

# LES FUTURS SUPPORTEURS DE L'UEFA EURO 2016™

*LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EUROPÉENNES SE DÉPLAÇANT  
POUR DES ÉVÉNEMENTS SPORTIFS (2015)  
LES ATTENTES DES SUPPORTEURS DE L'UEFA EURO 2016™ (MARS 2016)*

**JEUDI 19 MAI 2016**

# LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EUROPÉENNES SE DÉPLAÇANT POUR DES ÉVÉNEMENTS SPORTIFS (2015)



*By derkommander0916*

# Indicateurs globaux sur les séjours touristiques

38,7  
millions

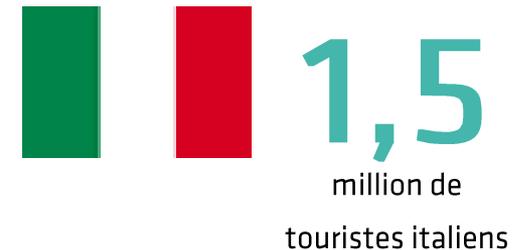
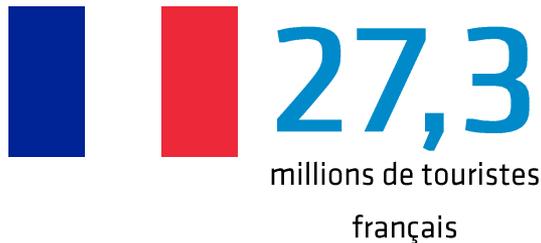
de touristes français et  
européens à Paris Île-de-France  
en 2015

71%

de Français

29%

d'Européens



# Indicateurs globaux sur les nuitées touristiques

127,8  
millions

de nuitées françaises et  
européennes à Paris  
Île-de-France en 2015

68%

de nuitées françaises

32%

de nuitées européennes

3,3  
nuits

de durée moyenne de séjour pour  
les touristes français et européens  
à Paris Île-de-France

3,2 nuits

de durée moyenne de séjour pour les Français

3,6 nuits

de durée moyenne de séjour pour les touristes  
européens

# Indicateurs globaux sur la consommation touristique

13,2  
milliards d'euros

de consommation touristique  
générée par les touristes français  
et européens à Paris Île-de-France  
en 2015



7,9

milliards d'euros

générés par les touristes  
français



1,0

milliard d'euros

généré par les touristes  
britanniques



0,8

milliard d'euros

généré par les touristes  
espagnols

# Profil sociodémographique

## Ensemble clientèles européennes

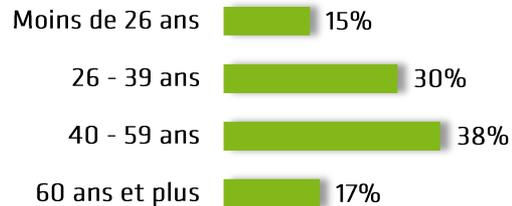
## Clientèles françaises - événements sportifs

## Clientèles européennes\* - événements sportifs

Sexe



Âge



43 ans

38 ans

41 ans

Taille groupe

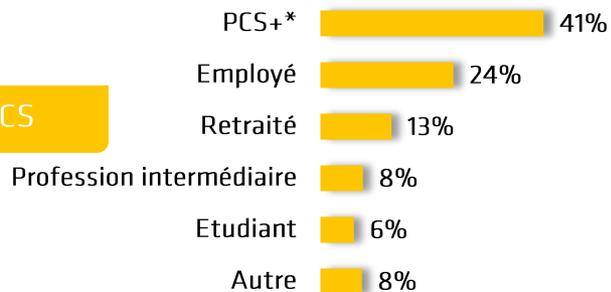


2,0 personnes

2,3 personnes

2,2 personnes

PCS



36%

26%

8%

10%

9%

10%

47%

23%

11%

7%

5%

8%

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

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.

\*clientèles européennes (hors France).

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

# Origines des clientèles

## Ensemble clientèles européennes



29% d'Internationaux :

Top 10	
Royaume-Uni	18,5%
Italie	13,3%
Espagne	12,4%
Allemagne	10,6%
Belgique	10,4%
Pays-Bas	5,6%
Suisse	4,4%
Portugal	3,1%
Eire	2,6%
Russie	2,4%

71% de Français :

Top 10	
Aura	13,6%
Hauts de France	11,2%
Aquitaine	10,0%
Grand Est	9,3%
Normandie	8,9%
Provence Méditerranée	8,9%
Pays de la Loire	8,1%
Bretagne	7,3%
Occitanie	6,4%
Bourgogne Franche Comté	6,1%

## Clientèles européennes - événements sportifs



18% d'Internationaux :

Top 10	
Royaume-Uni	<b>30,8%</b>
Belgique	9,7%
Italie	9,3%
Pays-Bas	<b>9,2%</b>
Espagne	7,6%
Allemagne	6,7%
Portugal	4,7%
Suisse	3,4%
Suède	2,7%
Russie	2,2%

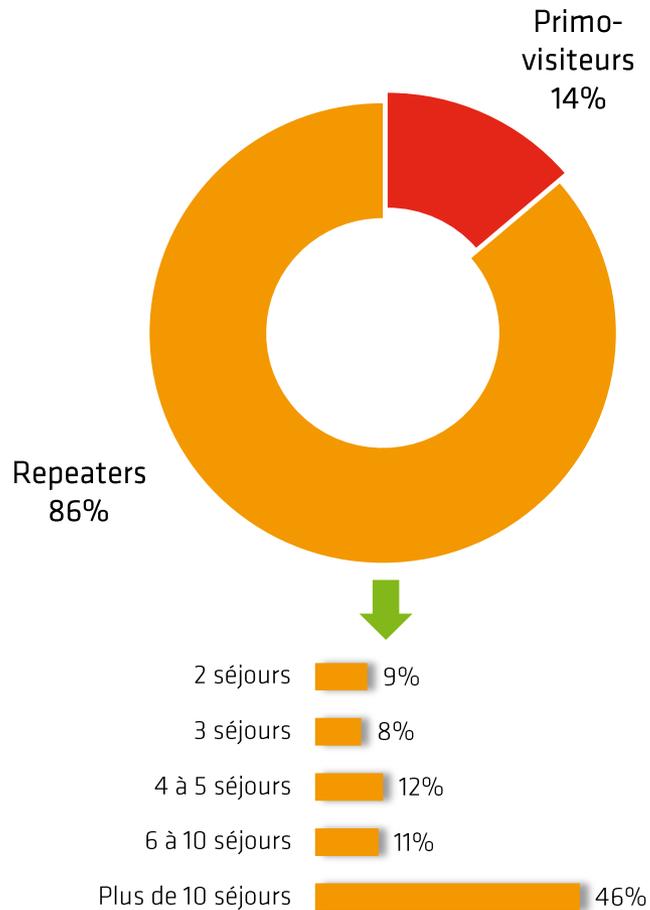
82% de Français :

Top 10	
Grand Est	<b>13,0%</b>
Hauts de France	12,8%
Aura	10,3%
Pays de la Loire	9,4%
Aquitaine	9,0%
Normandie	8,4%
Bretagne	8,1%
Centre	6,9%
Bourgogne Franche Comté	6,0%
Occitanie	5,9%

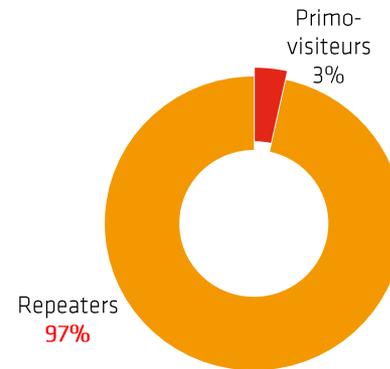
Note : les chiffres en gras indiquent les surreprésentations par rapport à l'ensemble de la clientèle européenne.

# Habitudes de voyage

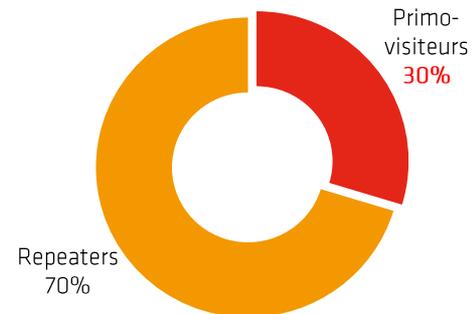
**Ensemble clientèles européennes**



**Clientèles françaises - événements sportifs**



**Clientèles européennes\* - événements sportifs**

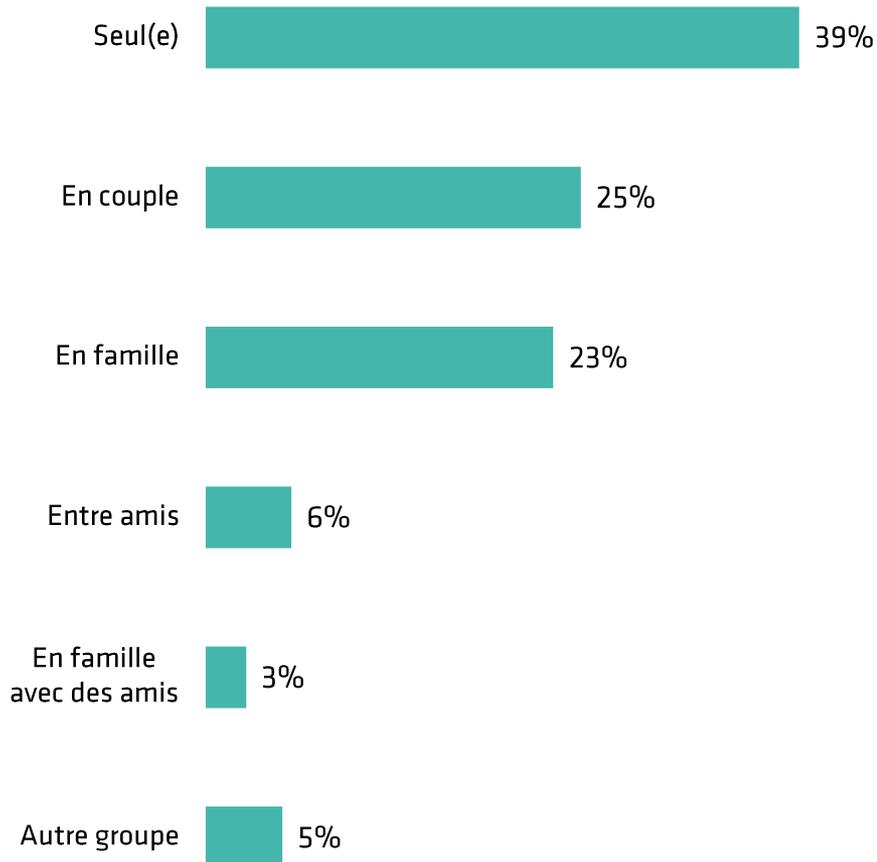


Base : répondants.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.  
\*clientèles européennes (hors France).

# Accompagnants

## Ensemble clientèles européennes



## Clientèles françaises - événements sportifs

36%

23%

24%

7%

4%

6%

## Clientèles européennes\* - événements sportifs

25%

30%

18%

12%

6%

9%

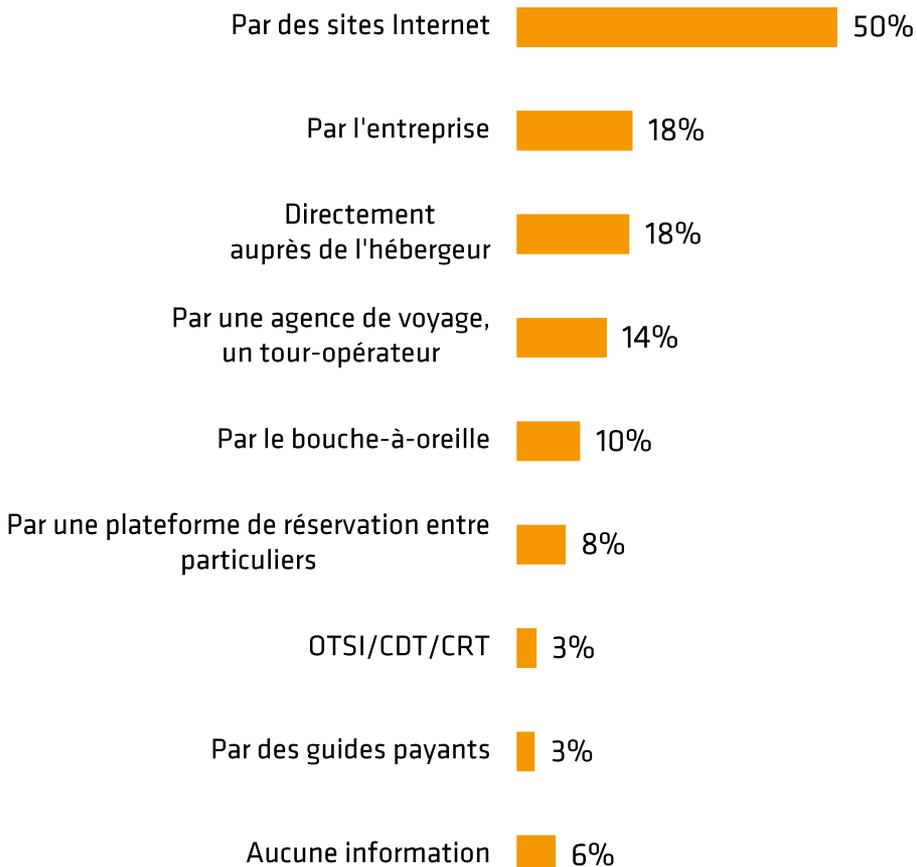
Base : répondants.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.  
\*clientèles européennes (hors France).

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

# Information sur le mode d'hébergement

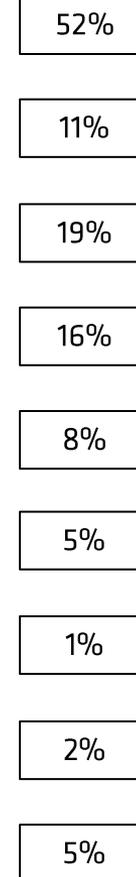
## Ensemble clientèles européennes



## Clientèles françaises - événements sportifs



## Clientèles européennes\* - événements sportifs



Base : hébergement marchand.  
Plusieurs réponses possibles.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.  
\*clientèles européennes (hors France).

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

# Réservation de l'hébergement

## Ensemble clientèles européennes

Par des sites Internet 45%

Directement auprès de votre hôteur 22%

Par mon entreprise 20%

Par une agence de voyage, un tour-opérateur 14%

Par une plateforme de réservation entre particuliers 7%

OTSI/CDT/CRT 1%

Aucune réservation à l'avance 5%

## Clientèles françaises - événements sportifs

53%

24%

20%

15%

12%

3%

6%

## Clientèles européennes\* - événements sportifs

43%

23%

14%

18%

5%

1%

5%

Base : hébergement marchand.  
Plusieurs réponses possibles.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.  
\*clientèles européennes (hors France).

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

# Motif du séjour

*Ensemble clientèles européennes*



*Clientèles françaises - événements sportifs*

58%

42%

*Clientèles européennes\* - événements sportifs*

68%

32%

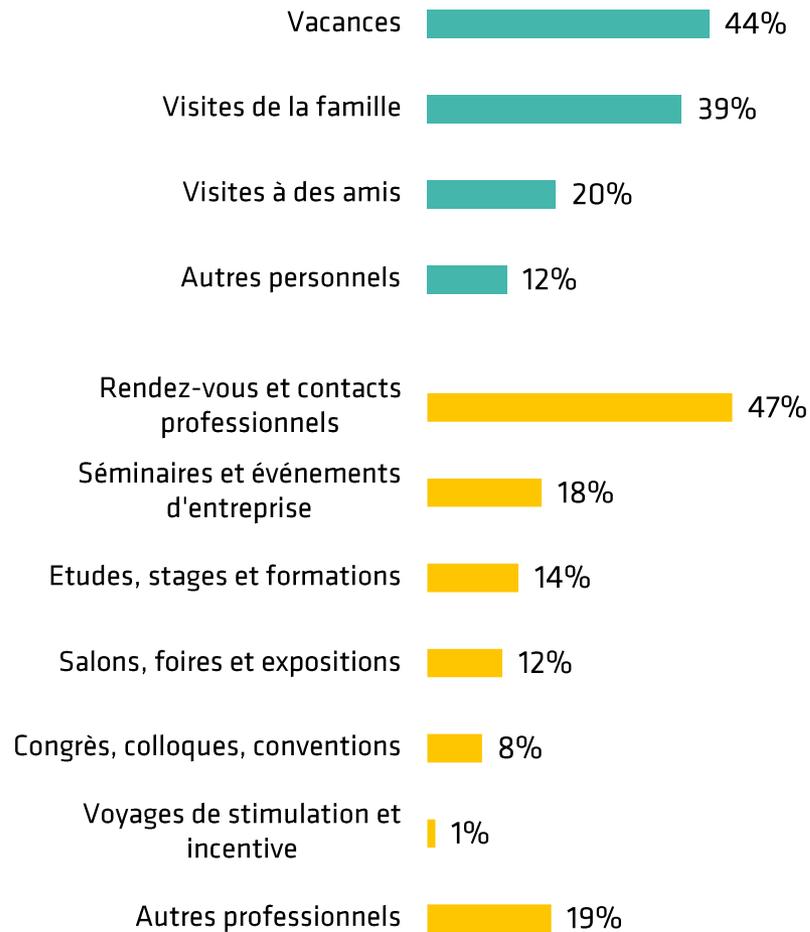
Base : répondants.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.  
\*clientèles européennes (hors France).

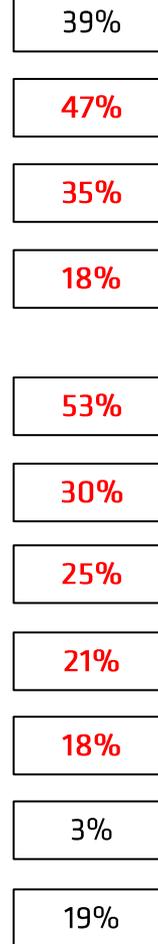
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et les aires d'autoroutes – CRT Paris Île-de-France.

# Motif du séjour détaillé

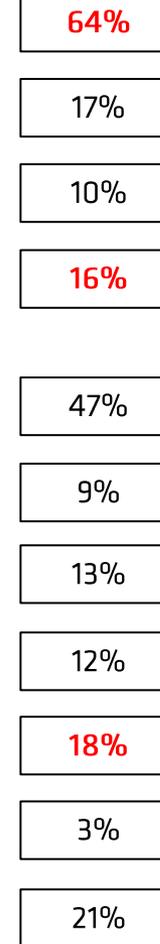
## Ensemble clientèles européennes



## Clientèles françaises - événements sportifs



## Clientèles européennes\* - événements sportifs



Base : répondants.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.  
\*clientèles européennes (hors France).

# Type de voyage

*Ensemble clientèles  
européennes*

*Clientèles françaises -  
événements sportifs*

*Clientèles européennes\* -  
événements sportifs*

Individuel non organisé



87%

82%

75%

Individuel organisé



8%

8%

15%

Au sein d'un groupe organisé



5%

10%

10%

Base : répondants.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.

\*clientèles européennes (hors France).

# Circuits

*Ensemble clientèles européennes*

Paris Île-de-France uniquement



84%

Circuits villes françaises



12%

Circuits villes européennes



4%

*Clientèles françaises - événements sportifs*

*Clientèles européennes\* - événements sportifs*

83%

81%

15%

15%

3%

5%

Base : répondants.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.  
\*clientèles européennes (hors France).

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

# Modes d'hébergement

*Ensemble clientèles européennes*

*Clientèles françaises - événements sportifs*

*Clientèles européennes\* - événements sportifs*

Durée moyenne du séjour

**3,3 nuits**

**4,1 nuits**

**4,5 nuits**

Hôtels

**51%**

49%

**66%**

Reste marchands

**9%**

10%

Hébergements non marchands

**36%**

38%

**17%**

Autres

**4%**

3%

2%

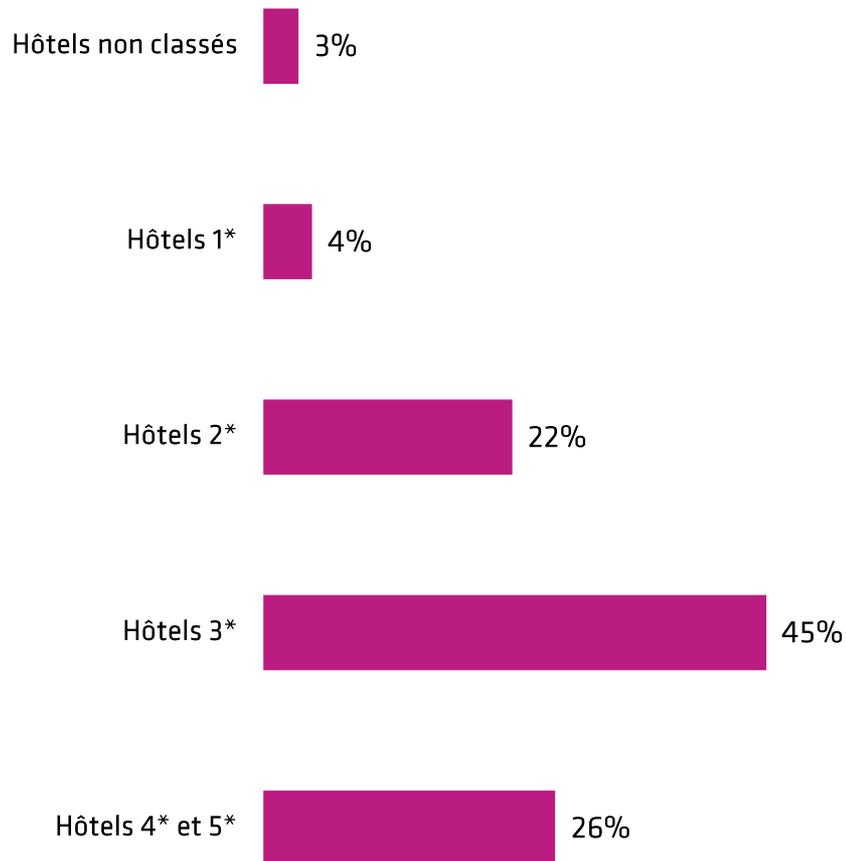
Base : répondants.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.

\*clientèles européennes (hors France).

# Catégories d'hôtels

## Ensemble clientèles européennes



## Clientèles françaises - événements sportifs

3%

7%

24%

44%

22%

## Clientèles européennes\* - événements sportifs

3%

5%

12%

54%

26%

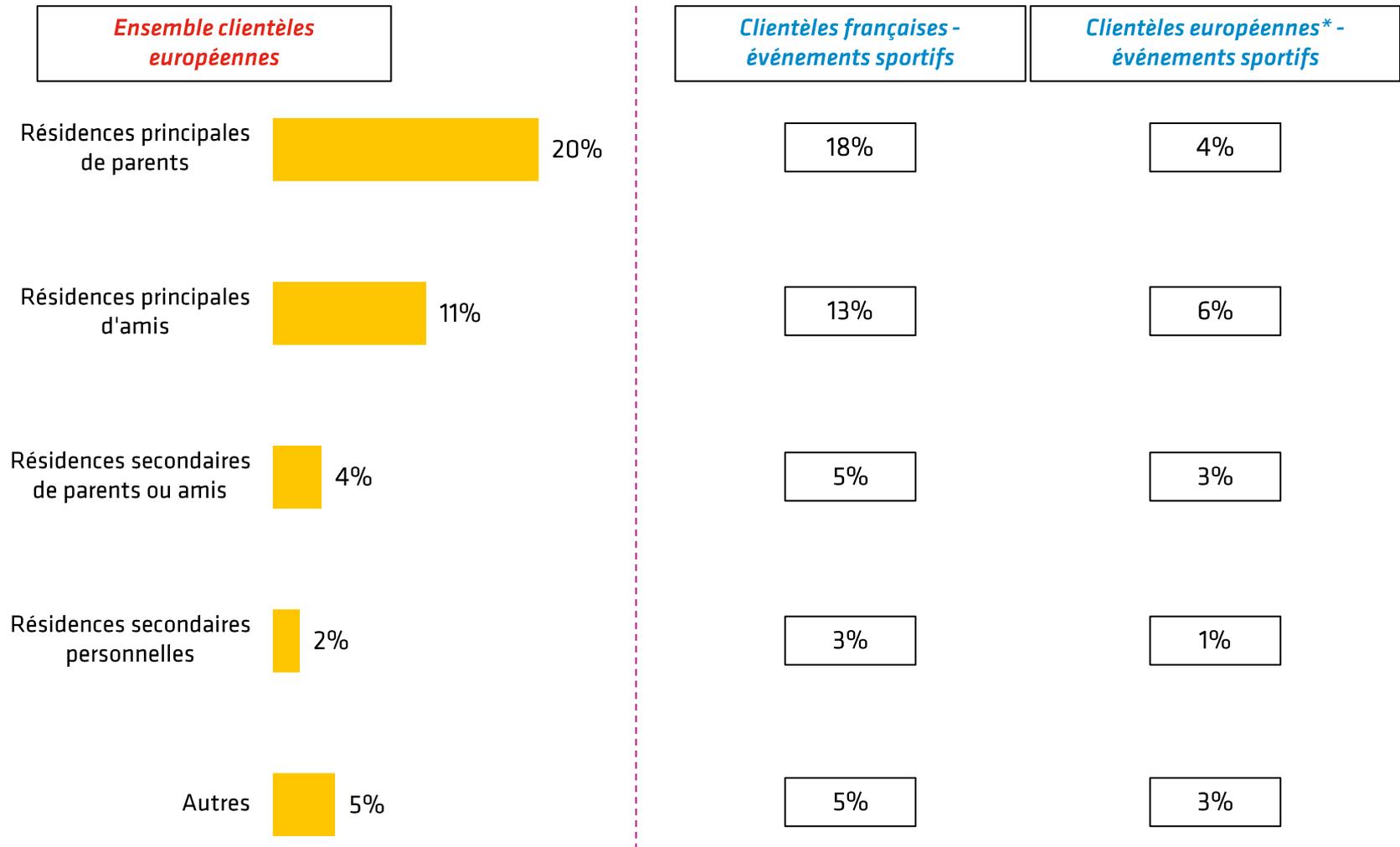
Base : répondants – Séjours hôtels.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.

\*clientèles européennes (hors France).

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.

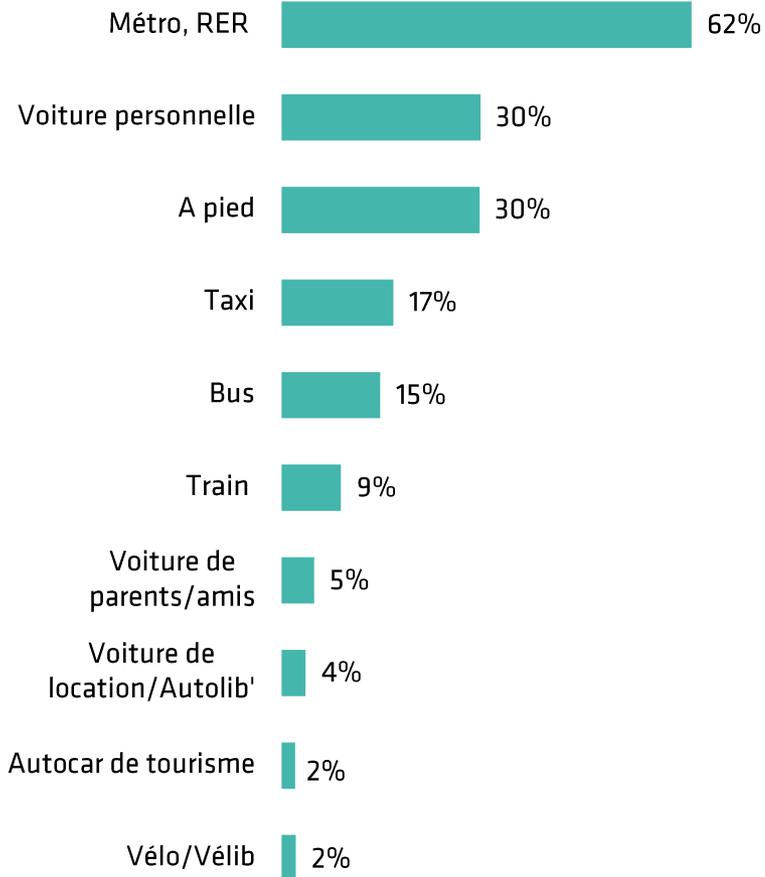
X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.

\*clientèles européennes (hors France).

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

## Ensemble clientèles européennes



## Clientèles françaises - événements sportifs



## Clientèles européennes\* - événements sportifs



Base : répondants. Plusieurs réponses possibles.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.  
\*clientèles européennes (hors France).

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

# Activités pratiquées

Ensemble clientèles  
européennes

Clientèles françaises -  
événements sportifs

Clientèles européennes\* -  
événements sportifs

Nombre moyen d'activités pratiquées 3,3

5,6

5,1

Visites de musées et monuments 72%

85%

86%

Découverte des villes 58%

63%

59%

Shopping 35%

42%

41%

Visite de parcs  
d'attractions 25%

39%

28%

Visites de parcs  
et jardins 24%

33%

31%

Base : « ont pratiqué au moins une activité ».

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.

\*clientèles européennes (hors France).

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

# Sites visités

**Ensemble clientèles européennes**

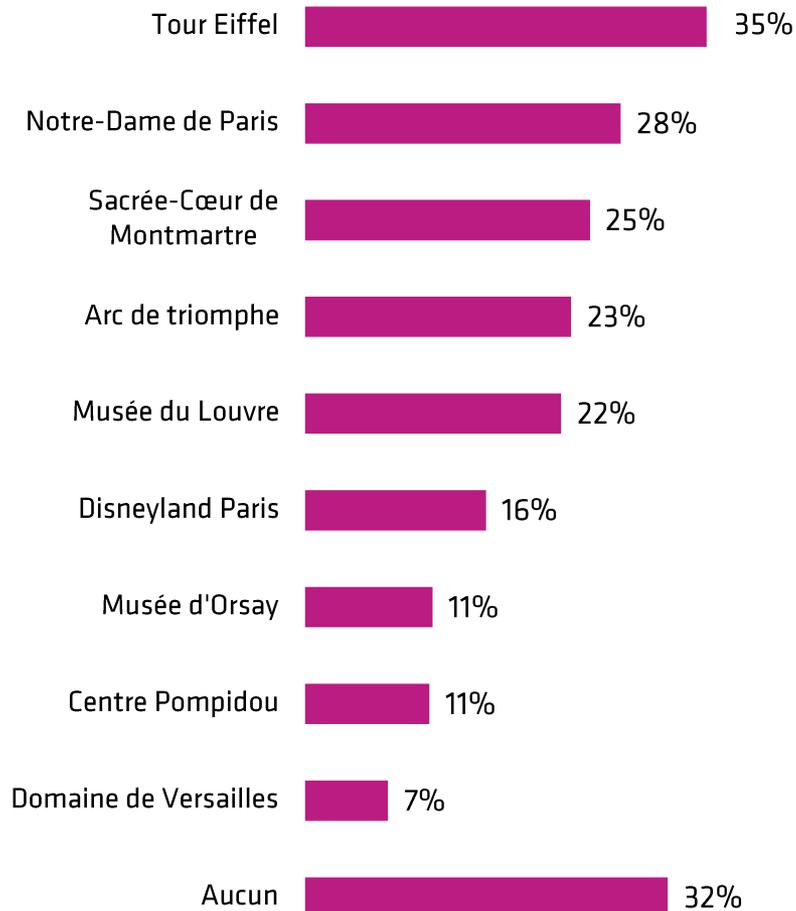
**Clientèles françaises - événements sportifs**

**Clientèles européennes\* - événements sportifs**

Nombre moyen de sites visités **2,3**

**4,2**

**3,4**



Base : répondants.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.  
\*clientèles européennes (hors France).

# Dépenses

*Ensemble clientèles européennes*

*Clientèles françaises - événements sportifs*

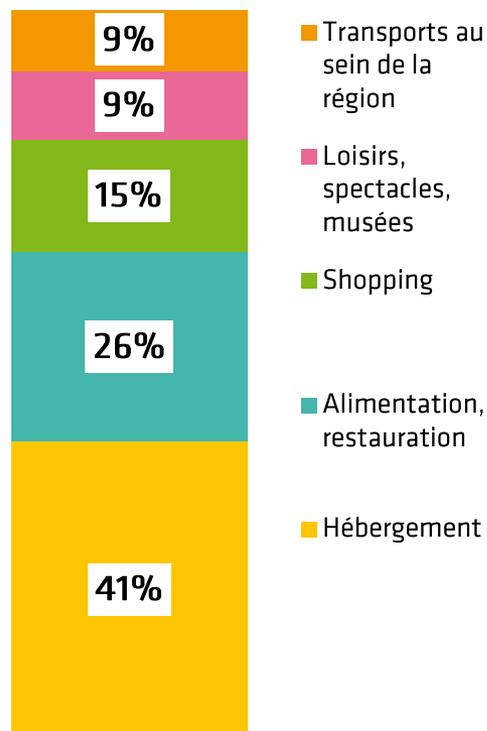
*Clientèles européennes\* - événements sportifs*

Dépense totale par jour et par personne

**103€**

**106€**

**119€**



8%

7%

15%

8%

16%

12%

24%

24%

36%

49%

Base : répondants.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.

\*clientèles européennes (hors France).

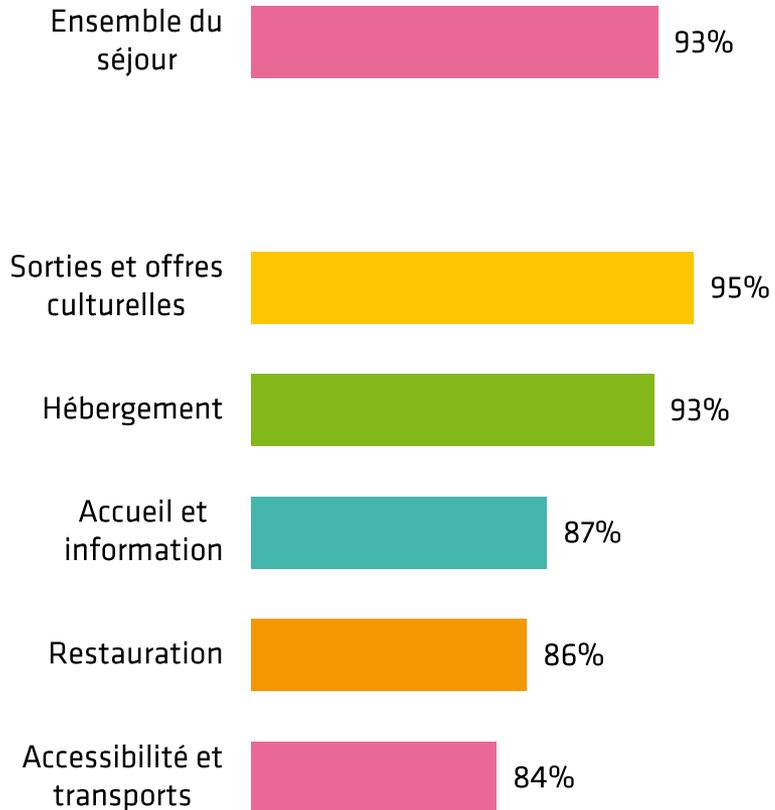
# Satisfaction

## Détail selon les composantes du séjour

Ensemble clientèles  
européennes

Clientèles françaises -  
événements sportifs

Clientèles européennes\* -  
événements sportifs



94%

94%

92%

89%

95%

90%

85%

88%

84%

89%

81%

90%

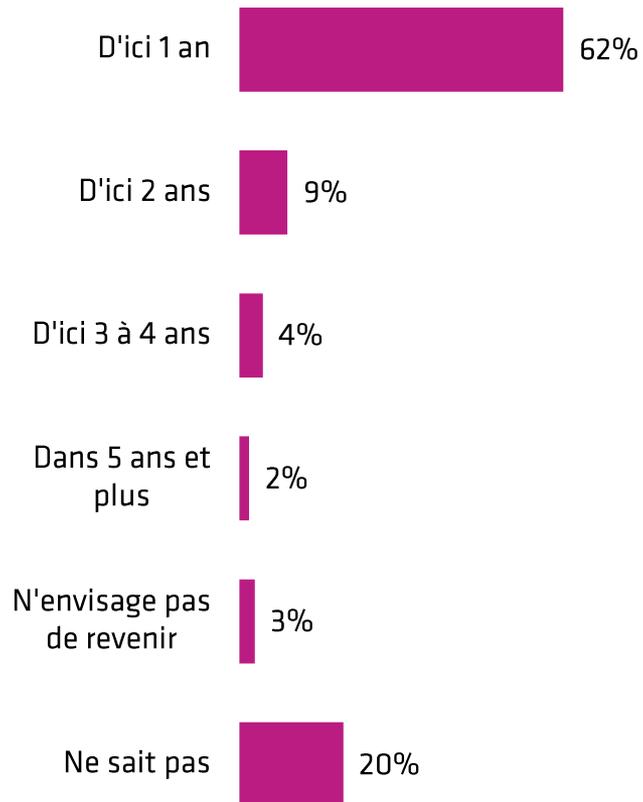
Base : répondants.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.  
\*clientèles européennes (hors France).

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

# Intention de retour

## Ensemble clientèles européennes



## Clientèles françaises - événements sportifs

75%

6%

2%

1%

2%

14%

## Clientèles européennes\* - événements sportifs

52%

17%

6%

3%

4%

18%

Base : répondants.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des touristes européens.  
\*clientèles européennes (hors France).

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

# LES ATTENTES DES SUPPORTEURS DE L'UEFA EURO 2016™



*By derkommander0916*

Une enquête quantitative *online* auprès de 516 futurs visiteurs potentiels de la destination, à l'occasion de l'UEFA EURO 2016™.

12 marchés interrogés

516 supporters interrogés



*Allemagne*  
(N = 42)



*Angleterre*  
(N = 47)



*Russie*  
(N = 42)



*Belgique*  
(N = 42)



*Espagne*  
(N = 42)



*Italie*  
(N = 42)



*Portugal*  
(N = 44)



*Suède*  
(N = 43)



*Pologne*  
(N = 44)



*Rép. Tchèque*  
(N = 43)



*Croatie*  
(N = 42)



*Pays de Galles*  
(N = 43)

Tous envisagent d'assister à des matchs de l'Euro 2016, en France

42 enquêtes minimum par pays émetteur, permettant une analyse fine des écarts entre les différentes nationalités

Périmètre de pays interrogés sur la base des pays qualifiés et en fonction du potentiel de visiteurs

# PROFIL DES INTERVIEWÉS

516 supporters de 12 pays



59%



41%

18 à 25 ans 20%

26 à 35 ans 33%

36 à 45 ans 20%

46 à 55 ans 15%

56 à 75 ans 12%

Âge moyen 37 ans

Marchés où les résultats sont plus élevés

Marchés où les résultats sont moins élevés

Pas d'écart significatif sur les différents marchés





N = 516

# PROFIL DES INTERVIEWÉS

## Marchés où les résultats sont plus élevés

## Marchés où les résultats sont moins élevés

CSP + et intermédiaire	38%	} 62%
CSP -	39%	
Inactifs	23%	



### Revenu net du foyer

Moins de 2 000 Euros	38%	} 60%
2 000 à 2 999 Euros	22%	
3 000 à 4 999 Euros	21%	
5 000 Euros et plus	11%	



Refus de répondre	9%
-------------------	----

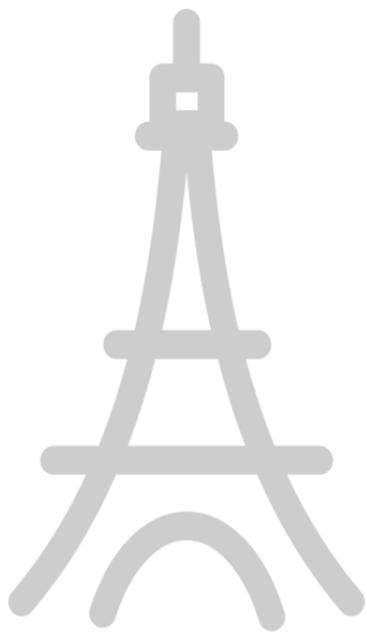




N = 516

# CONNAISSANCE DE LA DESTINATION

Nombre de voyages à Paris au cours des 5 dernières années



*1,3 en moyenne*

Plus de 3 fois : 14%



2 fois : 17%



1 fois : 35%



Jamais : 33%



67%  
Repeaters

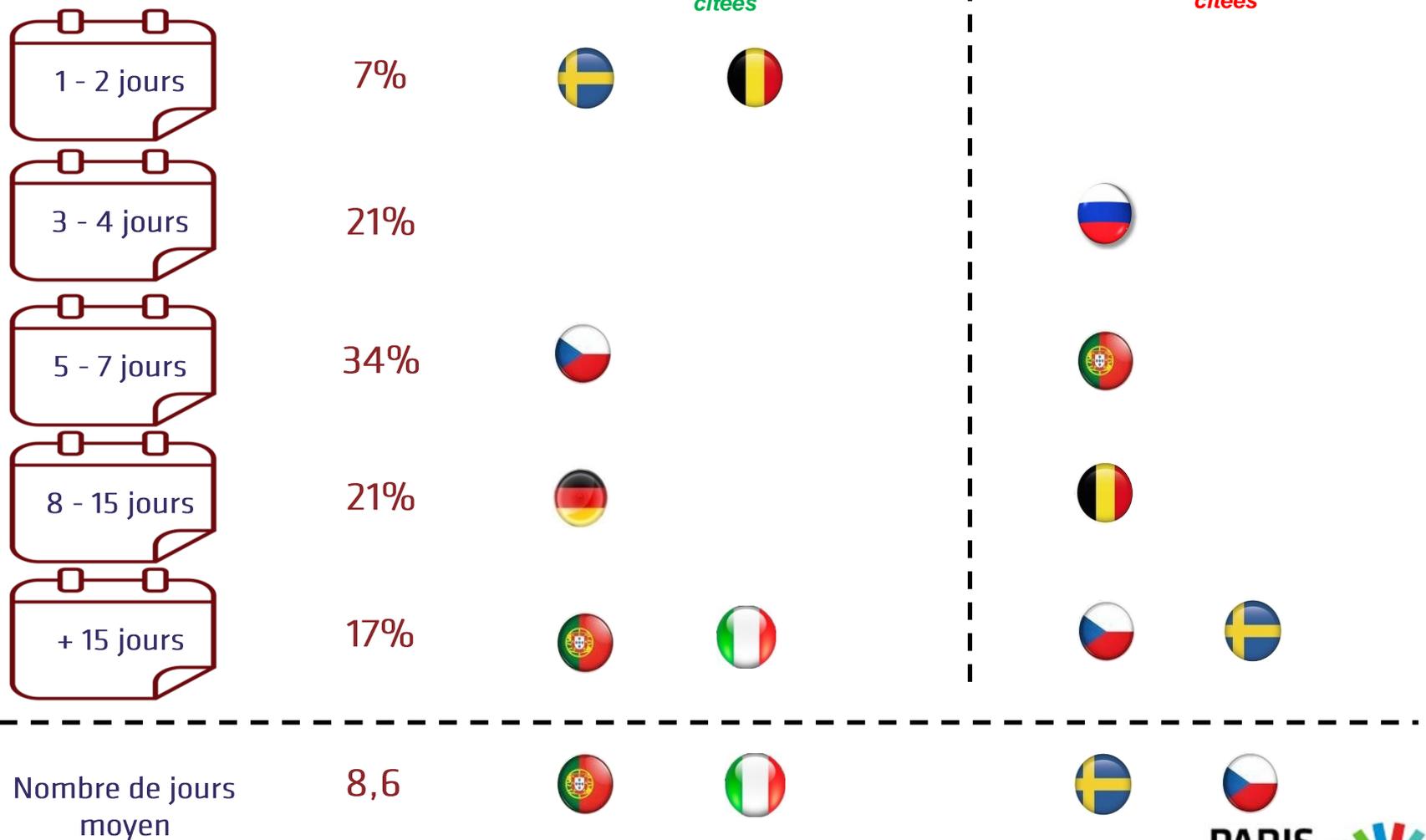
33%  
Primo-visiteurs



N = 516

# DURÉE ENVISAGÉE DU SÉJOUR

Nombre de jours envisagés à Paris et dans ses environs





N = 516

Visite d'autres lieux  
en France



Oui, j'aimerais visiter  
d'autres destinations en  
France durant le même  
séjour **82%**



Non, je resterai à Paris et  
ses environs durant tout  
mon séjour **18%**

## MODALITÉS DE SÉJOUR ENVISAGÉES

Marchés où les modalités sont  
plus citées



Marchés où les modalités sont  
moins citées





N = 516

# MOTIVATIONS AU SÉJOUR

Viendrait à Paris ou dans ses environs...



... uniquement si il a des billets pour accéder au(x) stade(s) 54%

... avec ou sans billet pour accéder au(x) stade(s) 45%

... sans billet 1%

Viendrait pour...

... 1 match uniquement 26%

... 2 à 3 matchs 46%

... l'ensemble des matchs de son équipe 28%

Marchés où les motivations sont plus élevées



Marchés où les motivations sont moins élevées





N = 516

# ACTIVITÉS ENVISAGÉES SUR PLACE DURANT L'EURO 2016 (1/2)

Activités envisagées  
(réponses multiples possibles)



Assister à des matchs 82%



Découvrir la ville 71%



Visiter des musées 54%



Faire du shopping 53%



Découvrir la gastronomie 46%



Sortir la nuit 41%



Visiter des parcs / jardins 34%



Assister à des matchs  
sur écran géant 30%

Marchés où les activités  
sont plus citées



Marchés où les activités sont  
moins citées



PARIS  
REGION  
COMITÉ RÉGIONAL  
DU TOURISME



# ACTIVITÉS ENVISAGÉES SUR PLACE DURANT L'EURO 2016 (2/2)



N = 516

Activités envisagées  
(réponses multiples possibles)



Marchés, brocantes, foires 29%



Découvrir de nouveaux quartiers 27%



Assister à un événement 27%



Faire des excursions 24%



Participer à des événements dédiés aux supporters 24%



Assister à des spectacles 23%



Visiter des parcs d'attraction 22%

Marchés où les activités sont plus citées



Marchés où les activités sont moins citées



PARIS  
REGION  
COMITÉ RÉGIONAL  
DU TOURISME

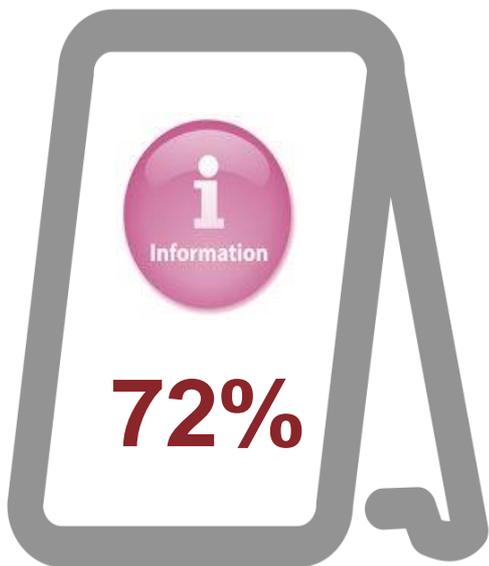




N = 516

# POINTS D'INFORMATION ET D'ACCUEIL TOURISTIQUE

Envisagez-vous de vous rendre dans un ou plusieurs points d'information et d'accueil touristique?



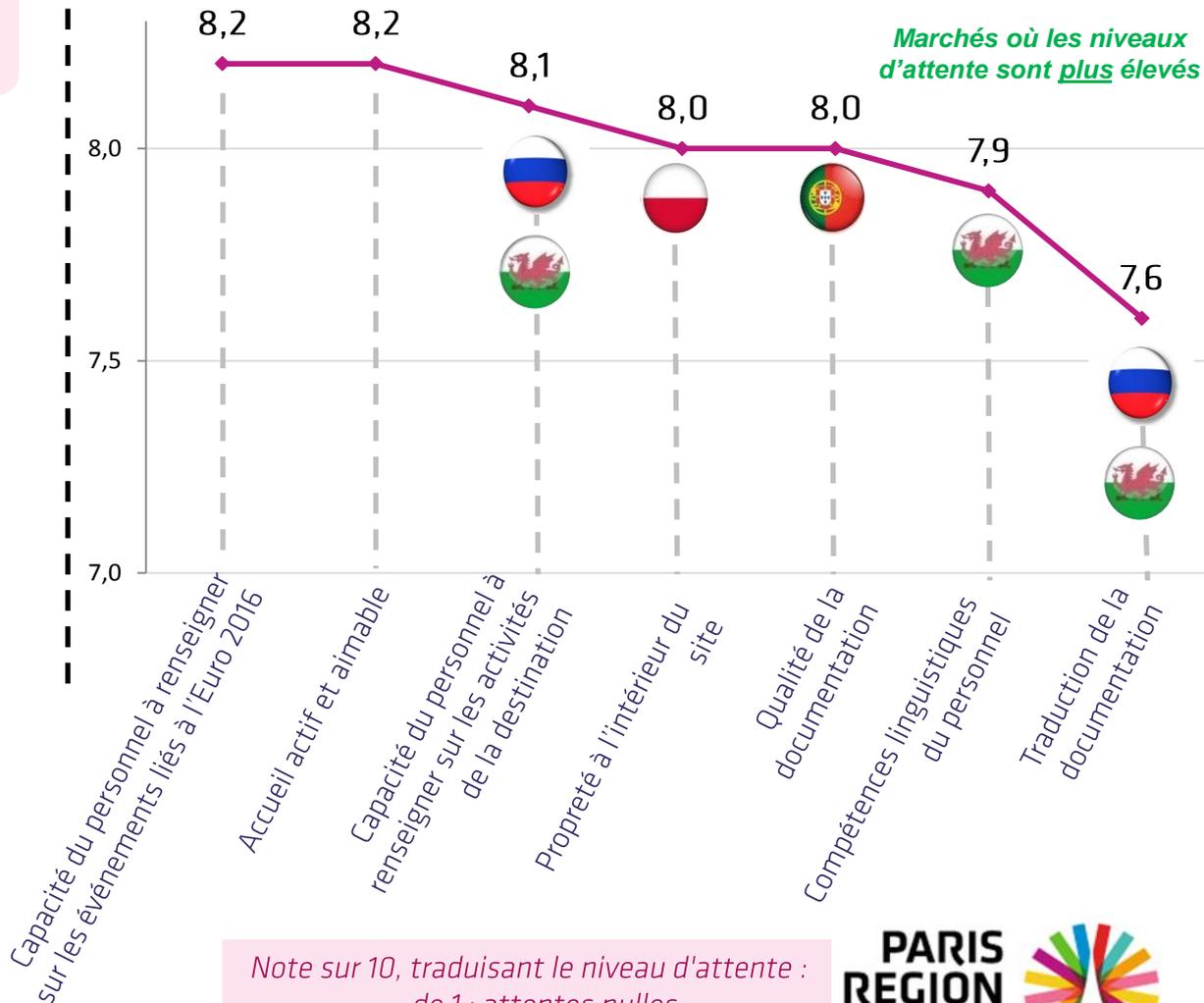
Marchés où cela est plus cité



Attentes vis-à-vis des points d'information et d'accueil touristique



N = 369



Note sur 10, traduisant le niveau d'attente :  
- de 1 : attentes nulles  
- à 10 : attentes extrêmement fortes

PARIS  
REGION  
COMITÉ RÉGIONAL  
DU TOURISME



35

# RESTAURATION

Envisagez-vous de vous rendre dans des lieux de restauration?

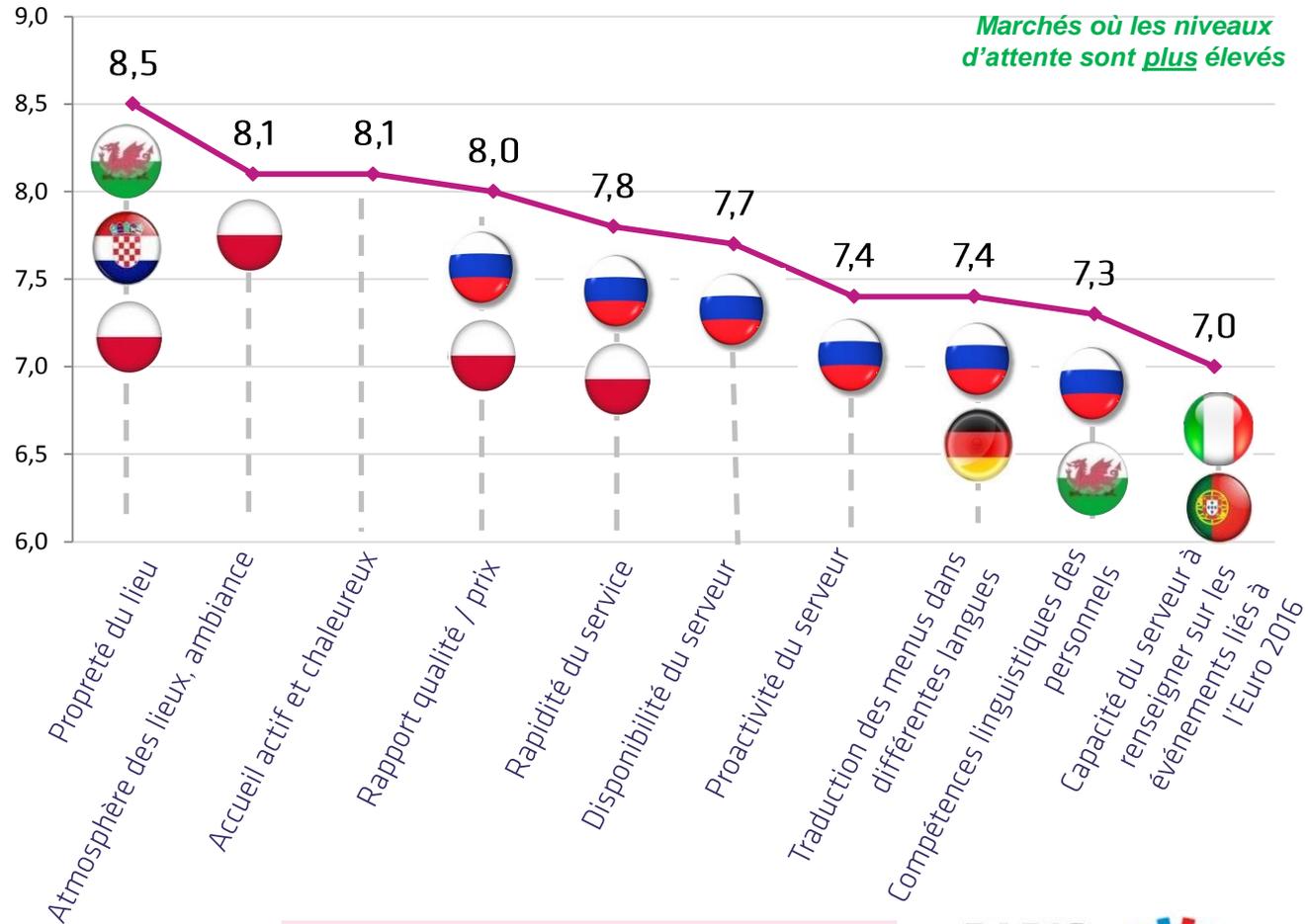


98%

 N = 516

Attentes vis-à-vis des restaurants et brasseries

 N = 505



Note sur 10, traduisant le niveau d'attente :  
 - de 1 : attentes nulles  
 - à 10 : attentes extrêmement fortes



N = 516

# MUSÉES ET MONUMENTS (1/2)

Envisagez-vous de visiter un ou plusieurs musée(s) ou monument(s) à Paris ou dans ses environs?



# 87%

Marchés où cela est plus cité



Les plus cités:



N = 447

Marchés où ces sites sont plus cités



Arc de triomphe

60%



Tour Eiffel

58%



Musée du Louvre

55%



Cathédrale  
Notre-Dame

48%



Château de Versailles

46%

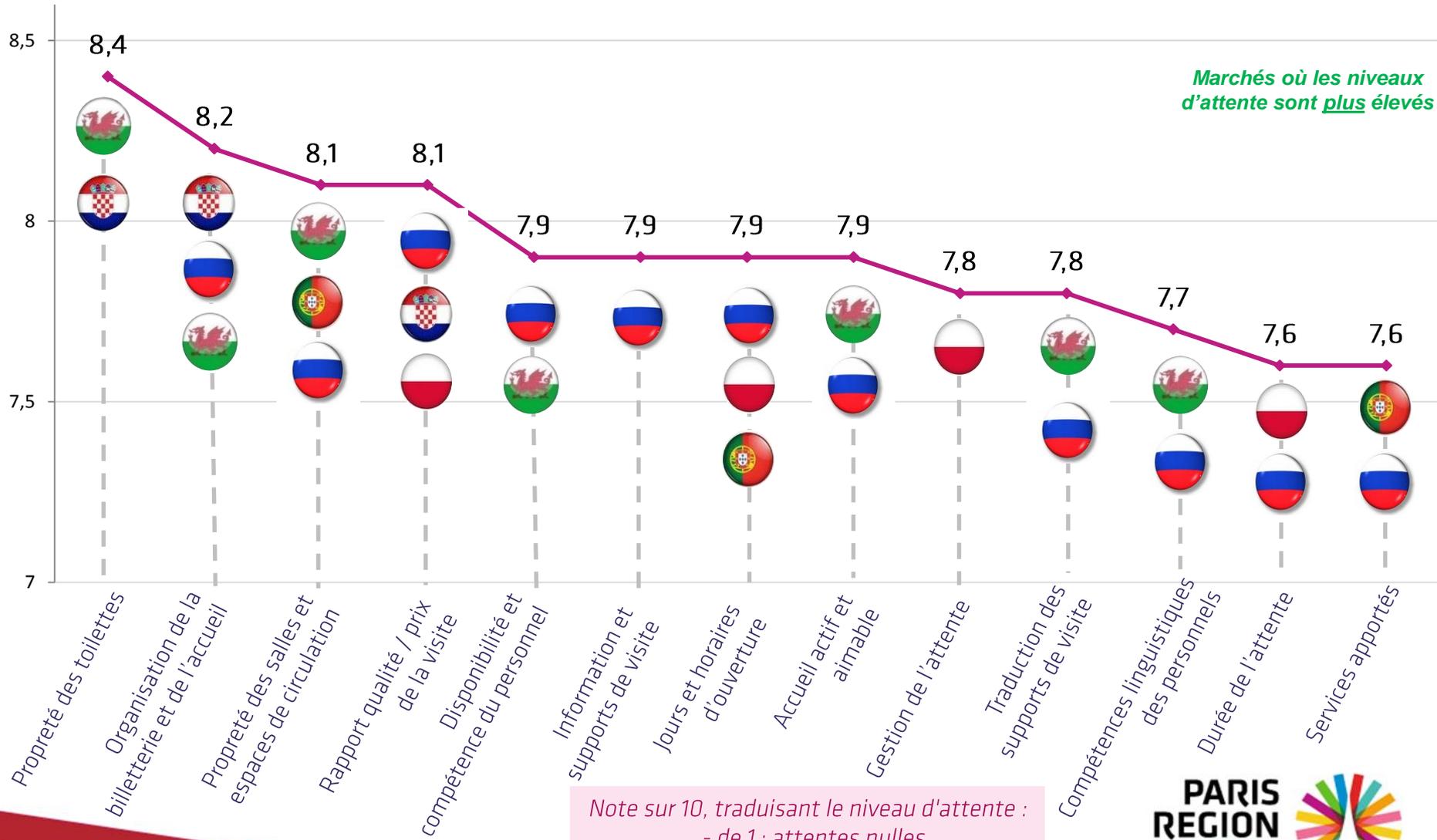


# MUSÉES ET MONUMENTS (2/2)

Attentes vis-à-vis des musées et monuments



N = 447



Note sur 10, traduisant le niveau d'attente :  
 - de 1 : attentes nulles  
 - à 10 : attentes extrêmement fortes

# EXCURSIONS

Excursions envisagées



N = 516



59%



Type(s)  
d'excursions  
(réponses multiples possibles)



N = 305



Croisières sur la  
Seine

79%



Bus (hop on /  
hop off,...)

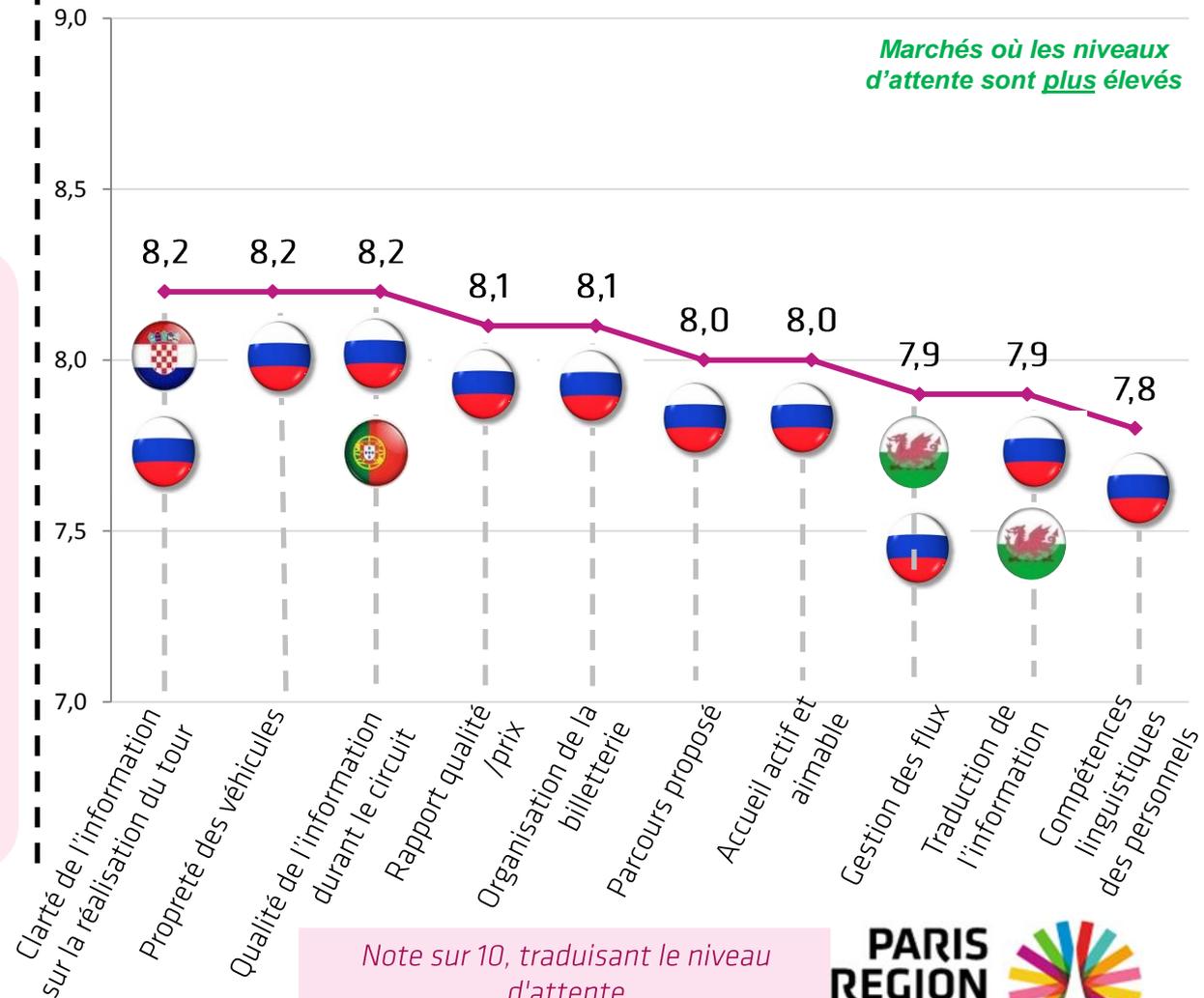
43%



Attentes vis-à-vis des excursions



N = 305



Note sur 10, traduisant le niveau d'attente  
- de 1 : attentes nulles  
- à 10 : attentes extrêmement fortes

# MOYENS DE TRANSPORT

Moyens de transport envisagés sur place  
(réponses multiples possibles)  N = 516



Transports en commun

79%



Taxi

39%



Véhicule individuel

34%



Services de VTC

12%



Moyens de transport doux

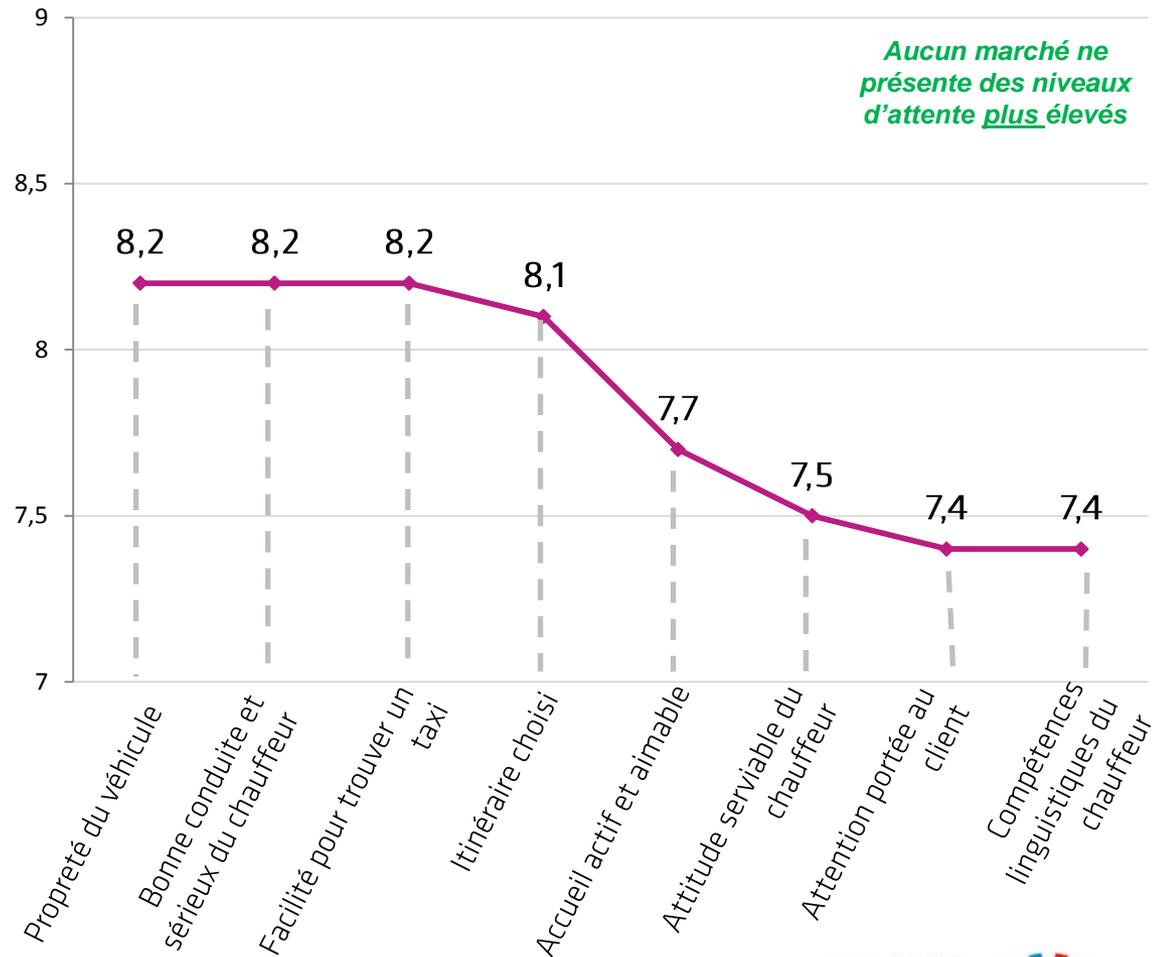
12%



Attentes vis-à-vis des taxis



N = 201



Note sur 10, traduisant le niveau d'attente  
- de 1 : attentes nulles  
- à 10 : attentes extrêmement fortes



N = 516

Les attentats de Paris en 2015 n'auront pas d'influence sur ma décision de me rendre à l'Euro 2016 à Paris

44%

Si je ne me rends finalement pas à l'Euro 2016, ce ne sera pas à cause des attentats de Paris

27%

En raison des attentats de Paris, je ne sais pas si je me rendrai à l'Euro 2016 à Paris

26%

En raison des attentats de Paris, je ne me rendrai pas à l'Euro 2016

3%

71%  
*pas d'impact*

29%  
*Impact possible*

## FOCUS SUR LA SÉCURITÉ (1/2)

Marchés où les modalités sont plus citées



Marchés où les modalités sont moins citées





N = 516

## FOCUS SUR LA SÉCURITÉ (2/2)

Je souhaiterai avoir des informations pratiques, des conseils destinés aux touristes, pour effectuer un séjour en toute sécurité

D'ACCORD 91%  
dont TOUT À FAIT D'ACCORD 37%

Je souhaiterai avoir des informations sur les mesures de sécurité prises par les autorités

D'ACCORD 87%  
dont TOUT À FAIT D'ACCORD 37%

Je fais confiance aux autorités françaises pour que l'Euro 2016 à Paris se déroule dans des conditions de sécurité optimales

D'ACCORD 84%  
dont TOUT À FAIT D'ACCORD 32%

La question de la sécurité se pose à Paris, de la même manière que dans toutes les grandes capitales mondiales

D'ACCORD 79%  
dont TOUT À FAIT D'ACCORD 30%

Marchés où les modalités sont plus citées



Marchés où les modalités sont moins citées



# L'UEFA EURO 2016™ À PARIS ÎLE-DE-FRANCE

2 STADES

- Stade de France – Plaine Commune Grand Paris  
[www.stadedefrance.com](http://www.stadedefrance.com)
- Parc des Princes – Paris  
[www.leparcdesprinces.fr](http://www.leparcdesprinces.fr)

- **Fan zone Tour Eiffel**  
Ouverte les jours de retransmission et/ou de concert  
Ouverture entre 15h et 18h et jusqu'à minuit  
Accès gratuit
- **Fan zone de Saint-Denis (Parc de la Légion d'Honneur)**  
Ouverte du 10 juin au 10 juillet  
Retransmission les jours de matchs et concerts les autres jours  
Accès gratuit

2 FAN ZONES

# L'UEFA EURO 2016™ À PARIS ÎLE-DE-FRANCE

4 CAMPS DE BASE

- **Clairefontaine (78)**  
Equipe de France
  - **Versailles (78)**  
Equipe d'Irlande
  - **Marcoussis (91)**  
Equipe du Portugal
  - **Rueil-Malmaison (92)**  
Equipe de Russie
- +** dans l'Oise
- **Chantilly (60)**  
Equipe d'Angleterre
  - **Orry-la-Ville (60)**  
Equipe de Roumanie

## Stade de France

- 10 juin  
France - Roumanie
- 13 juin  
Irlande - Suède
- 16 juin  
Allemagne - Pologne
- 22 juin  
Islande - Autriche
- 27 juin  
un huitième de finale
- 3 juillet  
un quart de finale
- 10 juillet  
FINALE

## Parc des Princes

- 12 juin  
Turquie - Croatie
- 15 juin  
Roumanie - Suisse
- 18 juin  
Portugal - Autriche
- 21 juin  
Irlande du Nord -  
Allemagne
- 25 juin  
un huitième de finale

12 MATCHS

## NOUS CONTACTER

Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France  
11 rue du faubourg Poissonnière, 75 009 Paris

### Direction de la Qualité

Pierre-Yves HUDAULT, Directeur de la Qualité, [pyhudault@visitparisregion.com](mailto:pyhudault@visitparisregion.com)

### Pôle Etudes & Observation

Sandrine CHAUSSON, Responsable, 01 73 00 77 57, [schausson@visitparisregion.com](mailto:schausson@visitparisregion.com)  
Mathieu BELLIARD, Chargé de mission Etudes et observation, 01 73 04 83 10, [mbelliard@visitparisregion.com](mailto:mbelliard@visitparisregion.com)  
Aurélian CATANA, Chargé de mission Observation, 01 73 00 77 06, [acatana@visitparisregion.com](mailto:acatana@visitparisregion.com)

### Pôle Qualité & Accessibilité

Véronique PETITPAS, Responsable, 01 73 00 77 46, [vpetitpas@visitparisregion.com](mailto:vpetitpas@visitparisregion.com)  
Gwenn JULLY, Chargée de mission Qualité, 01 73 04 83 05, [gjully@visitparisregion.com](mailto:gjully@visitparisregion.com)