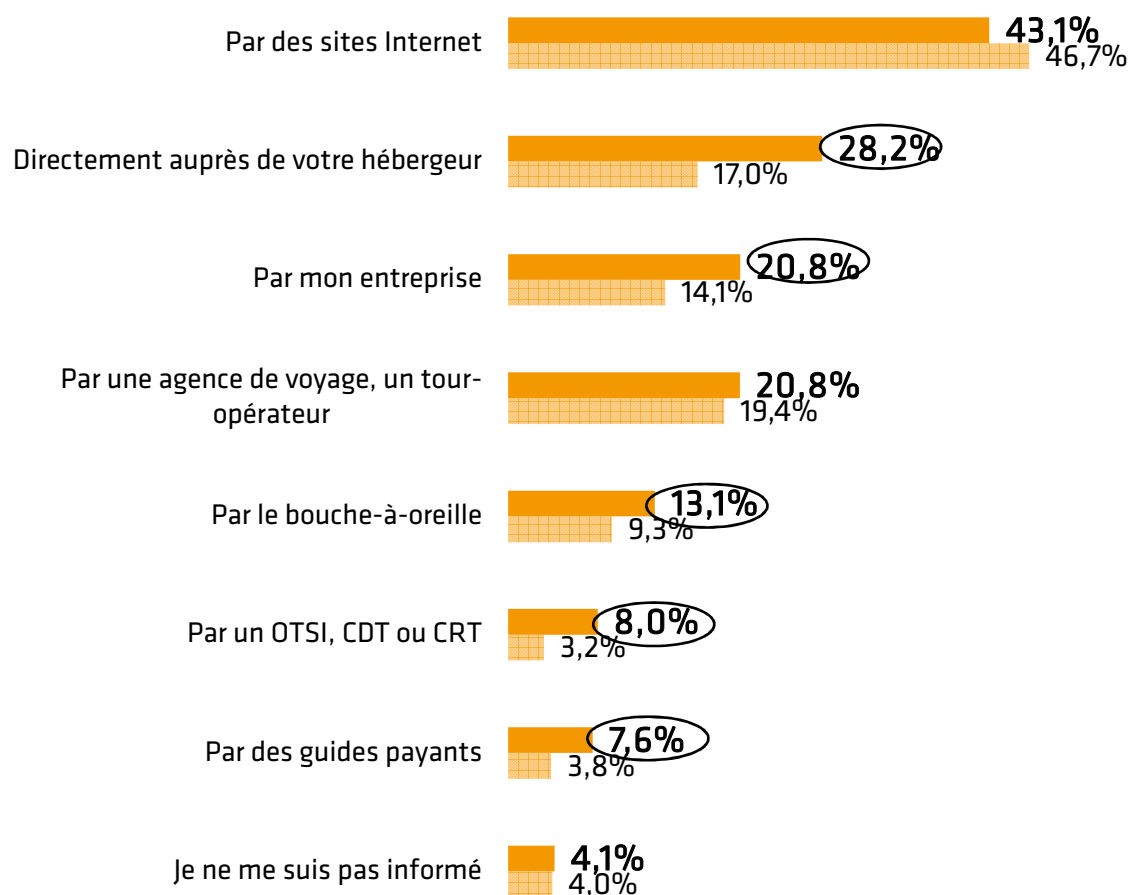
X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Partie 2 : Déroulement du séjour

