



Population totale
82,5 millions d'habitants

Taux de croissance économique
+2,5 %

PIB/habitant
42 161 USD

Taux de chômage
3,8 %

LES ALLEMANDS

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs allemands ont un âge moyen (40 ans) légèrement supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (39 ans). Ils sont employés pour 31,8 % (+4,4 points), issus des PCS¹ pour plus de 3 visiteurs sur 10 (30,3 %, -2,0 points) et étudiants pour 12,5 % (+0,7 point). Ils proviennent de Rhénanie-du-Nord-Westphalie (34,9 %), de Bavière (17,8 %), du Bade-Wurtemberg (11,0 %), de Hesse (8,8 %) et de Berlin (7,5 %).

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Près des trois quarts des visiteurs allemands (73,7 %, -0,7 point) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en couple (29,6 %, +3,7 points), en famille (24,1 %, -1,5 point) ou seuls (22,6 %, -2,9 points). Ils voyagent en individuel non organisé pour 85,4 % (-3,6 points). Ils sont 6,6 % (+1,4 point) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise, 4,6 % (+2,2 points) à opter pour les groupes organisés et 3,5 % (0,0 point) à préférer un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur.

QUEL HÉBERGEMENT ?

Près de 9 séjours sur 10 (86,6 %, +3,9 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 65,0 % (46,0 % en 3 étoiles et 28,9 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (6,7 %) et les résidences hôtelières (3,7 %). Les résidences principales d'amis (5,5 %) et de parents (3,7 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées par les touristes allemands sont les visites de musées et monuments (83,4 %), les promenades en ville (74,3 %) et les visites de parcs et jardins (53,3 %). Par rapport à l'ensemble des clientèles internationales, ils sont plus attirés par les sorties nocturnes (26,3 %, +3,6 points). En revanche, ils se consacrent moins aux croisières fluviales (11,1 %, -5,5 points), aux parcs d'attractions (18,7 %, -5,4 points) ou au shopping (45,3 %, -3,8 points).

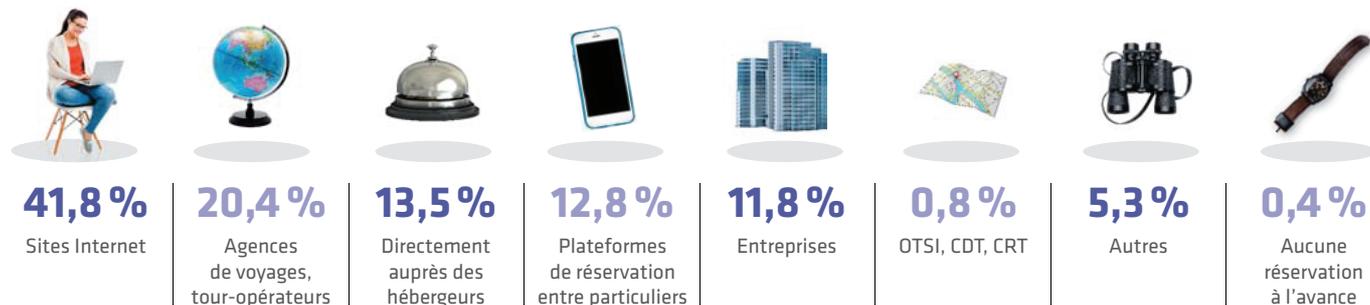
QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (66,5 %), Notre-Dame de Paris (52,1 %), l'Arc de triomphe (51,3 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (51,2 %) et le musée du Louvre (41,4 %). Les Allemands sont plus nombreux à visiter le Sacré-Cœur de Montmartre (+12,3 points). En revanche, ils visitent moins que les autres clientèles le musée du Louvre (-8,4 points), le château de Versailles (6,0 %, -7,8 points), le musée d'Orsay (12,9 %, -7,1 points) et Disneyland® Paris (13,8 %, -4,8 points).

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

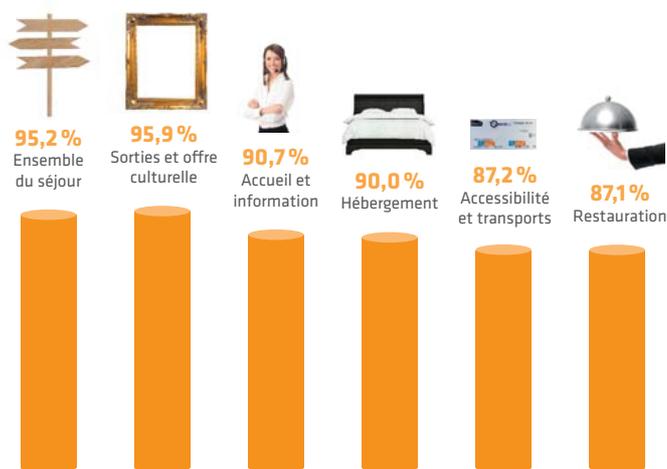


POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



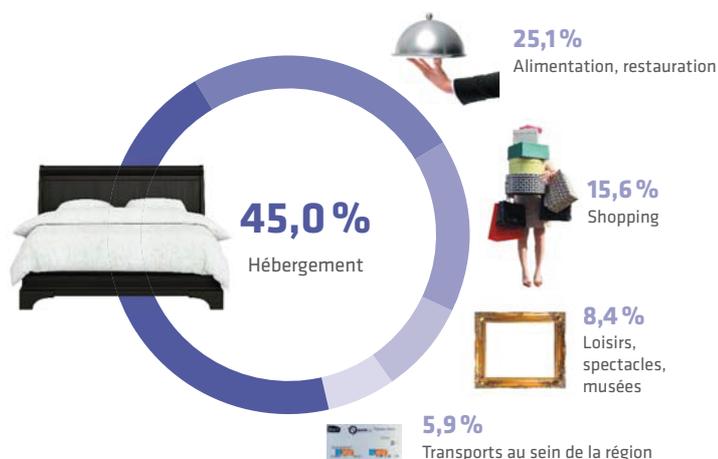
À l'étape de la préparation du voyage, pour s'informer, les Allemands favorisent également Internet (42,6%, -11,1 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (18,1%, -0,6 point). Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE RESTAURATION ET DE TRANSPORTS



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 94,2%.

PRÈS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Allemands, dont la dépense moyenne par jour et par personne (123 €) est nettement inférieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (142 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+3,5 points) et moins importante au shopping (-2,7 points).

À retenir

- 1 386 000 séjours, soit 6,8% des séjours de la clientèle internationale
- 4 622 000 nuitées, soit 5,0% des nuitées de la clientèle internationale
- 567 millions d'euros de consommation touristique, soit 4,3% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- 3,3 nuits en moyenne
- 67,8% sont déjà venus à Paris Île-de-France
- 85,4% voyagent en individuel non organisé
- 73,7% voyagent pour motifs personnels uniquement

Nos suggestions

- Proposer de nouveaux parcours de visite, plus originaux et personnalisés, afin de découvrir Paris et sa région d'une façon inédite à chaque voyage
- Communiquer davantage sur les possibilités de visites hors de Paris
- Porter une attention particulière au rapport qualité-prix de la restauration, aspect moins satisfaisant pour cette clientèle
- 409 € de budget moyen du séjour par personne
- 95,2% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- 59,3% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans