**Population totale**

82,7 millions d'habitants

**Taux de croissance économique**

+1,5 %

**PIB/habitant**

44 470 USD

**Taux de chômage**

3,4 %

## LES ALLEMANDS

### QUEL PROFIL ?

Les visiteurs allemands ont un âge moyen (41 ans) légèrement supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont employés pour 34,4 % (+7,5 points), issus des CSP+<sup>1</sup> pour plus du quart (25,9 %, -7,8 points) et étudiants pour 14,1 % (+1,5 point). Ils proviennent de Rhénanie-du-Nord-Westphalie (25,0 %), du Bade-Wurtemberg (24,2 %), de Bavière (13,2 %), de Hambourg (8,2 %) et de Berlin (6,9 %).

### QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus de 7 visiteurs allemands sur 10 (70,9 %, -4,4 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en couple (27,6 %, +1,0 point), en famille (25,9 %, -0,7 point) ou seuls (20,4 %, -4,8 points). Ils voyagent en individuel non organisé pour 76,4 % (-3,8 points). Ils sont 13,3 % (+5,2 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise, 5,8 % (+0,7 point) à opter pour les groupes organisés et 4,5 % (-2,2 points) à préférer un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur.

### QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de 8 séjours sur 10 (83,5 %, +1,4 point) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 64,3 % (50,0 % en 3 étoiles et 33,3 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (7,9 %) et les résidences hôtelières (3,2 %). Les résidences principales d'amis (7,0 %) et de parents (4,9 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

### QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées par les touristes allemands sont les visites de musées et monuments (80,4 %), les promenades en ville (70,5 %) et la découverte de la gastronomie française (44,8 %). Par rapport à l'ensemble des clientèles internationales, ils sont plus attirés par les sorties nocturnes (27,3 %, +4,9 points). En revanche, ils se consacrent moins au shopping (37,9 %, -10,7 points), aux visites de parcs et jardins (44,7 %, -9,2 points) ou aux parcs d'attractions (18,8 %, -5,1 points). Ils sont également moins

intéressés par les promenades en ville (-4,4 points), les croisières fluviales (10,3 %, -3,8 points) ou les visites de musées et monuments (-3,6 points).

### QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (63,7 %), Notre-Dame de Paris (55,1 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (48,6 %), le musée du Louvre (46,0 %) et l'Arc de triomphe (44,4 %). Les Allemands sont plus nombreux à visiter le Sacré-Cœur de Montmartre (+8,6 points), Notre-Dame de Paris (+4,5 points) et le centre Pompidou (20,1 %, +4,1 points). En revanche, ils visitent moins que les autres clientèles le château de Versailles (6,6 %, -8,2 points), le musée du Louvre (-4,3 points), le musée d'Orsay (15,4 %, -4,1 points), Disneyland® Paris (14,8 %, -3,6 points) ou l'Arc de triomphe (-3,6 points).

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



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	31,4 %	30,8 %	37,7 %
Départ	34,6 %	29,5 %	35,9 %