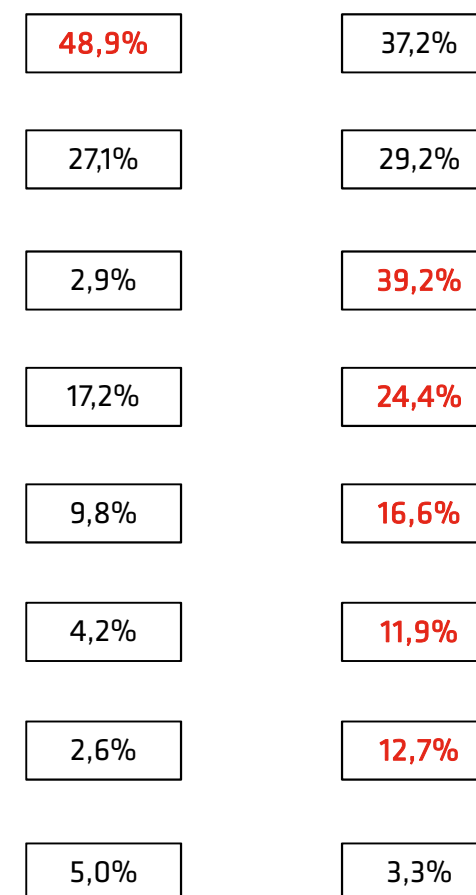
Information sur le mode d'hébergement

Visiteurs venus en Val-de-Marne
Visiteurs venus en Île-de-France



Motif personnel

Motif professionnel et mixte

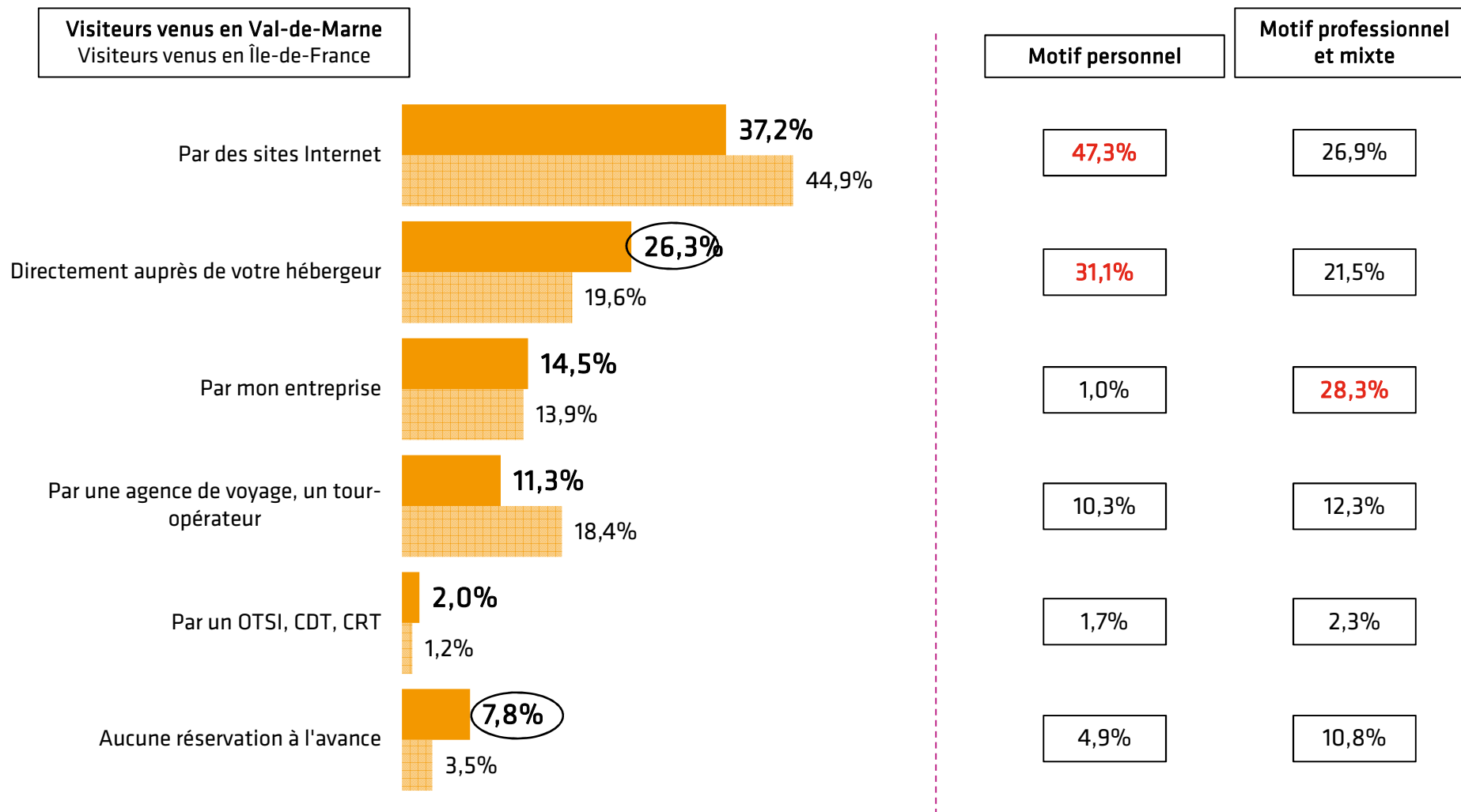


Base : hébergement marchand.
Plusieurs réponses possibles.

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

x% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.
x% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Réservation de l'hébergement



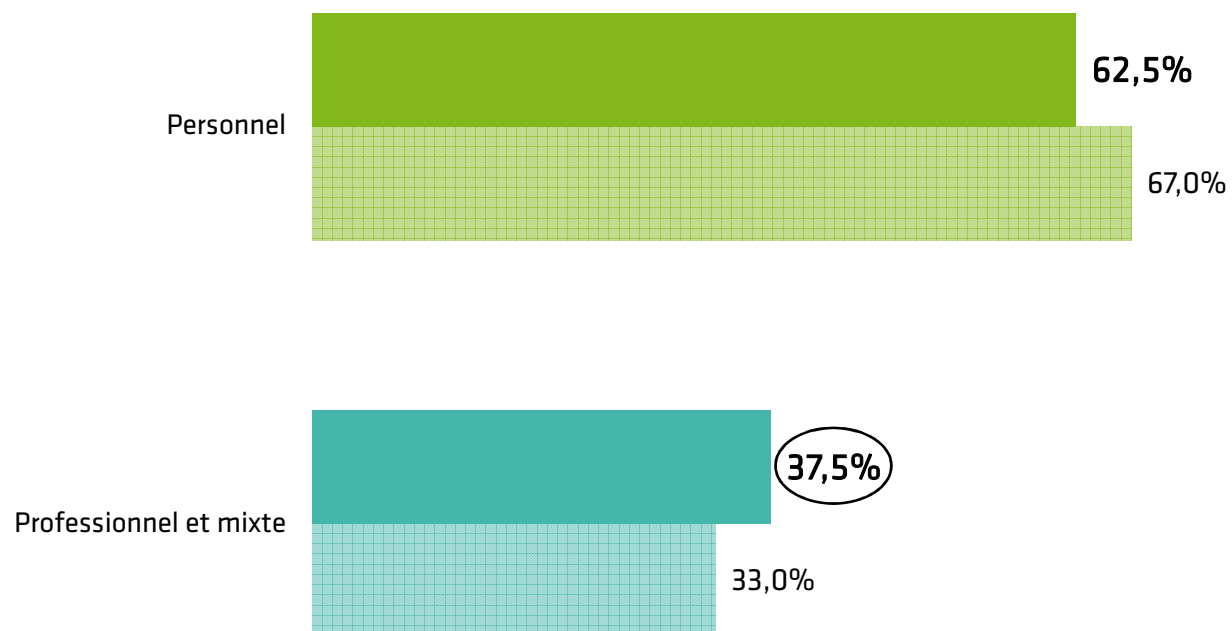
Base : hébergement marchand.
Plusieurs réponses possibles.

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

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.
X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Motif du séjour

Visiteurs venus en Val-de-Marne
Visiteurs venus en Île-de-France



Base : répondants.

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

X%

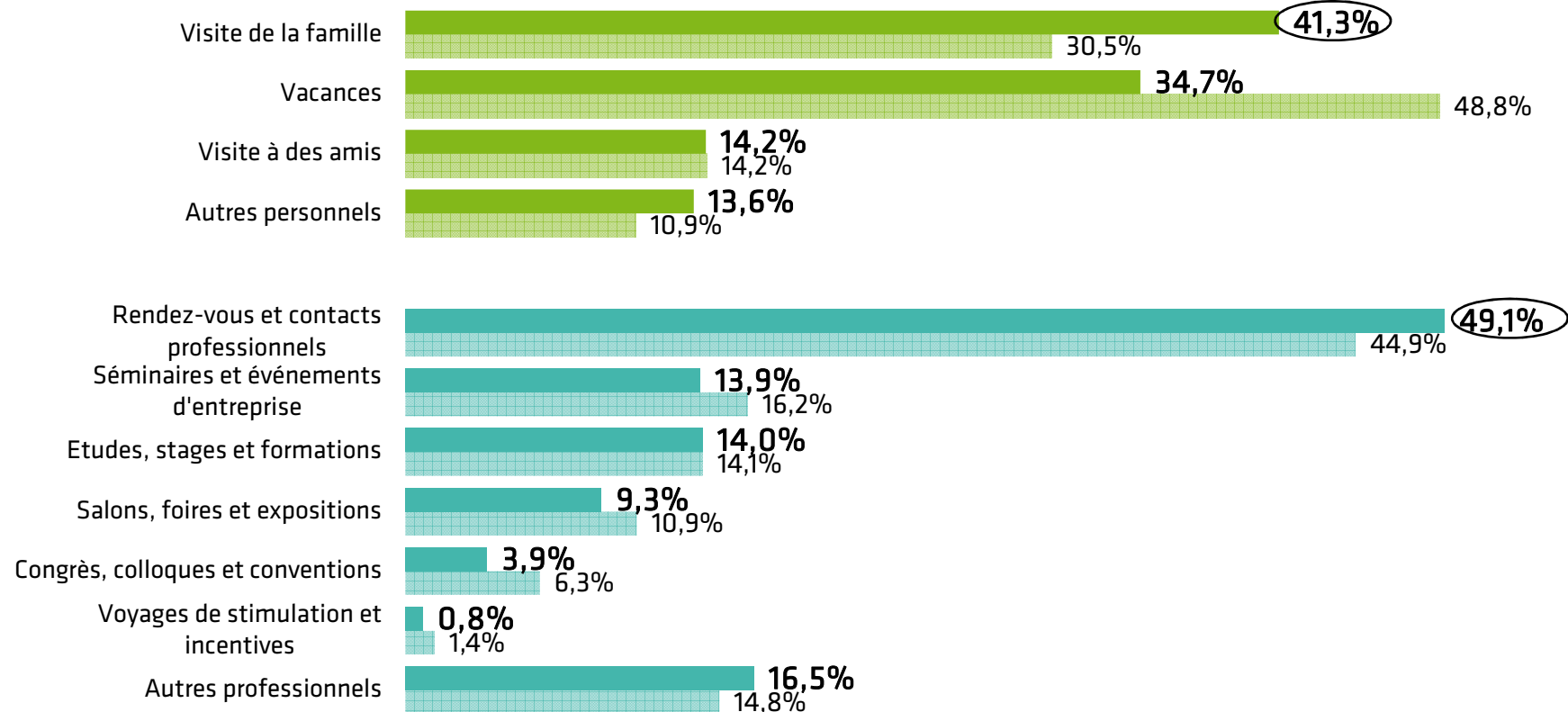
Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.

PARIS
REGION
COMITÉ RÉGIONAL
DU TOURISME



Motif du séjour détaillé

Visiteurs venus en Val-de-Marne
Visiteurs venus en Île-de-France



Base : répondants.

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

X%

Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.

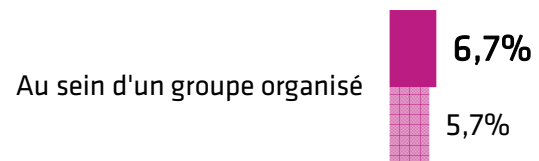
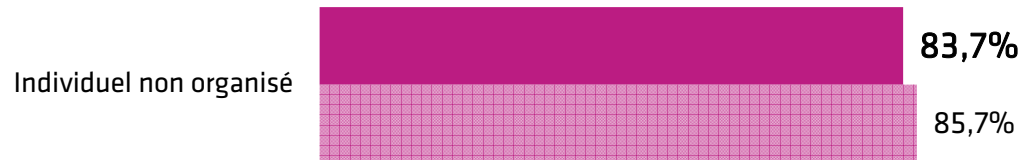
**PARIS
REGION**
COMITÉ RÉGIONAL
DU TOURISME



14

Type de voyage

Visiteurs venus en Val-de-Marne
Visiteurs venus en Île-de-France



Motif personnel **Motif professionnel et mixte**

89,4%

74,2%

7,5%

13,1%

3,1%

12,7%

Base : répondants.

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

X%

Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Circuits

Visiteurs venus en Val-de-Marne
Visiteurs venus en Île-de-France

Paris Île-de-France uniquement



78,4%
78,9%

Circuits villes françaises



15,6%
13,7%

Circuits villes européennes



8,9%
8,8%

Motif personnel

Motif professionnel
et mixte

79,8%

76,2%

15,5%

15,9%

5,5%

14,5%

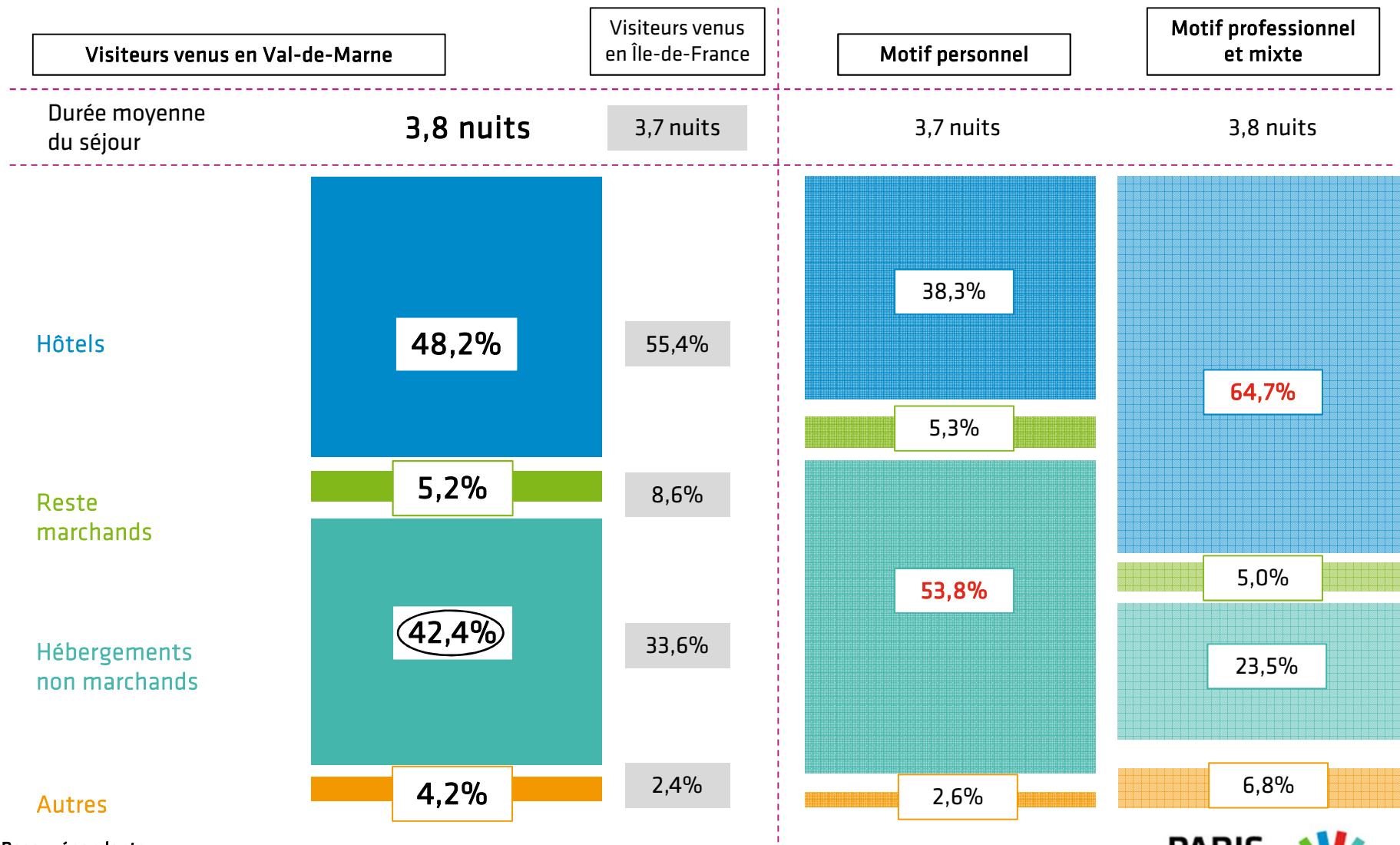
Base : ensemble.

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

X%

Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

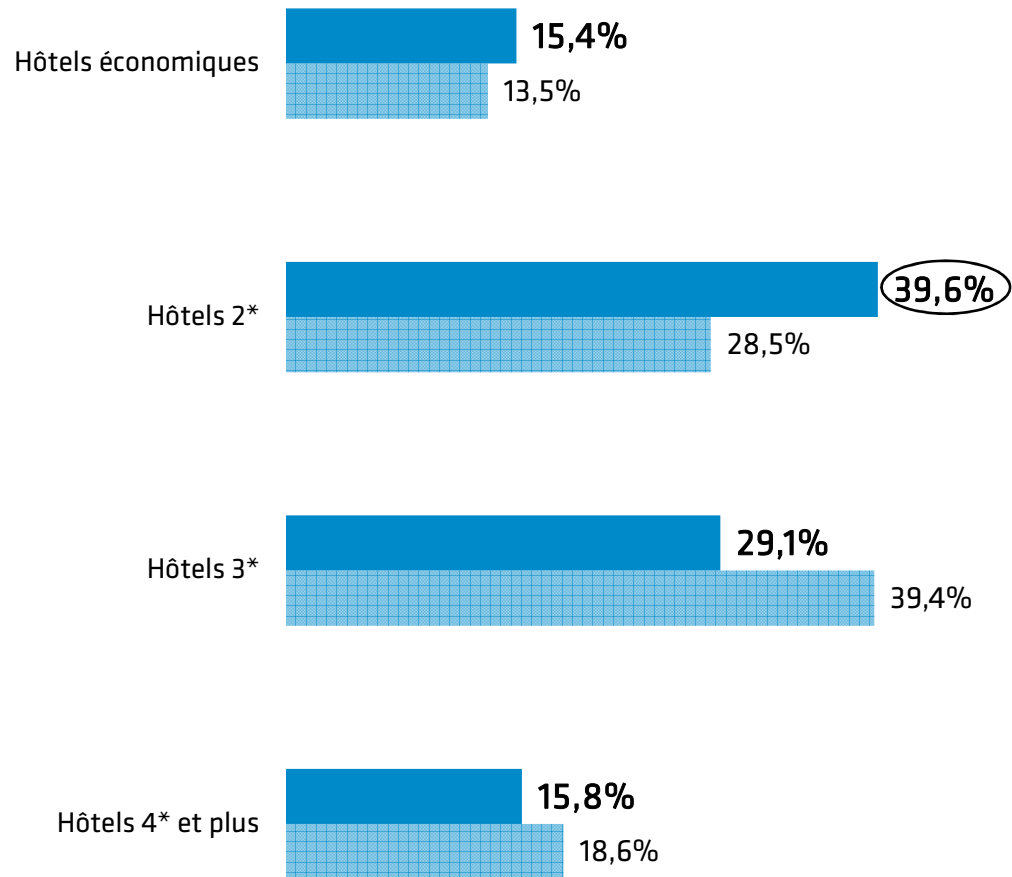
Modes d'hébergement



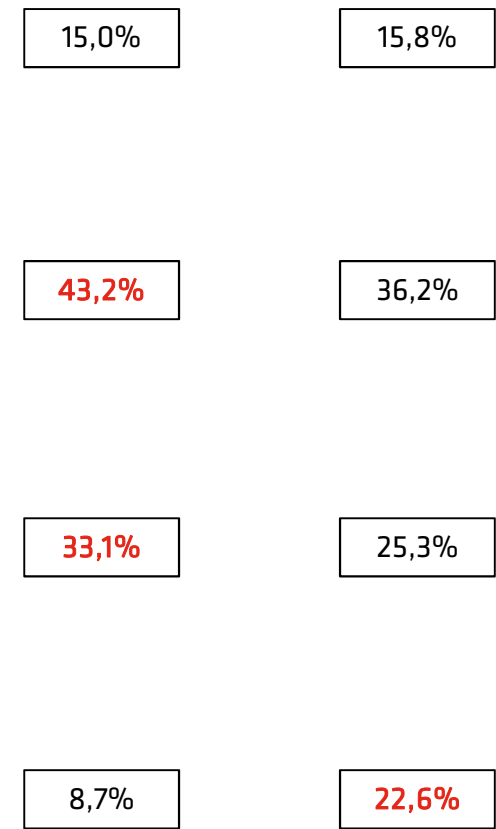
Base : répondants.

Catégories d'hôtels

Visiteurs venus en Val-de-Marne
Visiteurs venus en Île-de-France



Motif personnel **Motif professionnel et mixte**

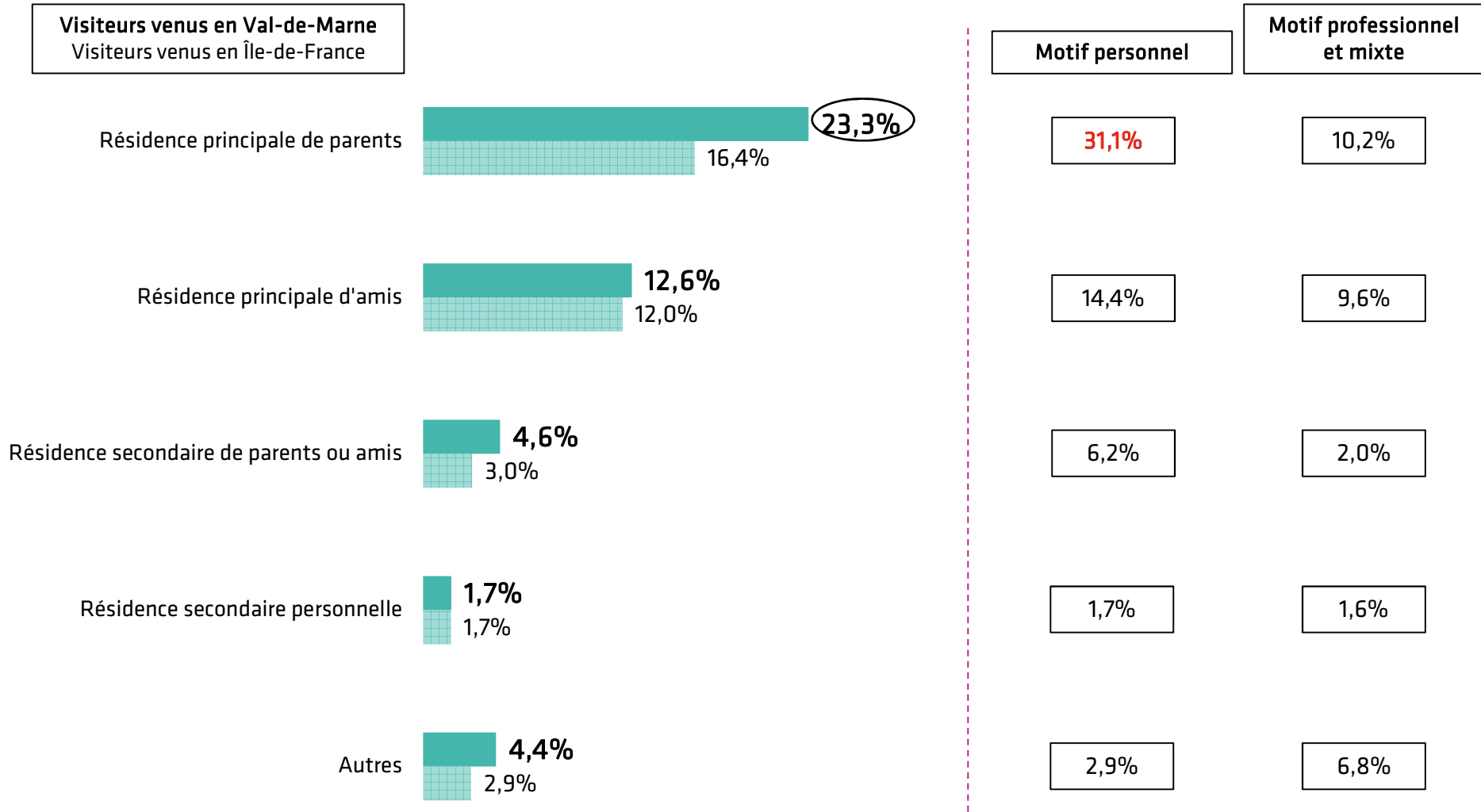


Base : répondants - Séjours hôtels.

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

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.
X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Hébergements non marchands



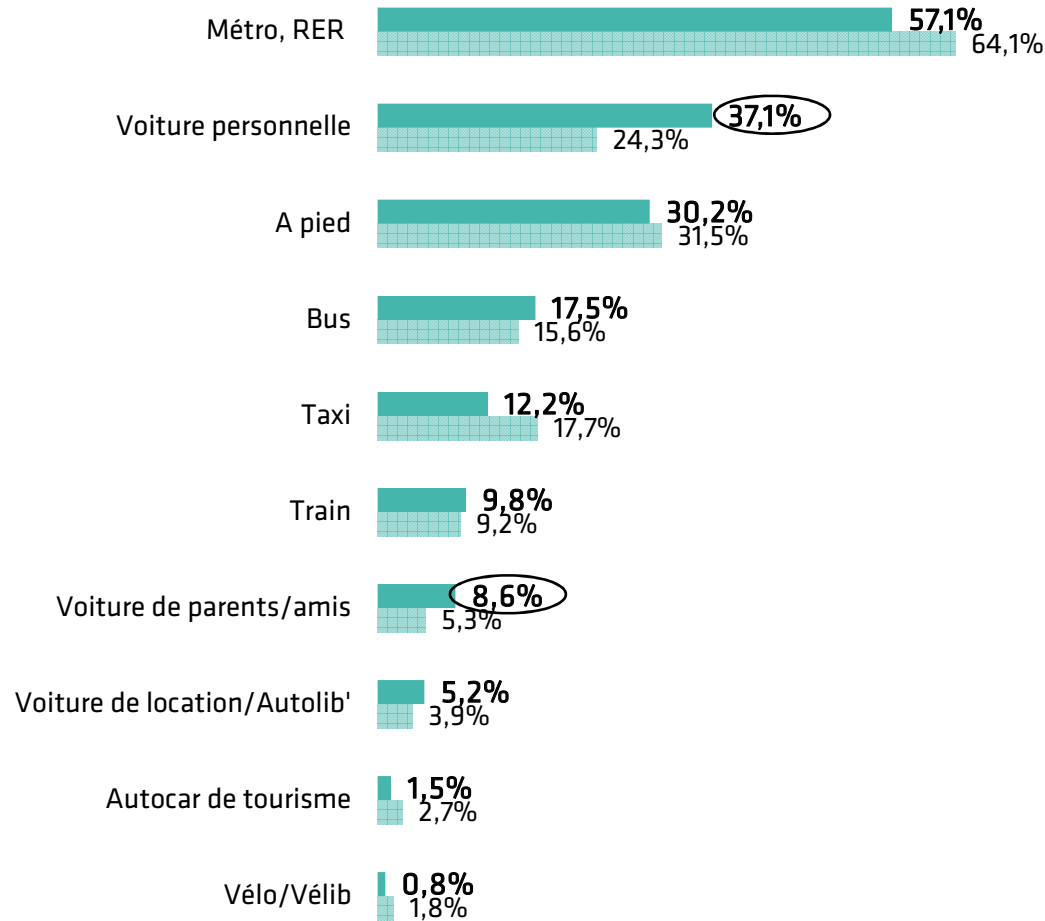
Base : répondants.

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

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.
 X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

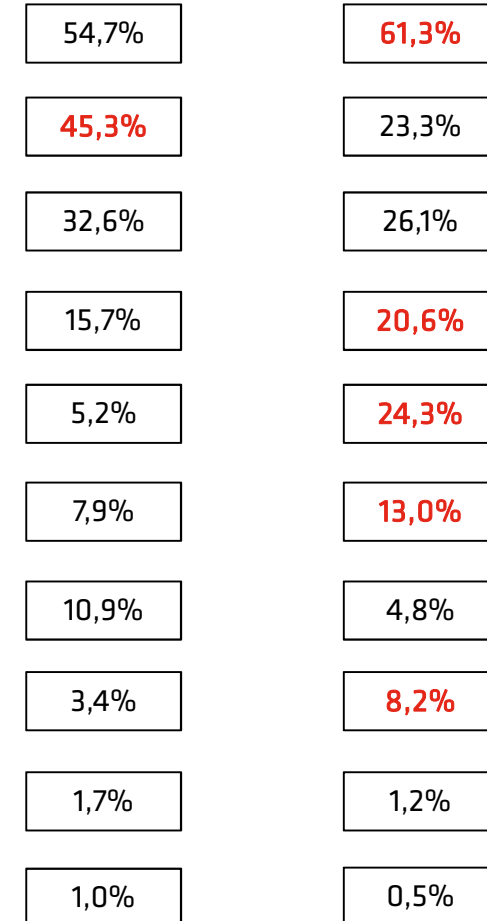
Modes de transport sur place

Visiteurs venus en Val-de-Marne
Visiteurs venus en Île-de-France



Motif personnel

Motif professionnel et mixte



Base : répondants. Plusieurs réponses possibles.

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

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.
X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Activités pratiquées

Visiteurs venus en Val-de-Marne	Visiteurs venus en Île-de-France		Motif personnel	Motif professionnel et mixte
	68,2%	73,0%		
Visites de musées et monuments	68,2%	73,0%	70,7%	63,4%
Découverte des villes	54,5%	60,8%	57,5%	48,5%
Shopping	32,5%	38,0%	35,3%	27,0%
Visites de parcs d'attraction	27,2%	20,7%	28,0%	25,6%
Visite de parcs et jardins	20,3%	27,1%	22,4%	16,2%

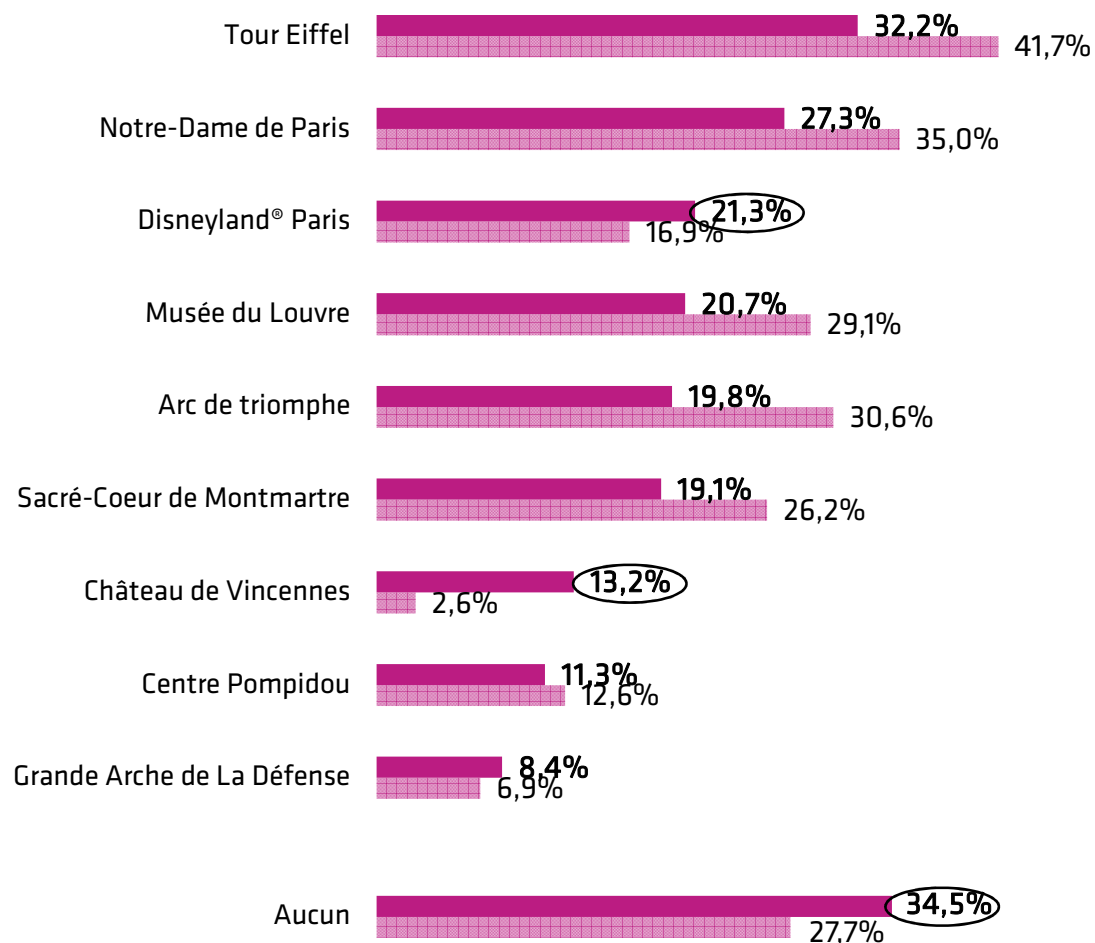
Base : « ont pratiqué au moins une activité ».

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

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.
 X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Sites visités

Visiteurs venus en Val-de-Marne
Visiteurs venus en Île-de-France



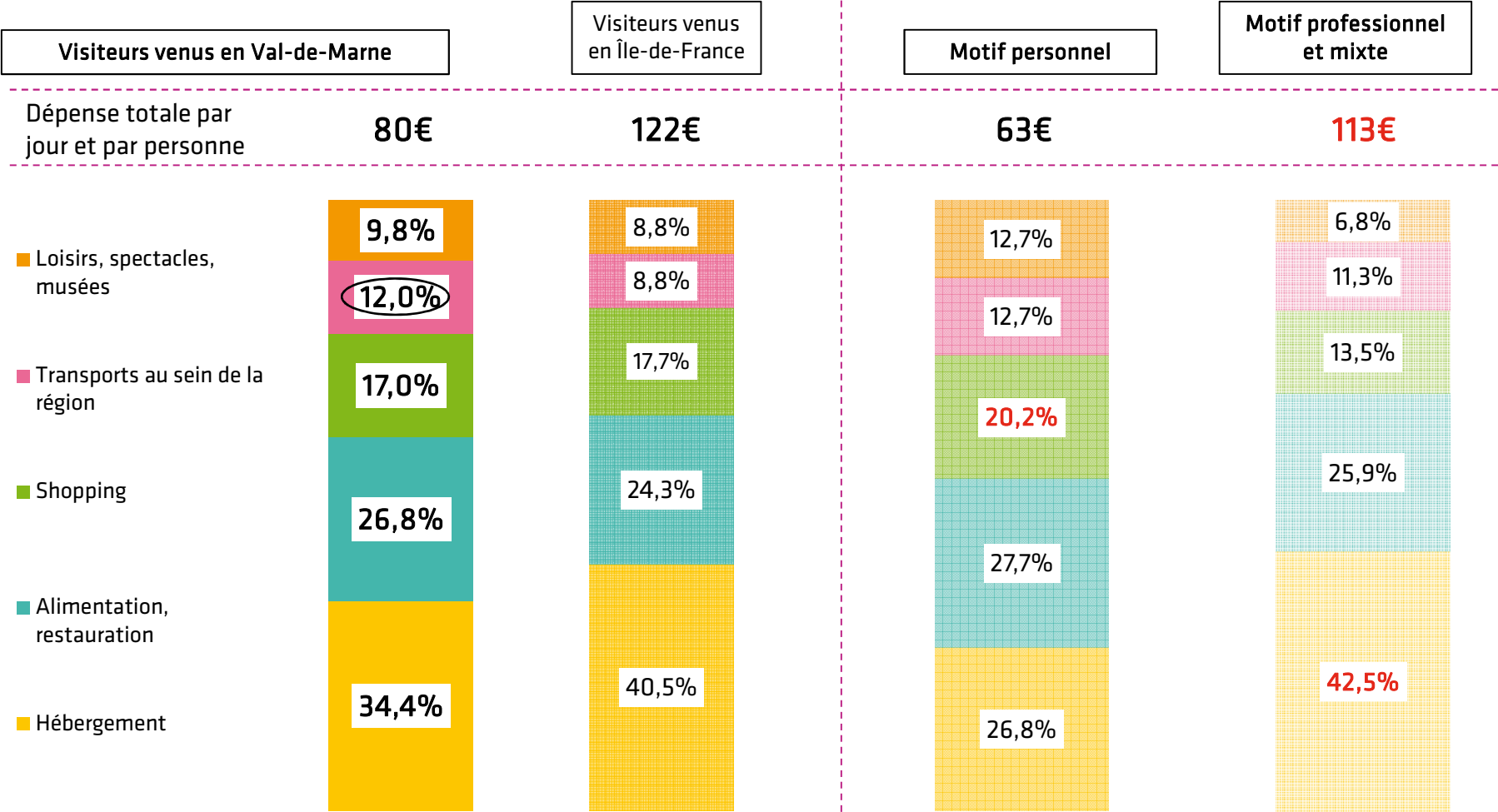
Base : répondants.

Motif personnel	Motif professionnel et mixte
32,9%	31,1%
26,9%	28,0%
23,4%	17,8%
20,5%	20,9%
21,1%	17,5%
19,0%	19,2%
12,7%	14,0%
10,3%	13,0%
6,6%	11,5%
28,6%	44,9%

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

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.
X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Dépenses



Base : répondants.

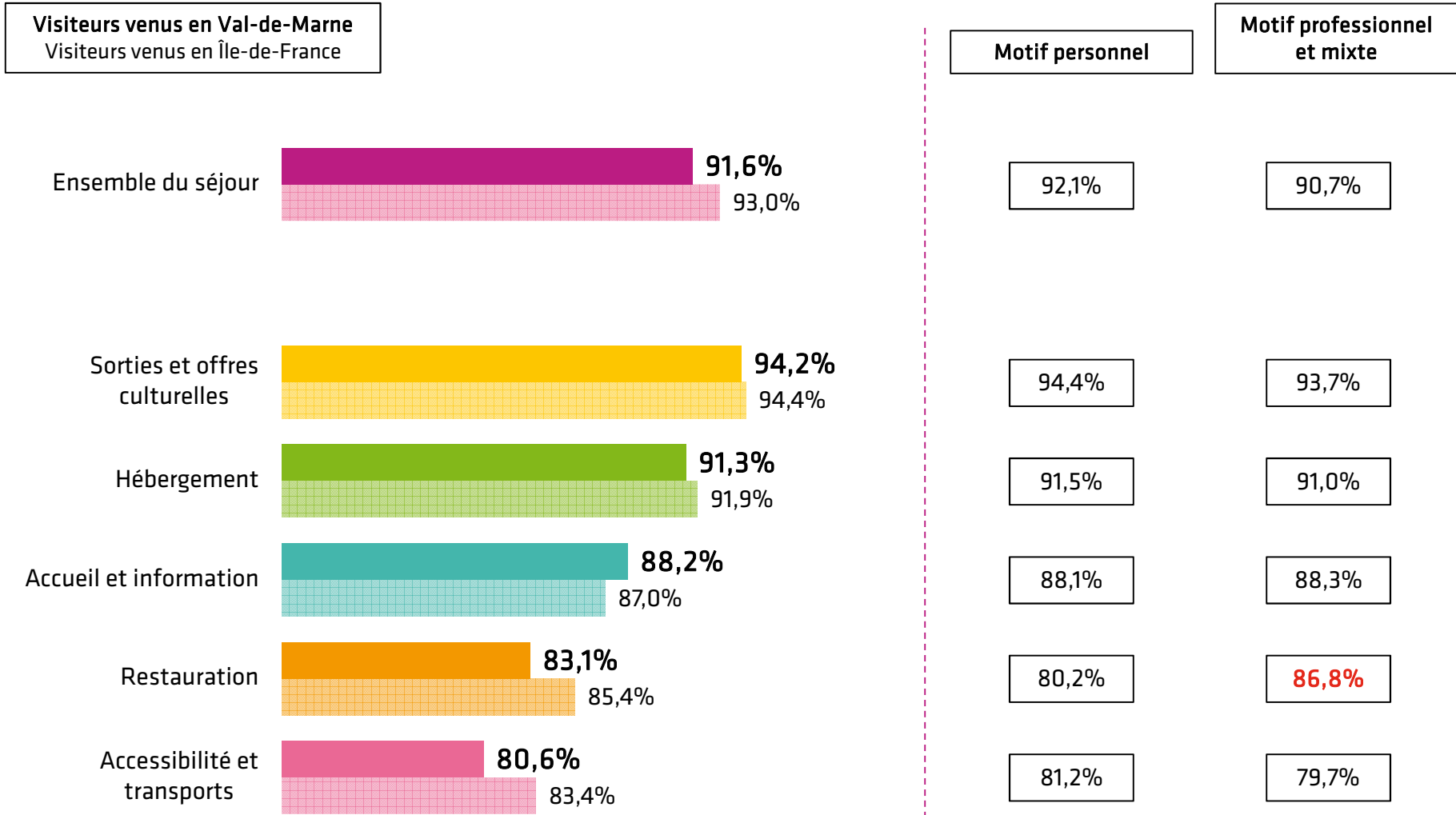
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes - CRT Paris Île-de-France.

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.
 X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Partie 3 : Satisfaction et intention de revisite

Satisfaction

Détail selon les composantes du séjour



Base : répondants.

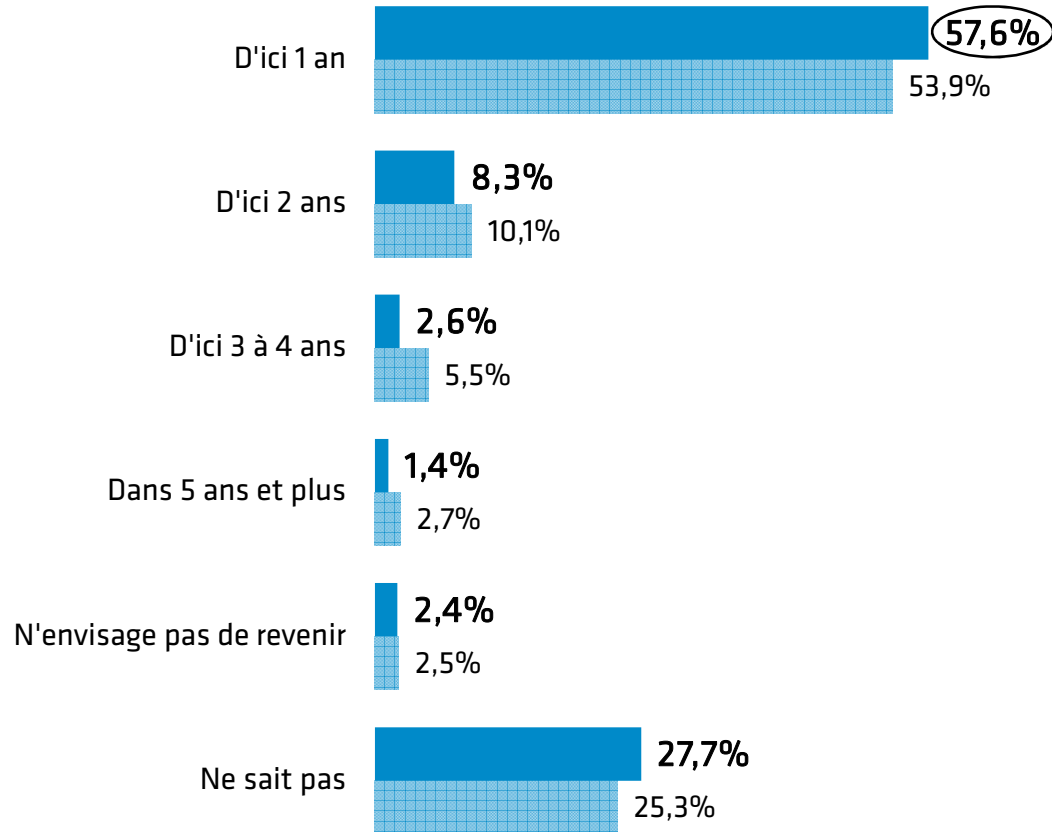
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes - CRT Paris Île-de-France.

X%

Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Intention de retour

Visiteurs venus en Val-de-Marne
Visiteurs venus en Île-de-France



Motif personnel **Motif professionnel et mixte**

60,1%	53,3%
9,0%	7,1%
2,5%	2,8%
1,8%	0,7%
2,6%	2,0%
24,1%	34,1%

Base : répondants.

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

X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Île-de-France.
X% Surreprésentation par rapport aux visiteurs venus en Val-de-Marne.

Partie 4 : Synthèse

Les 10 points clés

1

Plus de 2 millions de touristes accueillis en Val-de-Marne qui ont généré près de 10 millions de nuitées et près d'1 milliard d'euros de consommation touristique.

2

60,1% d'hommes. Chez les visiteurs venus pour motifs professionnels et mixtes, plus de 7 visiteurs sur 10 (73,3%) sont des hommes. L'âge moyen est de 44 ans.

3

Les pays les mieux représentés : la France (77,6%, avec notamment : Rhône-Alpes (11,8%), Pays de la Loire (11,1%) et PACA (9,9%)), les Pays-Bas (3,1%) et le Royaume-Uni (2,7%).

4

Près de 9 touristes sur 10 venus en Val-de-Marne sont repeaters (88,9%). Cette proportion est encore plus importante au sein de la clientèle venue pour motifs professionnels et mixtes (95,7%).

5

Plus de 6 touristes sur 10 viennent pour motifs personnels (62,5%). La visite de la famille est le premier motif de déplacements personnels (41,3%). Les rendez-vous et contacts professionnels (49,1%) sont les premiers motifs de déplacements professionnels.

Les 10 points clés (suite)

6

L'hébergement marchand représente 53,4% des séjours. Cette proportion s'élève à 69,7% au sein de la clientèle venue pour motifs professionnels et mixtes. L'hôtel est le principal mode d'hébergement marchand (48,2%).

7

Internet est le principal vecteur d'information (43,1%) et de réservation (37,2%) de l'hébergement. Les clientèles professionnelles privilégient leurs entreprises (28,3%) pour réserver.

8

Plus de 4 touristes venus en Val-de-Marne sur 10 (40,8%) viennent seuls, près d'un quart en famille (24,8%) et plus d'1 sur 5 en couple (21,1%).

9

La dépense moyenne par jour et par personne est de 80€. Plus du tiers de cette dépense est consacrée à l'hébergement (34,4%), plus d'un quart à la restauration (26,8%) et 17,0% au shopping.

10

91,6% des touristes sont satisfaits de leurs séjours. Près des deux tiers des touristes venus en Val-de-Marne (65,9%) ont l'intention de revenir d'ici 1 à 2 ans.