

les Études

avril 2010

COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME PARIS ILE-DE-FRANCE
11, RUE DU FAUBOURG POISSONNIÈRE - 75009 PARIS - TÉL. 01 73 00 77 00

LES REPEATERS BRITANNIQUES, ALLEMANDS ET ESPAGNOLS

CRT Paris Ile-de-France
IPSOS Marketing

Les différentes études ainsi que les dispositifs d'enquêtes du CRT dans les aéroports et les trains ont démontré le potentiel des repeaters pour la destination Paris Ile-de-France. Mais qui sont précisément ces visiteurs amateurs de la destination ? Que recherchent-ils au fur et à mesure de leurs visites ? Comment s'organisent-ils ? Quelles sont leurs attentes ? Afin d'affiner la connaissance de ces visiteurs, le CRT Paris Ile-de-France a réalisé une étude mixant les approches qualitative et quantitative pour des résultats riches d'enseignements.

En résumé

- Les "repeaters" (personnes ayant visité Paris Ile-de-France au moins deux fois pour motif personnel au cours des 5 dernières années) forment une population hétérogène : par le nombre de séjours réalisés, par leurs motivations et la manière dont ils appréhendent la destination.
- Ce sont avant tout des motivations d'ordre émotionnel et affectif qui les incitent à visiter de nouveau Paris Ile-de-France.
- Pour organiser leur voyage, ils ont majoritairement recours à Internet à la fois comme moyen d'information et de réservation, en effectuant le plus souvent leur réservation directement sur les sites des prestataires et un peu plus tardivement que les autres voyageurs.
- En ayant tendance à visiter une grande partie des endroits et monuments qu'ils connaissent déjà de précédentes visites, ils sont repeaters de la destination mais également des parcours précédents.
- Pourtant, ils se vivent comme des connaisseurs de la destination et aspirent à ce titre à de nouvelles découvertes, par eux-mêmes.
- Plus ils sont repeaters, plus le séjour est long et plus le budget dépensé est important.
- Malgré une connaissance plus fine de Paris, l'Ile-de-France est peu visitée. Toutefois, peu de freins de principe ont été exprimés, des difficultés à trouver l'information sur les activités et les transports ainsi que le manque de temps dans le cadre d'un court séjour étant les principales raisons invoquées.
- Les repeaters de Paris Ile-de-France sont souvent familiers de certaines grandes villes européennes mais Paris possède une identité forte par rapport aux autres métropoles.
- Ce sont de véritables ambassadeurs de la destination, qui ont un pouvoir de prescription fort avec un taux de recommandation très élevé.
- Avec une intention de retour à Paris Ile-de-France quasi unanime, ce sont aussi des visiteurs déjà convaincus, qu'il faut s'attacher à continuer de fidéliser.





Qui sont les repeaters ?

Des profils nuancés selon les nationalités



59% de **femmes** vs. 41% d'hommes
Population âgée de plus de 45 ans pour 55%
Majoritairement CSP+ (47%) avec un revenu mensuel moyen de 2740 €
Budget moyen alloué par an aux vacances **supérieur à un mois de salaire** : 3020 €
 Foyers composés de **2,6 personnes** en moyenne
 Autant de repeaters venus 2 fois que de repeaters venus 3 fois et plus (51% vs. 49%)

5% des Britanniques sont venus au moins 2 fois à Paris Ile-de-France au cours des 5 dernières années (et 20% au cours de leur vie).

8%

des Allemands sont venus au moins 2 fois à Paris Ile-de-France au cours des 5 dernières années (et 30% au cours de leur vie).

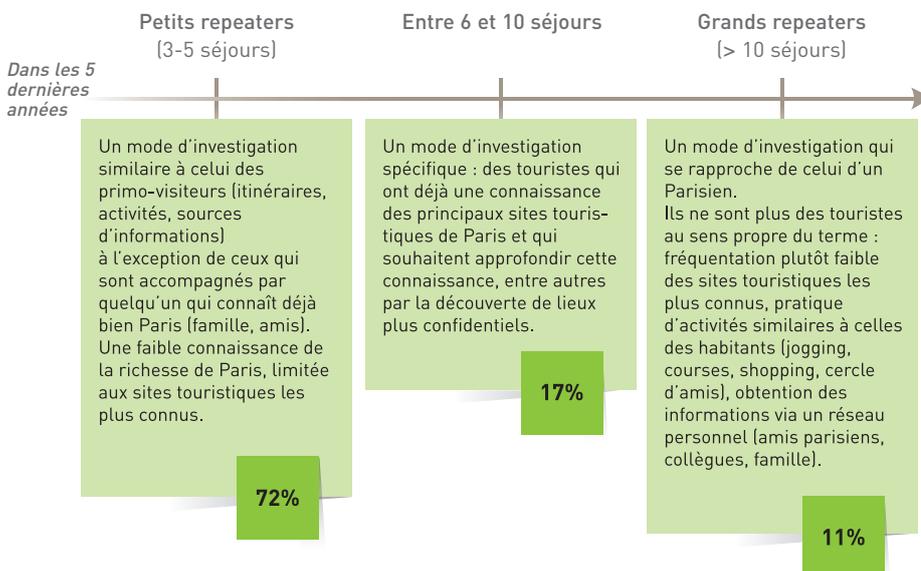
49% de femmes vs. 51% d'**hommes**
Population bien répartie en termes d'âges
Population bien répartie en termes de CSP avec un revenu mensuel moyen de 2740 €
Budget moyen alloué par an aux vacances **supérieur à un mois de salaire** : 2950 €
 Foyers composés de **2,6 personnes** en moyenne
 Autant de repeaters venus 2 fois que de repeaters venus 3 fois et plus (52% vs. 48%)



35% de femmes vs. 65% d'**hommes**
Population jeune avec 49% de moins de 35 ans
Majoritairement CSP+ (50%) avec un revenu mensuel moyen de 2670 €
Budget moyen alloué par an aux vacances **équivalent à un mois de salaire** : 2550 €
 Foyers composés de **3,1 personnes** en moyenne
 Plus de repeaters venus 2 fois que de repeaters venus 3 fois et plus (54% vs. 46%)

7% des Espagnols sont venus au moins 2 fois à Paris Ile-de-France au cours des 5 dernières années (et 16% au cours de leur vie).

Une population hétérogène



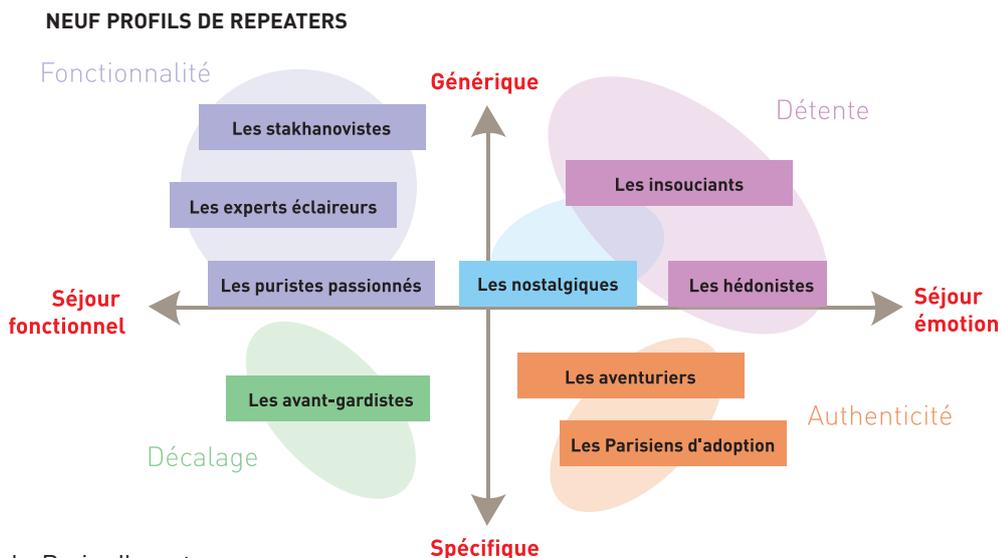
Des motivations majoritairement d'ordre émotionnel et affectif

Lorsqu'on est repeater, quelle que soit sa nationalité, on vient d'abord pour des raisons affectives (parce qu'on aime la ville), pour les visites de musées et monuments et pour un séjour romantique.

Lors des dernières visites, on revient davantage en éclaircur, pour faire découvrir la ville à quelqu'un de son entourage.

