



La clientèle française, toujours aussi fidèle à la destination Paris Île-de-France.

QUELS PROFILS ?

L'âge moyen des visiteurs français (44 ans) est légèrement supérieur à celui de l'ensemble des clientèles (42 ans). Près d'un tiers des touristes (32,5 %, -0,5 point) sont issus des CSP+¹, 25,1% (-0,8 point) sont employés et 15,9 % (+4,2 points) sont retraités. Les femmes sont plus nombreuses (50,2 %, -0,8 point). Les touristes viennent majoritairement seuls (43,7 %, +8,2 points) mais la part des voyages en couple (23,9 %, -1,2 point) ou en famille (20,8 %, -2,6 points) est relativement importante. La taille moyenne des groupes est de 1,9 personne.

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

QUELS MOTIFS DE VISITE ?

Plus de 6 touristes sur 10 (60,7 %, -6,5 points) viennent à Paris Île-de-France pour motifs personnels, le plus souvent pour rendre visite à de la famille (53,0 %, +20,0 points) mais aussi pour des vacances (29,8 %, -22,5 points) ou rendre visite à des amis (21,9 %, +6,2 points). Les voyages professionnels représentent 24,7 % des séjours touristiques (+4,4 points). Enfin, plus d'1 visiteur sur 10 (14,6 %, +2,1 points) est venu à la fois pour motifs personnels et professionnels. Les principales raisons des voyages professionnels sont les rendez-vous et contacts professionnels (53,7 %, +3,4 points), les séminaires et événements d'entreprises (21,3 %, +3,5 points), les études, stages et formations (13,0 %, +0,5 point) ainsi que les salons, foires et expositions (10,8 %, -0,4 point).

(32,5 %, +5,0 points) ou ont été réalisées par des intermédiaires (19,8 %, +5,6 points). Les réservations sont réalisées le plus souvent moins d'un mois avant le séjour (66,4 %, +19,0 points). Plus de 8 touristes sur 10 (81,7 %, +0,7 point) voyagent en individuel non organisé. Ils sont 13,0 % (+2,3 points) à effectuer un séjour organisé par leur entreprise, 2,7 % (-1,1 point) à préférer les groupes organisés et 2,5 % (-1,9 point) optent pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur.

QUELS HÉBERGEMENTS ?

Plus de la moitié des séjours (50,8 %, +14,6 points) ont lieu en hébergements non marchands, notamment dans les résidences principales de parents (30,3 %) ou d'amis (11,8 %). Près de la moitié des touristes (49,2 %, -14,6 points) ont choisi un hébergement marchand. Avec 41,0 %, l'hôtel est le principal hébergement marchand utilisé (52,3 % en 3 étoiles et 20,5 % en 2 étoiles), suivi par les meublés et locations saisonnières (3,4 %). L'hébergement représente 40,0 % (-2,9 points) du budget de séjour qui s'élève, en moyenne, à 268 € par personne.

QUELS MOYENS D'INFORMATION ET DE RÉSERVATION ?

Les sites internet (43,2 %, -4,6 points), les hébergeurs (29,0 %, +3,8 points) ainsi que les intermédiaires (15,4 %, +4,5 points) tels que les entreprises, les parents ou amis sont les principales sources d'information pour le choix de l'hébergement. Les réservations s'effectuent en priorité par des sites Internet (39,6 %, -5,5 points), directement auprès des hébergeurs



27,9

millions de touristes français



90,0

millions de nuitées françaises

À retenir

- **27,9 millions de séjours** effectués par les touristes français, soit 55,7% des séjours de l'ensemble des clientèles
- **90,0 millions de nuitées** effectuées par les touristes français, soit 46,9% des nuitées de l'ensemble des clientèles
- **7,5 milliards d'euros** de consommation touristique, soit 34,5% de la consommation touristique globale
- **3,2 nuits** en moyenne
- **94,9%** sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années
- **81,7%** voyagent en individuel non organisé
- **60,7%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **50,8%** ont séjourné en hébergements non marchands
- **83 €** de dépense moyenne par jour et par personne
- **268 €** de budget moyen de séjour par personne
- **91,1%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **80,3%** ont l'intention de revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

Nos suggestions

- Mettre en place des offres promotionnelles de dernière minute
- Communiquer autour des grands événements culturels pour susciter des envies de visite, notamment auprès des touristes d'agrément
- Proposer des offres destinées aux visiteurs professionnels en intégrant des produits liés à la gastronomie et au shopping

QUELLES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ?

Les promenades en ville (63,5 %, -5,4 points), les visites de musées et monuments (61,4 %, -10,7 points) et le shopping (33,5 %, -7,2 points) sont les 3 principales activités pratiquées par les touristes pendant leur séjour. Les autres centres d'intérêt des visiteurs sont les visites de parcs et jardins (25,2 %, -13,6 points) et les sorties nocturnes (18,2 %, -2,0 points). Ils sont davantage intéressés par les spectacles et concerts (11,9 %, +3,3 points) et les événements culturels (16,0 %, +1,7 point). Si 14,6 % (+5,2 points) n'ont effectué aucune activité, près de la moitié (45,7 %, -12,7 points) ont réalisé plus de

3 activités. Les touristes français ont ainsi effectué, en moyenne, 3,1 activités durant leur séjour. Les sites touristiques les plus visités sont la tour Eiffel (21,9 %, -20,0 points), le Sacré-Cœur de Montmartre (19,2 %, -9,7 points), Notre-Dame de Paris (16,3 %, -16,0 points), le musée du Louvre (14,5 %, -16,7 points) et l'Arc de triomphe (14,0 %, -15,9 points). 4 visiteurs sur 10 (40,0 %, +13,5 points) ne se rendent dans aucun site. Un touriste visite en moyenne 1,9 site touristique.

QUELLE SATISFACTION ?

Plus de 9 touristes sur 10 (94,9 %, +15,6 points) sont déjà venus au

moins une fois à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années et 57,3 % d'entre eux (+18,6 points) ont réalisé plus de 10 séjours au cours de cette période. Plus de 9 touristes sur 10 (91,1 %, -0,9 point) sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France et notamment des sorties et de l'offre culturelle (95,9 %, +0,1 point). L'accessibilité et les transports (83,1 %, -2,0 points) ainsi que l'accueil et l'information (85,0 %, -1,6 point) sont les aspects les moins bien appréciés de l'offre touristique. Toutefois, plus de 8 visiteurs sur 10 (80,3 %, +11,7 points) souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.

Les données exprimées en points sont calculées par rapport à l'ensemble des clientèles françaises et internationales.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les axes d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2018.



Quel bilan, quantitatif et qualitatif, dressez-vous de 2018 ?

Avec plus de 700 000 passagers, notre fréquentation a augmenté de 3%, retrouvant une belle dynamique après deux tristes années. Nous avons diversifié nos offres pour toucher les familles et les touristes français. Toutefois, les Américains et les Britanniques restent nos premiers clients, suivis notamment par les Espagnols et les Allemands. Enfin, les canaux de ventes indirectes progressent à grand pas, frôlant le tiers de notre chiffre d'affaires. Nous devons accompagner les grands acteurs du voyage en leur proposant des packages répondant aux attentes de leurs clients.

À quelles nouvelles attentes devez-vous répondre ?

Les touristes préparent davantage leur séjour, ce qui les rend plus exigeants, notamment en matière de personnalisation. Nous leur proposons déjà des produits combinés avec d'autres grands acteurs du tourisme parisien et nous leur proposerons bientôt des "détours" dans des quartiers moins accessibles, avec des modes de transports alternatifs. Ils sont de plus en plus connectés : le wi-fi est gratuit à bord de nos bus et notre application mobile, téléchargée plus de 30 000 fois en 2018, leur donne tous les

renseignements nécessaires concernant notre service, l'histoire des monuments et... le trafic. Le Paris Region Pass répond bien à leur envie de dématérialisation : ils ont été trois fois plus nombreux à l'utiliser en 2018. Enfin, ils sont de plus en plus sensibles à la préservation de l'environnement : les trois quarts des bus Open Tour rouleront à l'électricité ou au gaz dans les deux ans à venir et la totalité de la flotte sera "propre" en 2024.

Comment voyez-vous les prochaines années pour la destination ?

Je suis optimiste, nos visiteurs ayant montré une résilience remarquable aux événements, parfois tragiques, de ces dernières années. Paris dispose d'un patrimoine magnifique, mais doit se garder de l'hypertourisme qui peut tourner en "tourismophobie", comme à Barcelone. À nous opérateurs, de les attirer hors de l'hypercentre. Ce ne sont pas les sites intéressants qui manquent dans la capitale et en région parisienne !

Fabrice Bayon

Directeur Général d'Open Tour Paris, filiale du Groupe RATP