

# LES ALLEMANDS

**33,4 %**  
des touristes  
sont venus en avion

**28,9 %**  
des touristes  
sont venus en train

**37,7 %**  
des touristes  
sont venus par la route

> Population totale : **81,0 millions** d'habitants  
> Taux de croissance économique : **+1,5 %**

> Taux de chômage : **4,6 %**  
> Taux d'inflation : **+0,1 %**

Sources : Banque mondiale, FMI.



**65,1 %**  
REPEATERS

**34,9 %**  
PRIMO-VISITEURS

La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 58,1% de repeaters et de 41,9% de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

## POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDERANT



**54,3 %**  
Sites Internet



**17,0 %**  
Entreprises



**15,0 %**  
Directement auprès des hébergeurs



**13,7 %**  
Agences de voyages, tour-opérateurs



**9,6 %**  
Plateformes de réservation entre particuliers



**0,5 %**  
OTSI, CDT, CRT



**2,8 %**  
Autres



**2,0 %**  
Aucune réservation à l'avance

À l'étape de la préparation du voyage, les Allemands favorisent également Internet (53,2%, -2,4 points), devant les entreprises (16,2%, +7,0 points).

Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

### QUEL PROFIL ?

Les visiteurs allemands ont un âge moyen (41 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont employés pour 34,3% (+8,5 points) et sont issus des PCS<sup>(1)</sup> pour plus de 3 visiteurs sur 10 (31,2%, -4,8 points). Ils proviennent de Rhénanie-du-Nord-Westphalie (21,3%), de Bavière (19,4%), du Bade-Wurtemberg (18,2%), de Hesse (12,9%) et de Berlin (11,4%).

(1) Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

### QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Près des deux tiers (66,1%, -7,4 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent seuls (29,5%, +2,7 points), en couple (24,6%, -2,0 points) ou en famille (23,4%, -2,1 points). Ils voyagent en individuel non organisé pour 89,1% (+7,0 points). Ils sont 6,8% à opter pour un séjour en individuel organisé (-4,0 points) et 4,0% à préférer les groupes organisés (-3,0 points).

### QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de 8 séjours sur 10 (86,5%, +2,4 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 71,3% (moyen de gamme pour 58,9% et haut de gamme pour 35,9%), les meublés et locations saisonnières (6,4%) ainsi que les résidences hôtelières (4,7%). Les résidences principales d'amis (6,9%), de parents (3,5%) ainsi que les résidences secondaires de parents ou d'amis (2,2%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

### QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées par les touristes allemands sont les visites de musées et monuments (81,7%), la découverte des villes (78,3%) et celle de la gastronomie française (38,1%). Par rapport à l'ensemble des clientèles, ils sont particulièrement attirés par la découverte des villes (+6,9 points) et les sorties nocturnes (24,4%, +4,8 points). En revanche, ils se consacrent moins aux visites de marchés et brocantes (15,9%, -8,5 points), de parcs d'attractions (19,2%, -7,4 points), au shopping (37,8%, -7,3 points) ainsi qu'aux visites de parcs et jardins (33,1%, -5,7 points). Ils sont également moins intéressés par les musées et monuments (-4,9 points) ainsi que par les visites guidées de quartiers (5,4%, -3,3 points).

### QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (58,3%), Notre-Dame de Paris (52,7%), le Sacré-Cœur de Montmartre (45,0%), l'Arc de triomphe (40,9%) et le musée du Louvre (38,7%). Ils sont plus nombreux à visiter le Sacré-Cœur de Montmartre (+6,5 points). En revanche, ils visitent moins que les autres clientèles le musée du Louvre (-11,2 points), l'Arc de triomphe (-9,9 points), le musée d'Orsay (12,6%, -7,8 points), le château de Versailles (6,8%, -6,9 points) et Disneyland® Paris (11,0%, -6,0 points).



### DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE RESTAURATION<sup>(1)</sup>



**96,0 %**  
Ensemble du séjour



**96,8 %**  
Sorties et offre culturelle



**89,5 %**  
Hébergement



**88,5 %**  
Accueil et information



**88,1 %**  
Accessibilité et transports

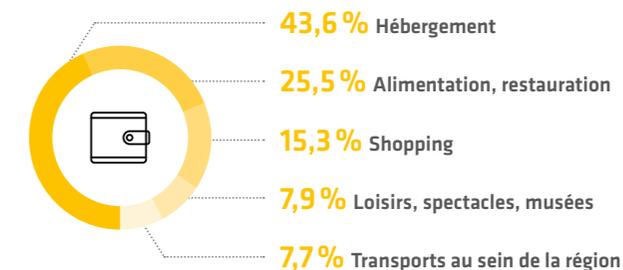


**83,2 %**  
Restauration

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 94,5%.

(1) % satisfaits et très satisfaits.

### PLUS DE 40 % DES DÉPENSES DES ALLEMANDS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Allemands, dont la dépense moyenne par jour et par personne (126 €) est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles (153 €), accordent une part plus importante de leur budget à la restauration (+2,8 points) et moins importante au shopping (-4,1 points).

### À RETENIR <

- > **1 199 000 séjours** soit 6,2% des séjours de la clientèle internationale
- > **3 795 000 nuitées** soit 4,4% des nuitées de la clientèle internationale
- > **3,2 nuits** en moyenne
- > **65,1%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- > **96,0%** voyagent en individuel
- > **66,1%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- > **126 €** de dépense moyenne par jour et par personne
- > **398 €** de budget moyen du séjour par personne
- > **96,0 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- > **61,1 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

### NOS SUGGESTIONS <

- > **Accorder une attention particulière à la cible que constituent les voyageurs professionnels**
- > **Communiquer davantage sur les possibilités de visites hors de Paris intra-muros**
- > **Proposer des produits touristiques valorisant la découverte des villes et les sorties nocturnes**