Deux façons différentes d'aborder la ville

Certains repeaters découvrent Paris au gré de leurs flâneries tandis que d'autres essaient d'optimiser leur temps.



Les stakhanovistes

Ils veulent affiner leur connaissance de Paris. Ils ont tendance à suivre des parcours similaires à ceux des précédents séjours, les monuments n'étant pas systématiquement visités mais servant de point de référence dans leur parcours.

"On prend une carte et on visite tous les lieux et monuments indiqués."

Aguilar, senior Espagnol

Les experts éclairés

Leur but est de faire découvrir Paris à leurs proches. Leur parcours est organisé, leur rythme soutenu, avec une visite exhaustive des monuments.

Les puristes passionnés

Ce sont majoritairement des seniors. Ils repèrent les sites à visiter selon leurs centres d'intérêt, leur objectif est clairement culturel et leurs parcours connus d'avance.

Les nostalgiques

Ils ont déjà réalisé un grand nombre de séjours et ont un lien affectif fort avec Paris. Ce sont plutôt des familles et des seniors. Ils ont tendance à réserver plusieurs mois à l'avance, à répéter leur parcours, et à alterner visites de sites emblématiques et de lieux moins connus.

Les insouciantes

Jeunes voyageant en groupe, leurs séjours sont esquissés mais les visites des sites sont décidées sur place.

"Lorsque je suis monté en haut de la Tour Eiffel, c'est sans doute le truc le plus chouette que j'ai fait cette fois... Juste parce que c'est très symbolique..."

Aaron & James, jeunes Britanniques

Les hédonistes

Ils viennent principalement pour rendre visite à la famille et aux amis. La préparation du séjour se limite à la réservation du transport, ils veulent profiter de l'ambiance de Paris.

Les aventuriers

Ils ont des connaissances à Paris. Leur parcours n'est pas établi à l'avance, ils désirent être acteurs de leur séjour, même en venant rendre visite à un proche et alternent lieux très touristiques et sites moins connus.

"Je crois que j'ai vu les mauvais côtés de Paris aussi... Mais ça rend les choses plus réelles, ça n'est pas juste une carte postale."

David, jeune Britannique

Les Parisiens d'adoption

Ils ont déjà effectué de nombreux séjours. Ils ont un attachement particulier à Paris, viennent souvent pour rendre visite à un proche. Ils ont tendance à retourner sur leurs lieux préférés, mais aussi à visiter plus d'expositions et de quartiers moins touristiques.

Les avant-gardistes

Ce sont des jeunes en recherche d'insolite (même s'ils ne connaissent pas les incontournables). Leur rythme est soutenu, leur séjour préparé, et ils utilisent Internet pour profiter des bons plans.

"Ce pique-nique au bord de la Seine auquel nous avons participé, avec toutes ces personnes, c'était vraiment sympa. Même si nous n'avons pas été présentés à tous par notre hôte membre d'un réseau de couchsurfing, les gens venaient à nous et nous parlaient, c'était vraiment sympa."

Ana & Alex, Britanniques en couple

Profil par nationalité



Une clientèle constituée avant tout "d'experts éclairés" et de "puristes passionnés".



Une clientèle constituée avant tout de "parisiens d'adoption" et "d'hédonistes".



Une clientèle constituée avant tout de "stakhanovistes", "d'experts éclairés" et de "nostalgiques".



Que font-ils ? Comment s'organisent-ils ?

Des séjours peu organisés dans l'ensemble

Majoritairement, le séjour n'est pas organisé en amont. Lorsque toutefois les visiteurs ont prévu une liste de lieux à visiter, il s'agit de faire découvrir Paris à un primo-visiteur (rôle d'expert), ou de découvrir des sites en lien avec une thématique (rôle de connaisseur).

- Plus on est repeater, plus on réserve son séjour tardivement.
- Le mode de réservation par Internet est privilégié, le plus souvent directement sur le site du prestataire (compagnie aérienne, ferroviaire, hôtel...). La suprématie d'Internet est également visible au moment de s'informer.
- Plus on est repeater, plus le séjour est long et plus le budget dépensé est important.
- Si l'hôtel 3 étoiles est le mode d'hébergement privilégié, on observe une tendance à monter en gamme au fur et à mesure des séjours.
- L'hébergement se situe majoritairement dans Paris intra-muros, avec une volonté d'être au plus près des activités.

Des séjours concentrés autour des lieux touristiques

Durée de séjours

 5,1 nuits

 4,5 nuits

 4,4 nuits

Volonté d'optimiser le temps : investigation de quartiers qui proposent une forte concentration d'attractions touristiques. La marche à pied est un moyen de déplacement très utilisé par les repeaters, suivi par le réseau ferré. Les bus sont utilisés au minimum par un quart d'entre eux.

"Nous on veut tout faire nous-même et découvrir Paris à l'écart du flot touristique."

Heike et Kurt, famille allemande

Focus sur les sources d'information utilisées

Les repeaters entretiennent un rapport assez particulier à l'information touristique : le plus souvent, considérant connaître la destination, ils s'investissent finalement assez peu dans la recherche d'informations.

Ce qu'ils privilégient : les renseignements à caractère officieux (lieux fréquentés par les Parisiens, bons plans – restaurants, bars, boutiques...), dont la recherche s'effectue plutôt via des canaux provenant du public pour leur valeur d'authenticité, d'originalité et d'unicité.

Parfois, certains "grands repeaters" ont recours à des sources officielles locales pour adapter leur programme aux événements du moment. En revanche, il existe une certaine difficulté, surtout pour les repeaters sans réseau relationnel sur place, à accéder à ce type d'informations, notamment aux bons plans "Paris pratique".

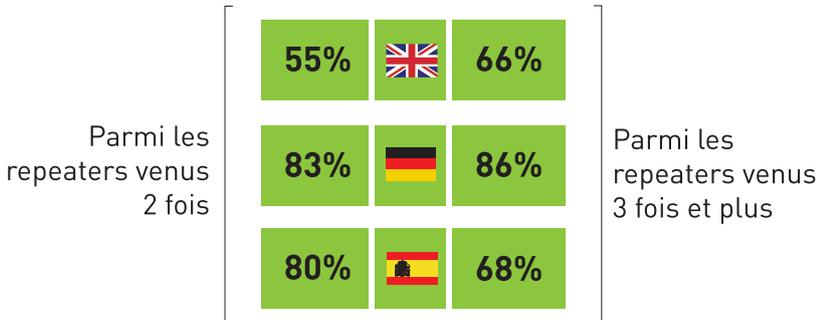
Une cible pour qui l'information, sans être trop intrusive, doit venir à elle (diffusion en mode push), car elle n'ira que rarement la chercher spontanément une fois sur place.



Des itinéraires répétés

Le repeater affiche une tendance générale à visiter une grande partie des endroits et monuments qu'il connaît déjà de précédentes visites. Visiter devient peu à peu "rendre visite"...

POURCENTAGE DE PERSONNES VISITANT CERTAINS LIEUX À CHAQUE SÉJOUR



"Quand on revient à un endroit que l'on connaît déjà, on a l'impression de bien connaître la ville. Voilà le boulanger où j'achète à chaque fois mes croissants, et c'est ici que j'ai bu un café la dernière fois. On se sent un peu comme à la maison et pas seulement comme un touriste. J'associe des expériences très personnelles et ce sont ces moments qui me font revenir à Paris."

An hwa, Allemande en couple

Les restaurants, la découverte de la ville à pied, le shopping, les visites de musées et monuments, les visites de quartiers (non guidées), les visites de parcs et jardins demeurent les principales activités. Les visites de musées et monuments (qui restent toutefois très pratiquées) et dans une moindre mesure les excursions (pour les Britanniques et les Allemands), sont moins pratiquées lors du dernier séjour. C'est le contraire pour les sorties au restaurant, le shopping, les spectacles et les théâtres (pour les Allemands et les Espagnols).

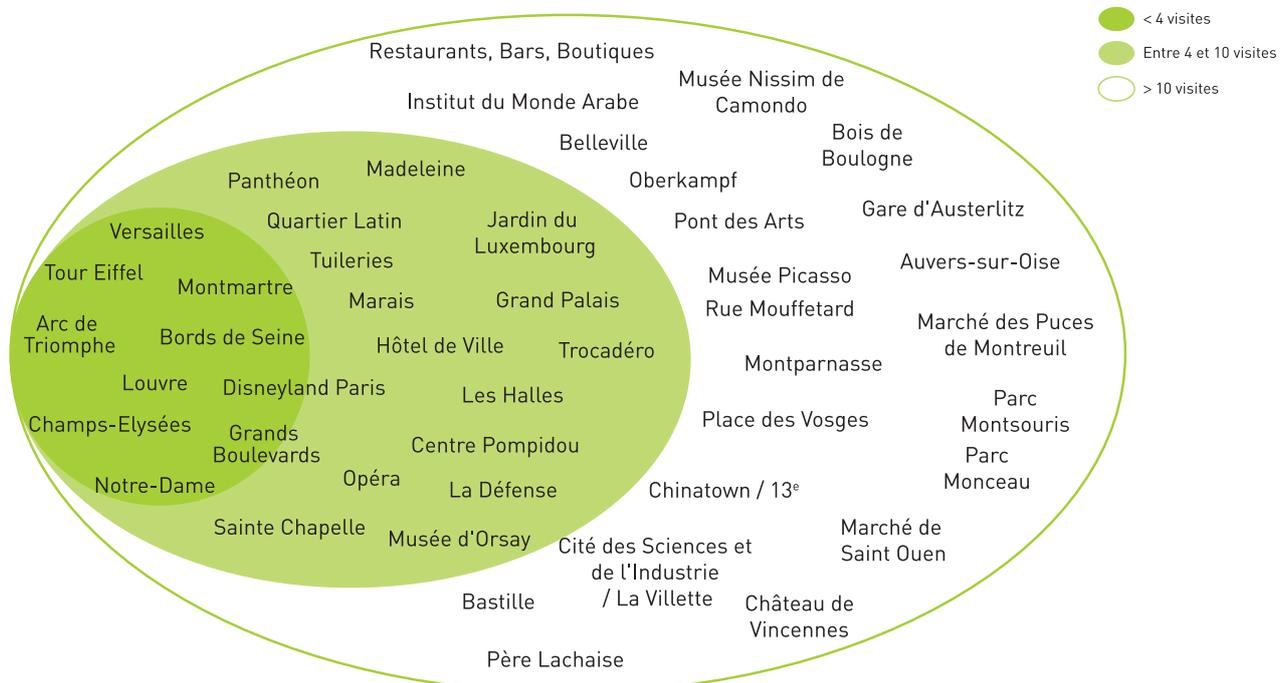
Les quatre sites incontournables de Paris sont la Tour Eiffel, l'Arc de Triomphe, Notre-Dame et le musée du Louvre. Toutefois, les repeaters revisitent moins ces sites lors de leur dernier séjour, ou les utilisent comme point de départ à d'autres visites.

Les quartiers les plus visités sont ceux des Champs-Élysées, de la Tour Eiffel, de Montmartre/Barbès, de Bastille, des Halles/Louvre, de Montparnasse et de Saint Michel. Certains lieux comme le passage Brady pour les Allemands et les

Espagnols sont plus visités lors du dernier séjour.

Les repeaters affichent généralement la volonté de "sortir des sentiers battus"... Or, on constate une évolution très lente de l'itinéraire selon le nombre de séjours.

DES PARCOURS QUI ÉVOLUENT PEU DANS LE TEMPS

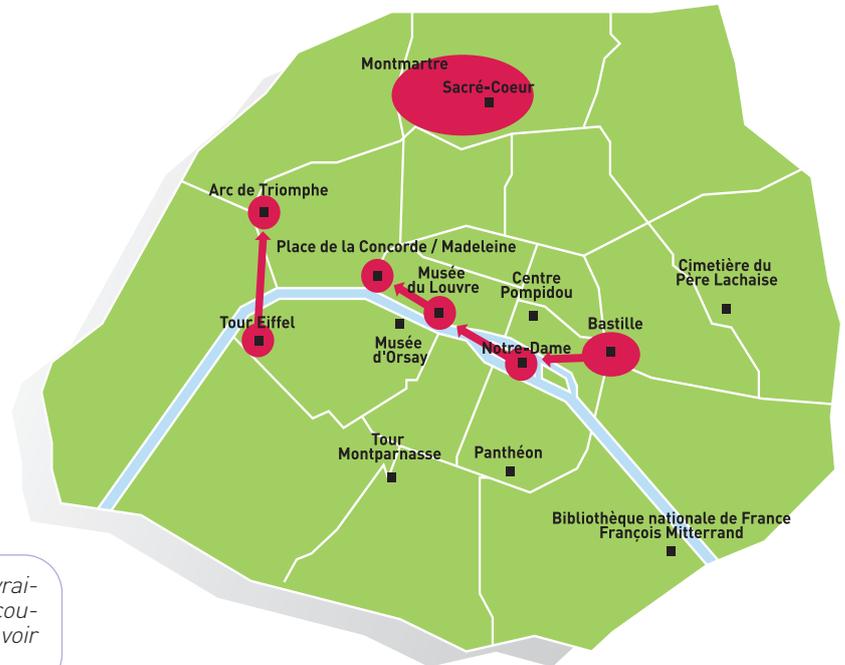


Des itinéraires concentrés dans le cœur historique de Paris

En général, les repeaters rencontrés affirment "ne pas prévoir d'itinéraire" à l'avance. Le repeater décide en général le matin même (au petit déjeuner) de ce qu'il va faire de sa journée à Paris. Il apparaît que les seuls sites visités en Ile-de-France hors Paris sont le Château de Versailles, le quartier de La Défense (souvent assimilé à Paris) et Disneyland Paris ; Auvers-sur-Oise pour une petite minorité. Il n'existe cependant pas de frein de principe à la visite de l'Ile-de-France, mais un manque de temps, des difficultés à trouver l'information et une complexité perçue des transports hors des limites du métro.

Parcours d'un "expert éclairé" à son 3^{ème} séjour. César : jeune Espagnol venu avec des amis pour leur montrer Paris.

- Jour 1 : Montmartre, Sacré-Cœur, Moulin Rouge, balades dans le quartier Montmartre
- Jour 2 : Bastille, Notre-Dame, le Louvre, Place de la Concorde, Madeleine
- Jour 3 : Tour Eiffel et Arc de Triomphe



"On n'avait pas d'itinéraire précis, ce qui nous a vraiment plu : faire de longues promenades et découvrir des endroits de la ville qu'on n'avait pas pu voir les premières fois..."

Fernando, senior Espagnol



Parcours "d'avant-gardistes" à leur 3^{ème} séjour. Anna & Alex : jeune couple britannique (couch-surfers, se déplaçant dans Paris à vélo).

- Jour 1 : Centre Pompidou, recherche d'un bar près de la Seine
- Jour 2 : Tour Eiffel, Jardin des Tuileries, Louvre, Seine, Bastille, Sacré-Cœur (demande en mariage)
- Jour 3 : Puces de Montreuil, Père Lachaise, Bastille, pique-nique au bord de la Seine
- Jour 4 : petit déjeuner et shopping quartier de Bastille

"On se réveille simplement, on prend notre petit-déjeuner et on avise."

Laure & Anna, jeunes Britanniques

Quelle place pour Paris dans leur imagination et dans leur cœur ?

Une image riche et variée

Les représentations de Paris sont globalement très proches de celles des primo-visiteurs : un Paris idéalisé versus un Paris "carte postale". Avec toutefois, pour les profils les plus flâneurs (comme les "aventuriers") des perceptions qui tendent à prendre en compte les réalités de la ville, moins touristiques.

Une identité forte par rapport aux autres villes européennes

Les repeaters de Paris ont en moyenne visité 5 autres villes européennes durant les 5 dernières années. Parmi les villes les plus visitées : Londres, Barcelone, Amsterdam, Madrid, Rome. Des différences existent ensuite selon les pays et sont logiquement liées à la proximité géographique (exemples : Dublin pour les Britanniques, Berlin, Prague et Vienne pour les Allemands, Lisbonne pour les Espagnols).

La comparaison avec les autres villes fait ressortir le caractère unique de Paris en tant que destination : concentration de sites à découvrir, homogénéité architecturale, dimension histo-

rique et romantique, forte dimension cosmopolite (qui peut rapprocher Paris de Londres), bonne adaptation au tourisme (système de transport facile à comprendre).

"Ce qui se rapproche peut être un peu de Paris c'est Londres. On a été une, non deux fois à Londres, mais on y ressent également cet énorme espace et ce côté cosmopolite."

Jochen, Daniel, Alice et Marcus, jeunes Allemands

"L'architecture et l'ambiance de Paris sont uniques."

Miguel, Espagnol en famille

"Je pense que Paris est une ville très polyvalente - J'y suis allée pour un séjour romantique, avec des amis et avec de la famille et j'ai apprécié à chaque fois. J'aime le fait qu'on s'y sente comme à Londres, mais avec plus d'espace."

Rachel, Britannique en couple

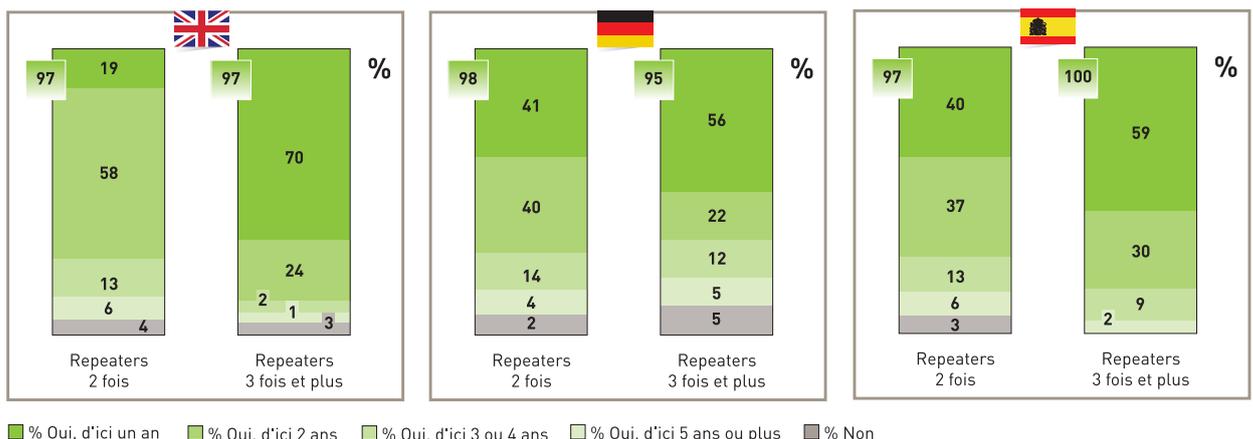
"Paris est de loin l'endroit où je suis retourné le plus souvent en Europe, pour les raisons décrites par les autres : très bonne cuisine, météo, architecture, cafés, boutiques... et le peu d'enseignes franchisées toutes identiques les unes aux autres différencie vraiment Paris de Londres. On peut ici montrer à un enfant que Londres n'est pas tout ce qui existe au monde !"

Ben, Britannique en famille

Un potentiel de fidélisation élevé, à transformer !

Un fort potentiel de fidélisation pour la destination : la quasi-totalité (proportion comprise entre 95% et 100%) des repeaters a l'intention de revenir à Paris prochainement. La quasi-totalité recommande également la destination à son entourage : les chiffres sont compris entre 94% ("grands repeaters" allemands) et 100% ("grands repeaters" espagnols). Il est prévu de consacrer les prochains séjours à la découverte de nouvelles choses, même si les classiques seront (re)visités, par plus de la moitié des repeaters. Les activités envisagées se concentreront autour de la gastronomie, des activités de plein air (découverte de la ville, parcs et jardins, marchés et brocantes), des activités culturelles (musées, monuments) et du shopping.

INTENTION DE REVENIR À PARIS POUR UN SÉJOUR DE LOISIRS



Quelles attentes en termes d'activités ?

Les repeaters sont particulièrement attirés par les activités qui :

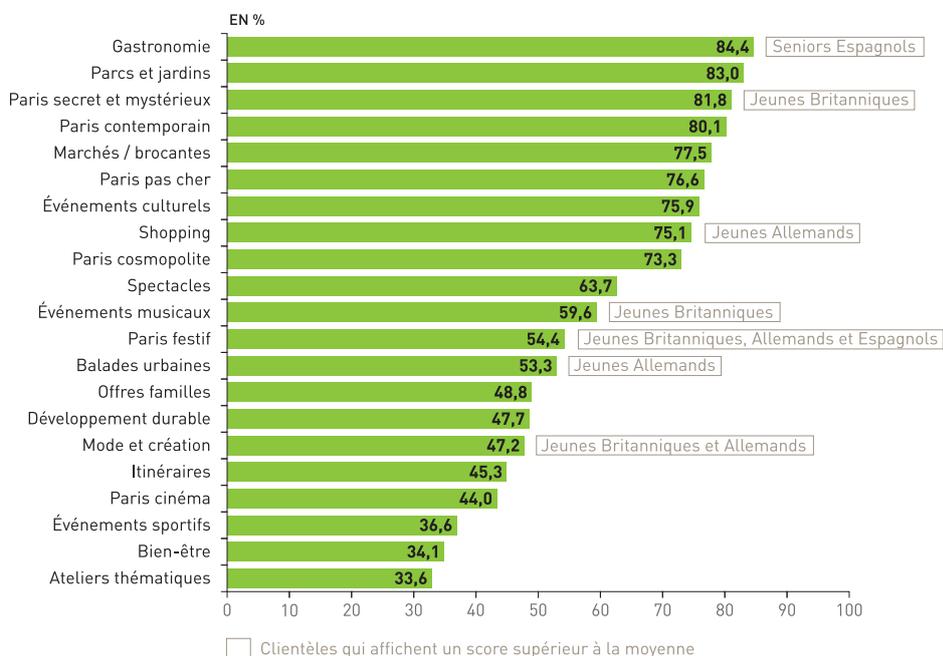
- proposent la découverte de Paris "autrement",
- se réalisent en plein air,
- portent sur la gastronomie et la bistronomie,
- ont trait à la découverte du Paris contemporain ou au shopping.

A l'unanimité des trois clientèles, la gastronomie, associée à l'art de vivre parisien, est un atout incontestable de la destination. Les repeaters recherchent surtout les bistrotts typiques et pas trop chers et les bonnes tables de la cuisine française. Fidèles à leur volonté de ne pas être considérés comme des "touristes" à part entière, ils sont d'ailleurs plutôt à la recherche de bonnes adresses loin des sentiers touristiques.

Dans la même optique, ils sont très demandeurs d'un mode de découverte de la ville qui ne soit pas classique d'où le succès recueilli par les thématiques "Paris secret et mystérieux" et "Paris contemporain" qui peuvent représenter le "petit plus" du séjour.

Les parcs et jardins semblent plutôt envisagés non comme une activité à part entière mais comme un temps de repos pendant une journée de visite. Les "marchés, brocantes", dont la visite semble rarement planifiée, sont en phase avec la dimension flânerie du séjour et parfois vus comme une extension du shopping. Ils correspondent également à la volonté de s'immerger dans la vie locale, et de vivre Paris "comme les Parisiens". C'est aussi à cette volonté d'aller à la découverte d'un Paris plus authentique que répond la thématique "Paris cosmopolite".

LORS DE VOTRE PROCHAIN SÉJOUR, SERIEZ-VOUS INTÉRESSÉ PAR :



On note des attentes prononcées en termes d'événements culturels et également en termes d'informations à ce sujet en amont du séjour. L'idée de l'ouverture des musées la nuit est par ailleurs souvent bien accueillie, à l'image de ce qui est fait à l'occasion de la Nuit Blanche, par exemple.

"Au début, ce sont les monuments qui t'attirent, mais après on cherche plus le contact avec les gens, on essaye de varier entre les concerts, les activités culturelles, les sorties le soir, les rencontres avec des gens qui habitent ici, pour connaître un autre mode de vie."

Maria, Susana & Carmen, jeunes Espagnoles

A propos de la thématique "Paris secret et insolite" : "Waouh, bien sûr que ça me fera revenir à Paris. L'idée d'explorer des parties inconnues de Paris ça me branche."

Jamie, Britannique en couple

Méthodologie mixant deux types d'approches

- Approche qualitative en deux temps : 60 entretiens qualitatifs réalisés en 2 vagues à Paris Ile-de-France, 3 forums en ligne d'une durée de 15 jours auprès de 30 personnes par pays.
- Approche quantitative en deux phases : étude omnibus auprès de 500 personnes par pays, questionnaire en ligne auprès de 300 personnes par pays.

Etude réalisée de juin à octobre 2009.