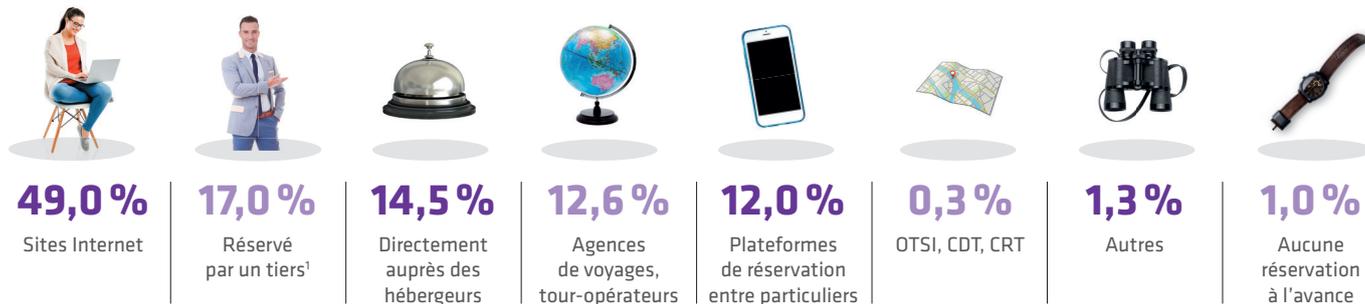


**64,1%**  
Repeaters

**35,9%**  
Primo-visiteurs

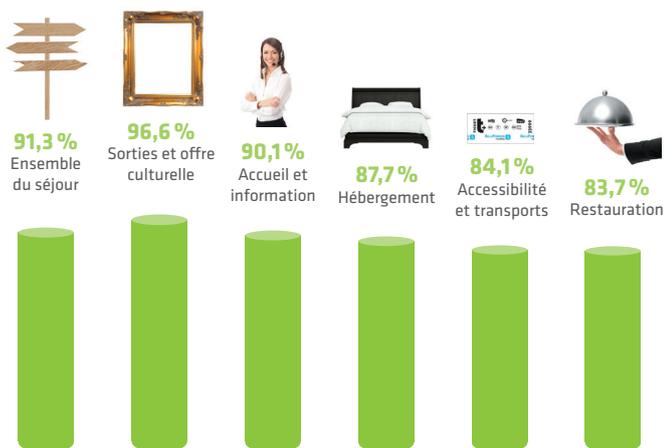
La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,7% de repeaters et de 40,3% de primo-visiteurs.  
Période de référence : les 5 dernières années.

### POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



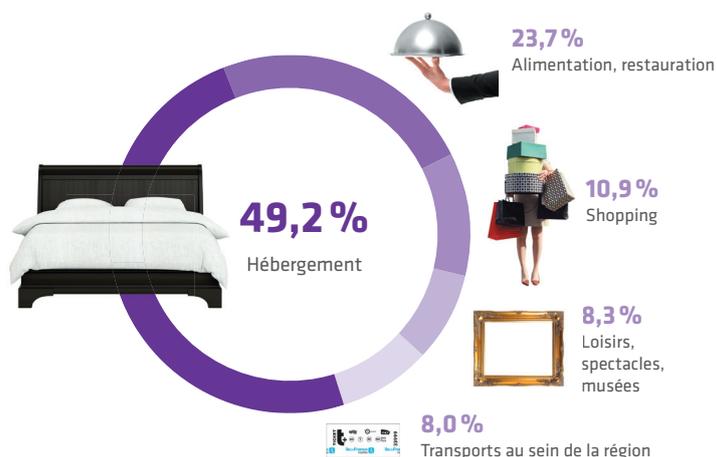
Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.  
1 - Entreprises, parents, amis.

### DES TOURISTES UN PEU MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE DE TRANSPORTS ET DE RESTAURATION



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 93,0 %.

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



Les Allemands, dont la dépense moyenne par jour et par personne (118 €) est nettement inférieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (139 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+4,8 points) et moins importante au shopping (-5,3 points).

### À retenir

- **1 497 000 séjours**, soit 6,8 % des séjours de la clientèle internationale
- **5 174 000 nuitées**, soit 5,1 % des nuitées de la clientèle internationale
- **613 millions d'euros** de consommation touristique, soit 4,3 % de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **3,5 nuits** en moyenne
- **64,1%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **76,4%** voyagent en individuel non organisé
- **70,9%** voyagent pour motifs personnels uniquement

### Nos suggestions

- Améliorer l'accessibilité à l'information touristique, notamment en allemand
- Porter une attention particulière à la clientèle d'affaires
- Proposer de nouveaux parcours de visite, plus originaux et personnalisés, afin de découvrir Paris et sa région d'une façon inédite à chaque voyage
- **409 €** de budget moyen de séjour par personne
- **91,3%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **59,6%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans