



Tourisme et shopping

Sommaire

01 / Principaux indicateurs

[P.03](#)

02 / Profil des clientèles

[P.05](#)

03 / Déroulement du séjour

[P.13](#)

04 / Satisfaction et intention de revenir

[P.27](#)

05 / Fiche synthétique

[P.30](#)

01

Principaux indicateurs

Les retombées liées au tourisme de shopping



25,6 millions

de séjours

4,8 nuits

de durée moyenne de séjour



15,3 milliards d'euros (dont 3,3 milliards pour le shopping)

de consommation touristique

123,7 millions

de nuitées

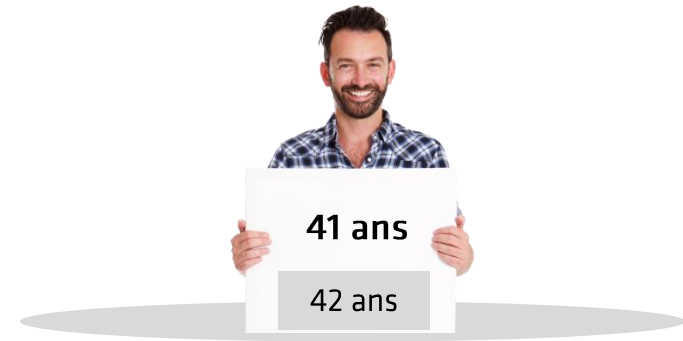


02

Profil des clientèles

Profil sociodémographique

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



Clientèle française
Achat de biens durables
44,0% 56,0%

Clientèle internationale
Achat de biens durables
45,5% 54,5%

Clientèle française
Achat de biens durables



Clientèle internationale
Achat de biens durables



Base : répondants.

Base : ensemble.

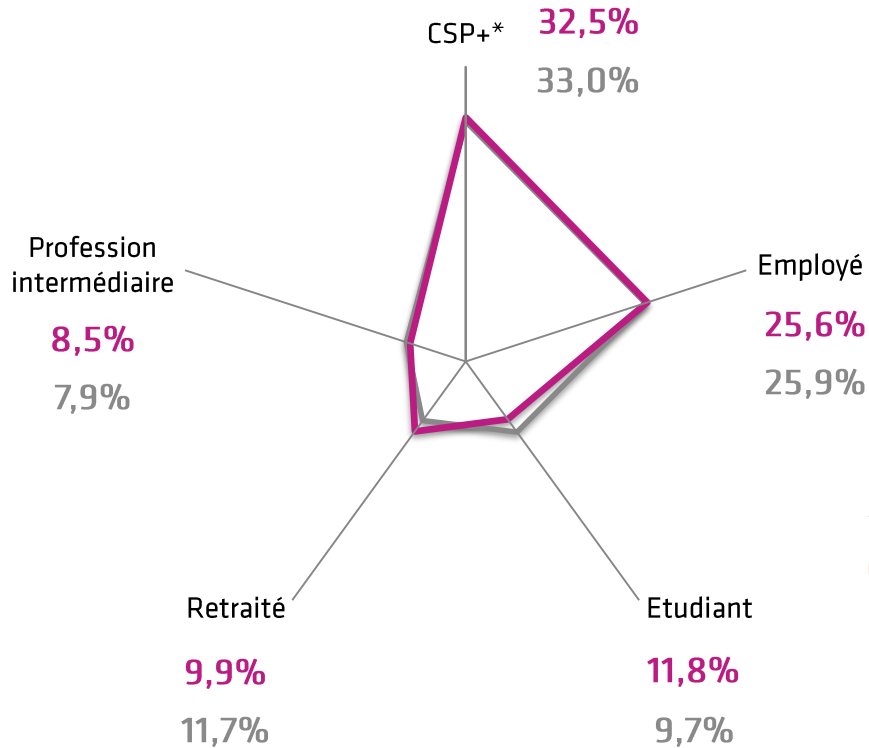
X% Ensemble des clientèles venues en Île-de-France.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des clientèles.

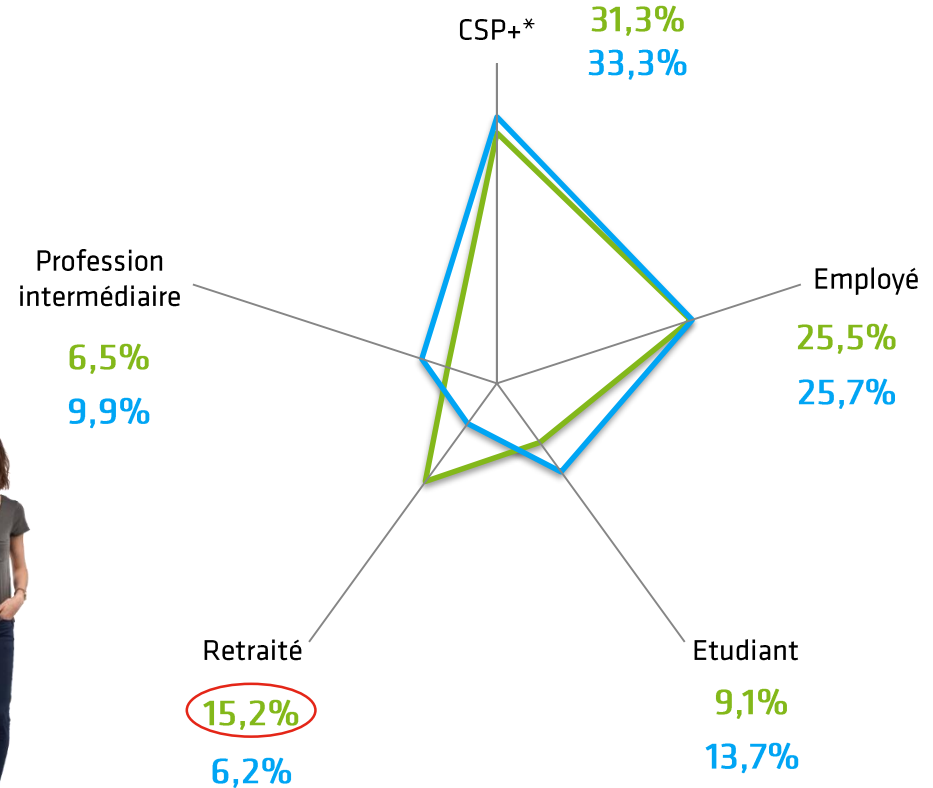
X% Surreprésentation par rapport aux clientèles ayant effectué des achats de biens durables.

Profil sociodémographique

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



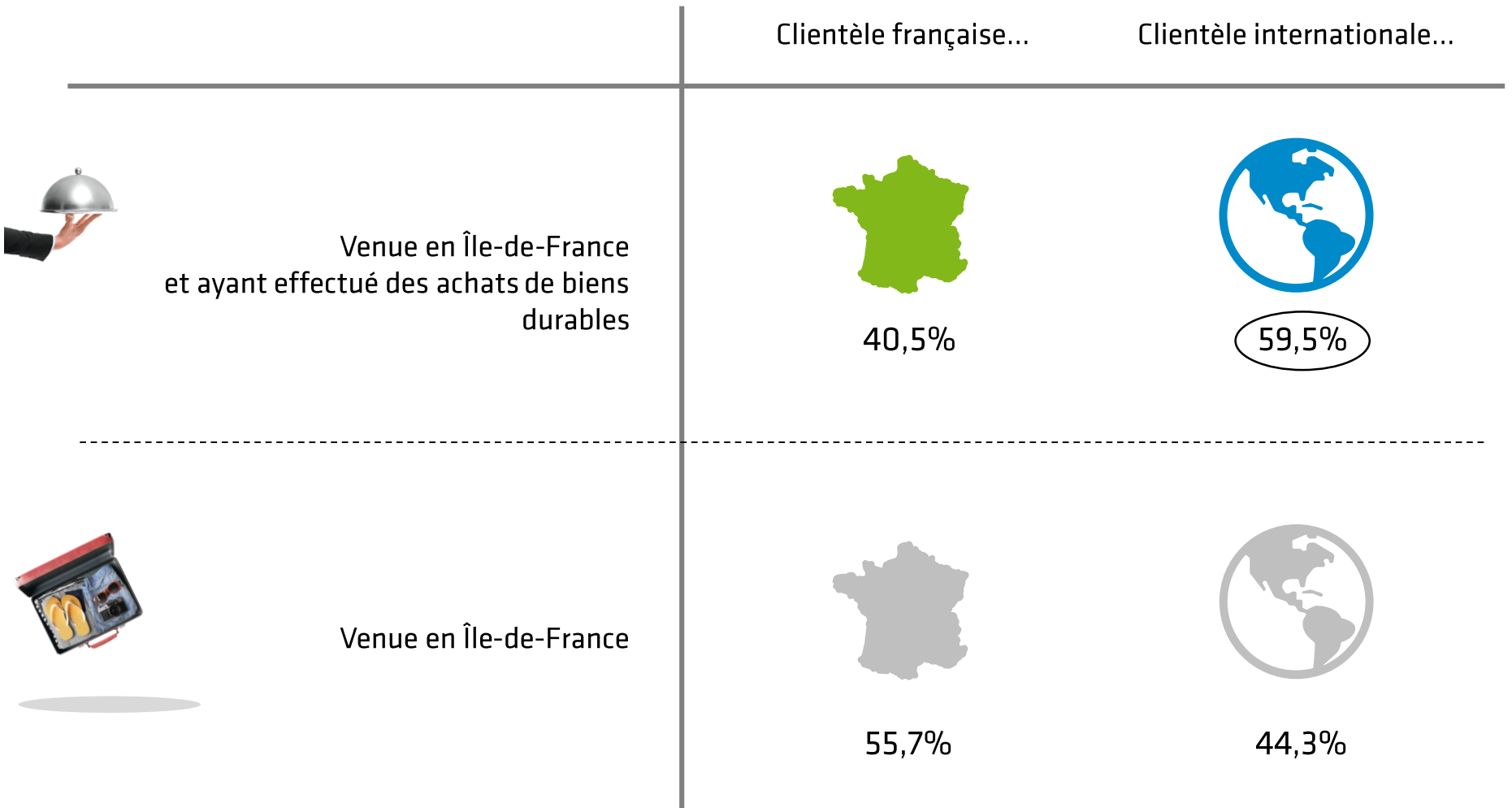
Clientèle française ayant effectué des achats de biens durables
Clientèle internationale ayant effectué des achats de biens durables



Base : répondants.

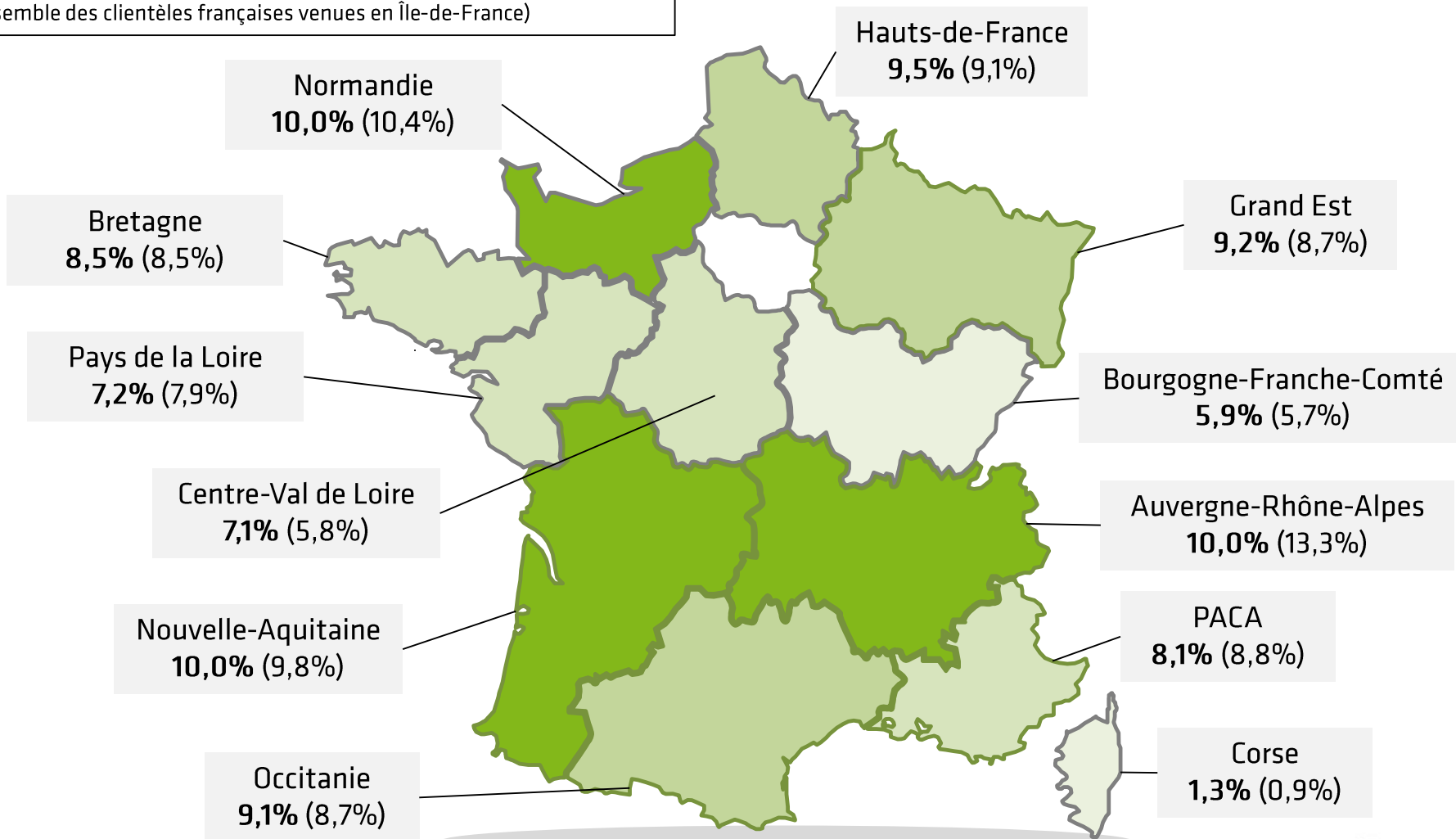
* Agriculteur exploitant, profession libérale, professeur, profession scientifique, cadre et autre profession intellectuelle supérieure.

Origine de la clientèle



Origine de la clientèle française

Clientèles françaises ayant effectué des achats de biens durables
(Ensemble des clientèles françaises venues en Île-de-France)



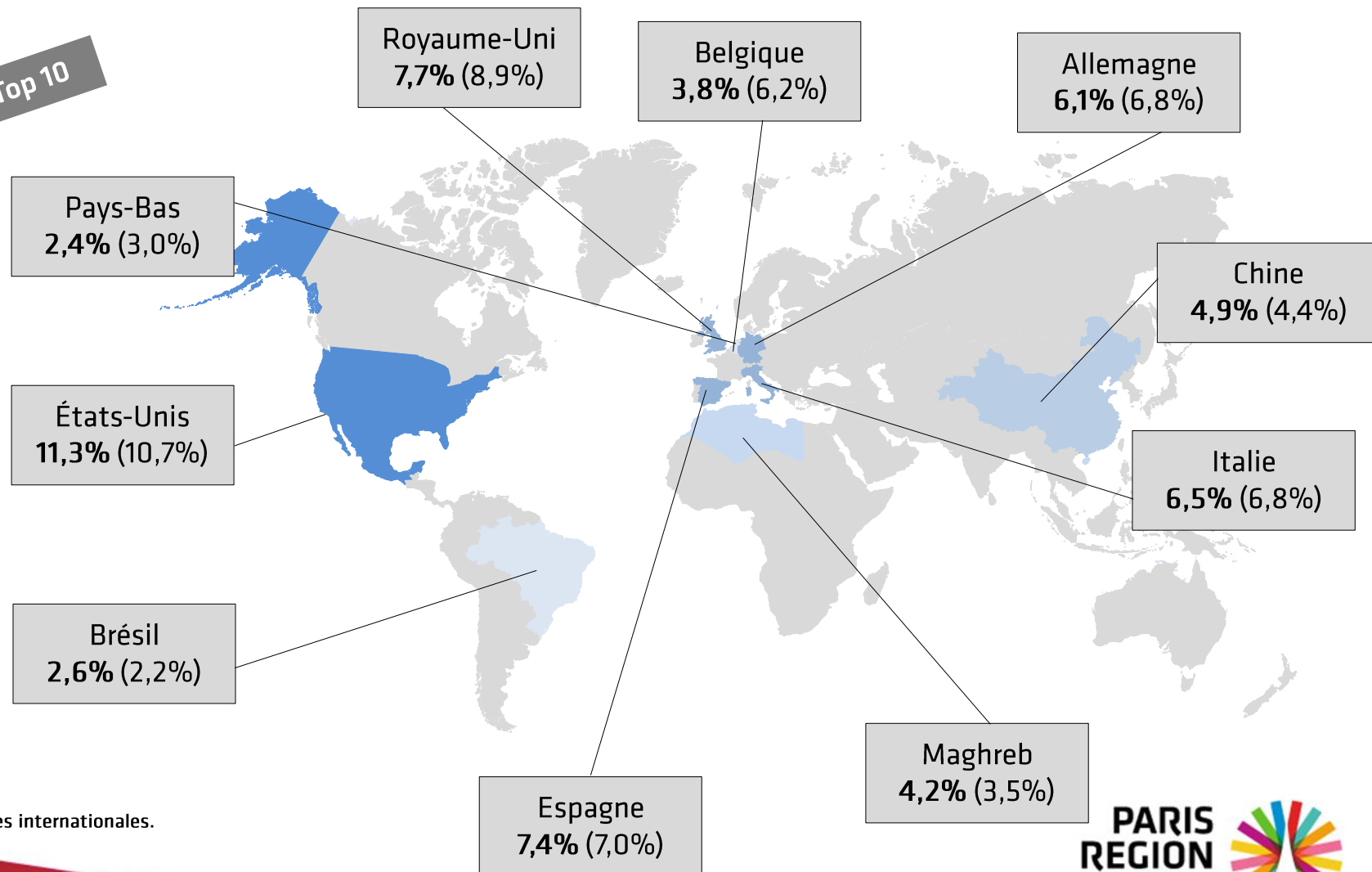
Base : clientèles françaises résidant en France.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France - résultats 2018.

Origine de la clientèle internationale

Clientèles internationales ayant effectué des achats de biens durables
(Ensemble des clientèles internationales venues en Île-de-France)

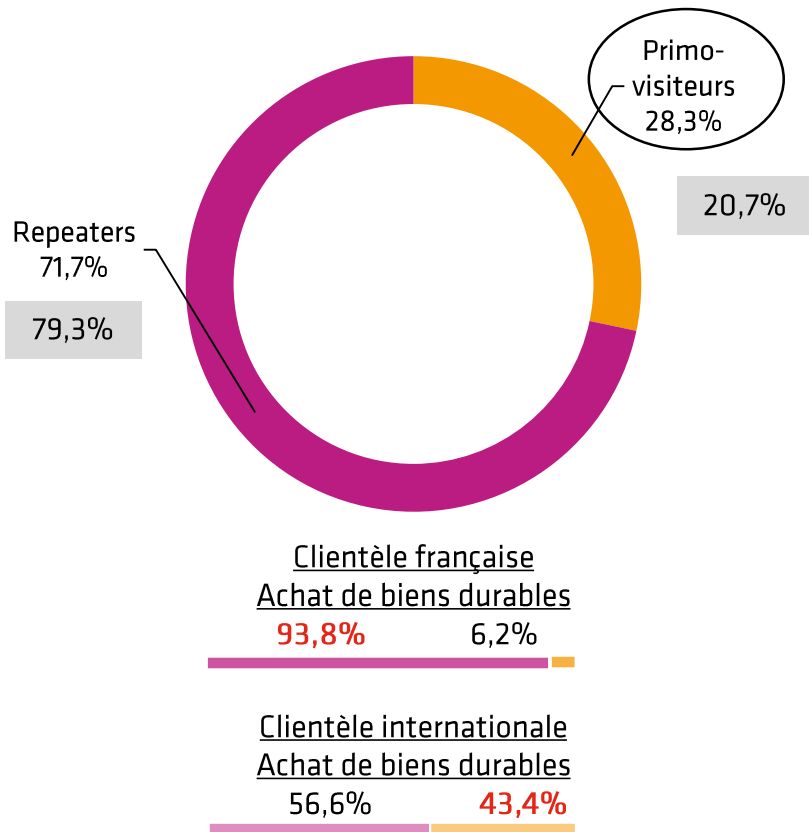
Top 10



Base : clientèles internationales.

Habitudes de voyage

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



Base : répondants.

Taille du groupe

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles

2,2 personnes
2,0 personnes

Clientèle française
Achat de biens durables

2,1 personnes

Clientèle internationale
Achat de biens durables

2,2 personnes

Base : ensemble.

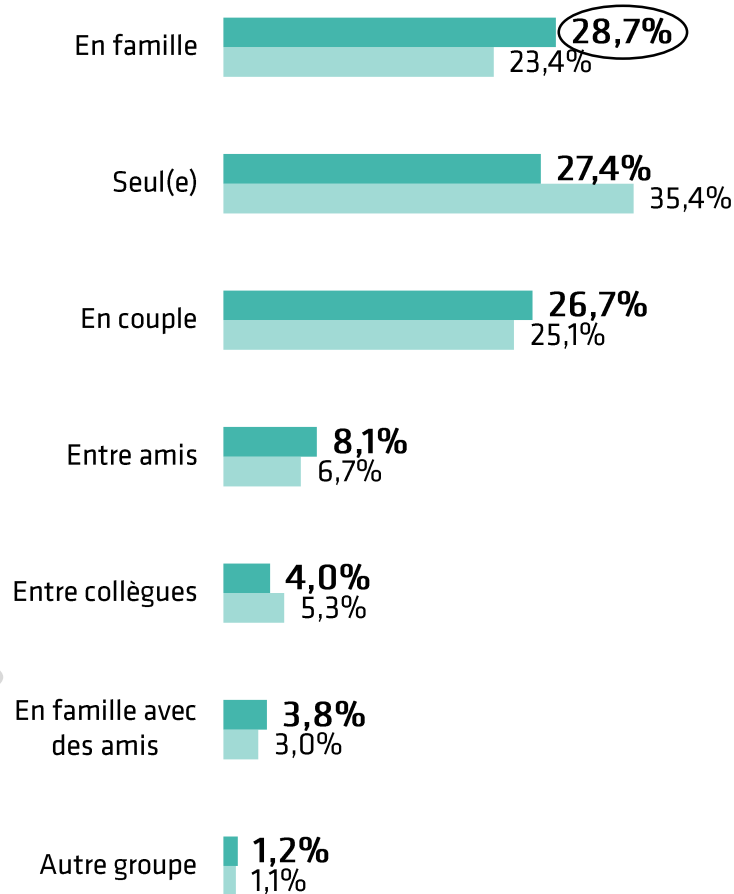
X% Clientèles venues en Île-de-France.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des clientèles.

X% Surreprésentation par rapport aux clientèles ayant effectué des achats de biens durables.

Accompagnants

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



Clientèle française
Achat de biens durables

Clientèle internationale
Achat de biens durables

28,0%

29,2%

35,6%

21,8%

24,9%

28,0%

5,1%

10,1%

3,1%

4,7%

2,5%

4,6%

0,7%

1,6%

Base : répondants.

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 - résultats 2018.

X%

Surreprésentation par rapport à l'ensemble des clientèles.

X%

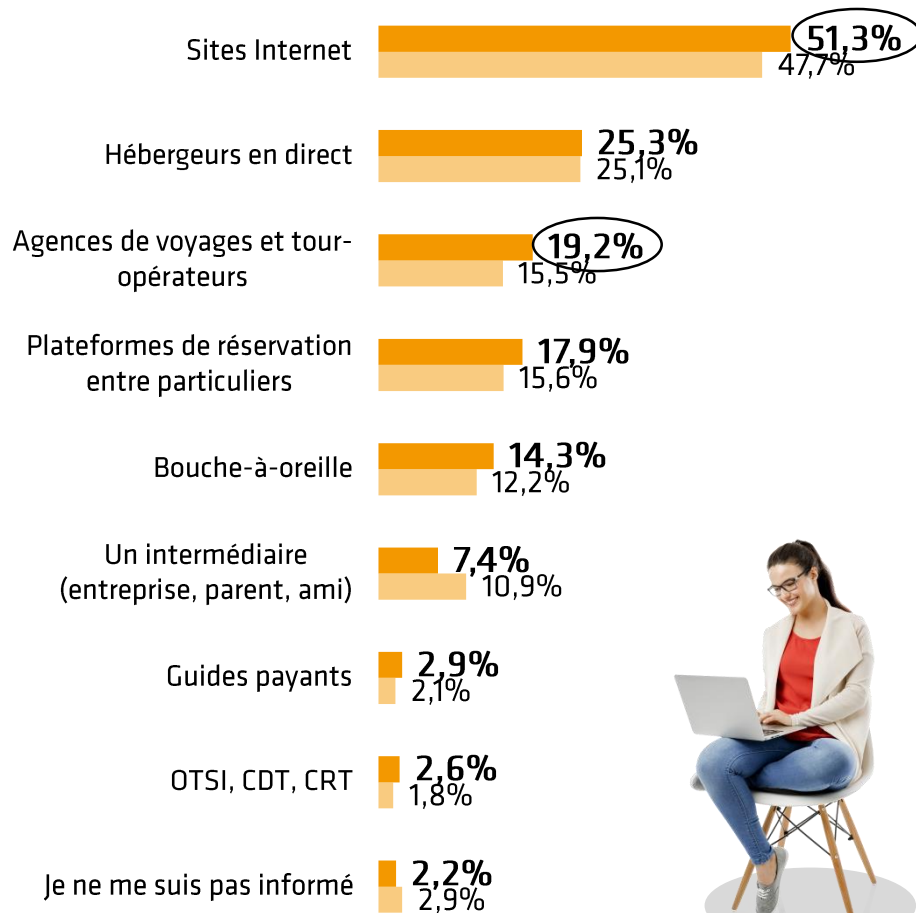
Surreprésentation par rapport aux clientèles ayant effectué des achats de biens durables.

03

Déroulement du séjour

Information sur le mode d'hébergement

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



Clientèle française
Achat de biens durables

50,2%

31,3%

13,7%

18,8%

13,4%

10,9%

3,9%

3,8%

3,8%

Clientèle internationale
Achat de biens durables

51,8%

22,8%

21,5%

17,6%

14,7%

5,9%

2,5%

2,1%

1,5%

Base : hébergement marchand.
Plusieurs réponses possibles.

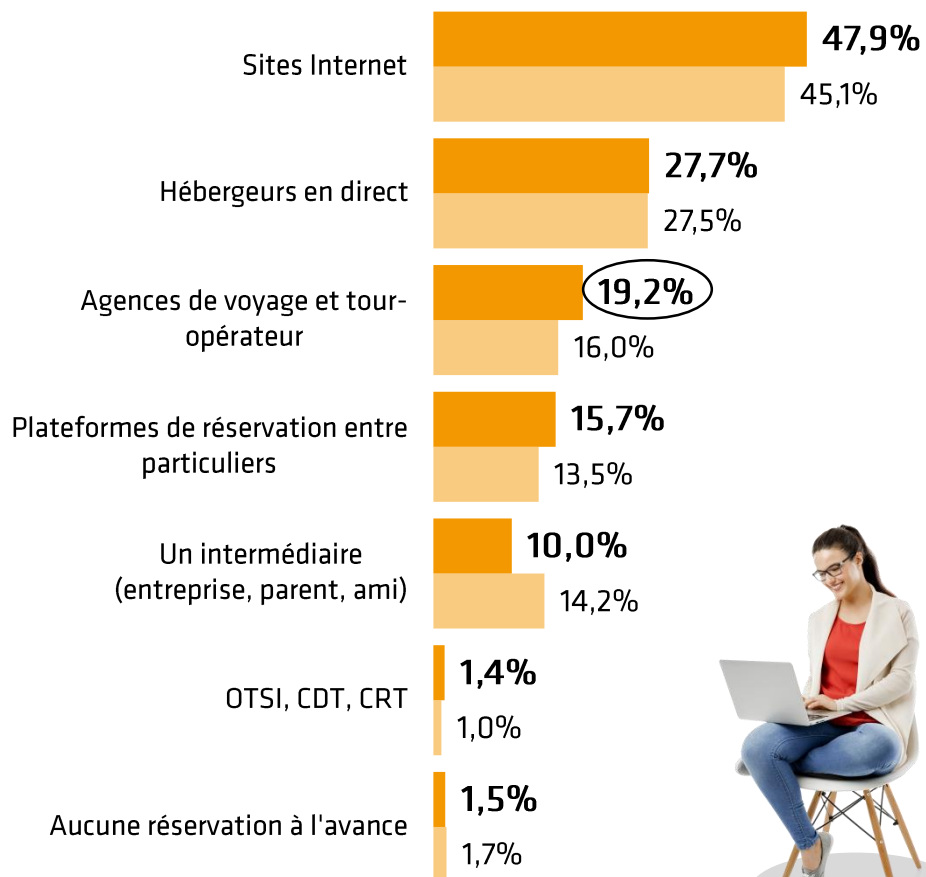
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France - résultats 2018.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des clientèles.

X% Surreprésentation par rapport aux clientèles ayant effectué des achats de biens durables.

Réservation de l'hébergement

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



Clientèle française
Achat de biens durables

Clientèle internationale
Achat de biens durables

44,1%	49,5%
35,2%	24,6%
9,2%	23,2%
13,2%	16,7%
14,8%	8,1%
1,1%	1,5%
2,1%	1,2%

Base : hébergement marchand.
Plusieurs réponses possibles.

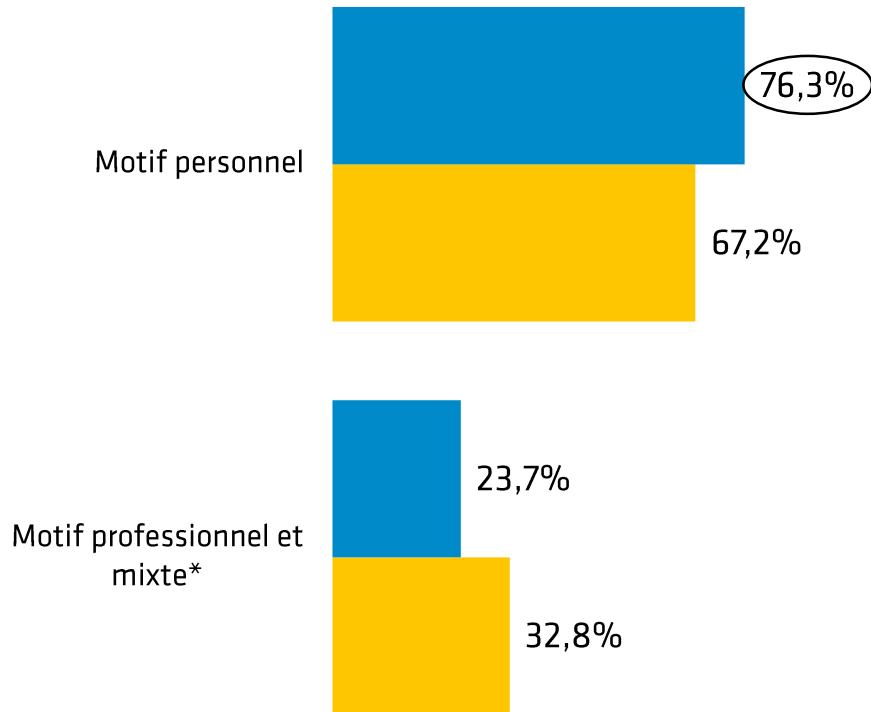
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France - résultats 2018.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des clientèles.

X% Surreprésentation par rapport aux clientèles ayant effectué des achats de biens durables.

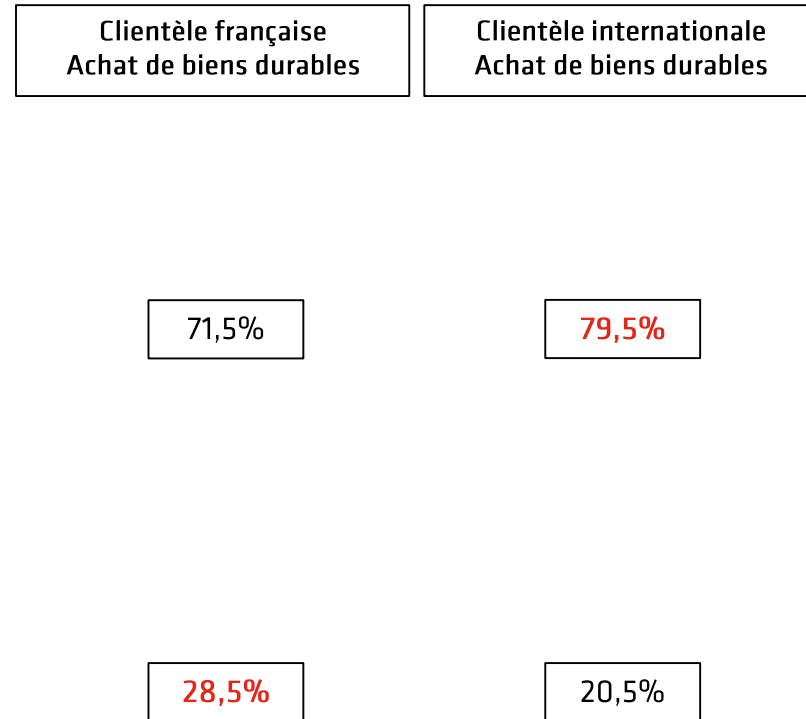
Motif du séjour

- Clientèles ayant effectué un achat de biens durables
- Ensemble des clientèles



Base : ensemble.

* Clientèles venues à la fois pour motif personnel et pour motif professionnel.



X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des clientèles.

X% Surreprésentation par rapport aux clientèles ayant effectué des achats de biens durables.

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France

Paris Île-de-France uniquement



75,8%
79,2%

Circuits villes françaises



13,3%
11,7%

Circuits villes européennes



13,3%
10,9%

Clientèle française
Achat de biens durables

82,8%

Clientèle internationale
Achat de biens durables

71,0%

13,5%

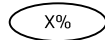
13,1%

4,6%

19,2%

Base : ensemble. Plusieurs réponses possibles.

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 – résultats 2018.



Surreprésentation par rapport à l'ensemble des clientèles.

X%

Surreprésentation par rapport aux clientèles ayant effectué des achats de biens durables.

Modes d'hébergement

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables

Ensemble des clientèles venues en Île-de-France

Clientèle française Achat de biens durables

Clientèle internationale Achat de biens durables

Durée moyenne du séjour

4,8 nuits

3,8 nuits

4,3 nuits

5,2 nuits

Hôtels

52,4%

50,2%

38,8%

61,6%

Reste marchands

16,0%

13,5%

9,4%

Hébergements non marchands

31,6%

36,3%

51,8%

20,6%

17,8%

Base : répondants.

X%

Ensemble des clientèles venues en Île-de-France.

X%

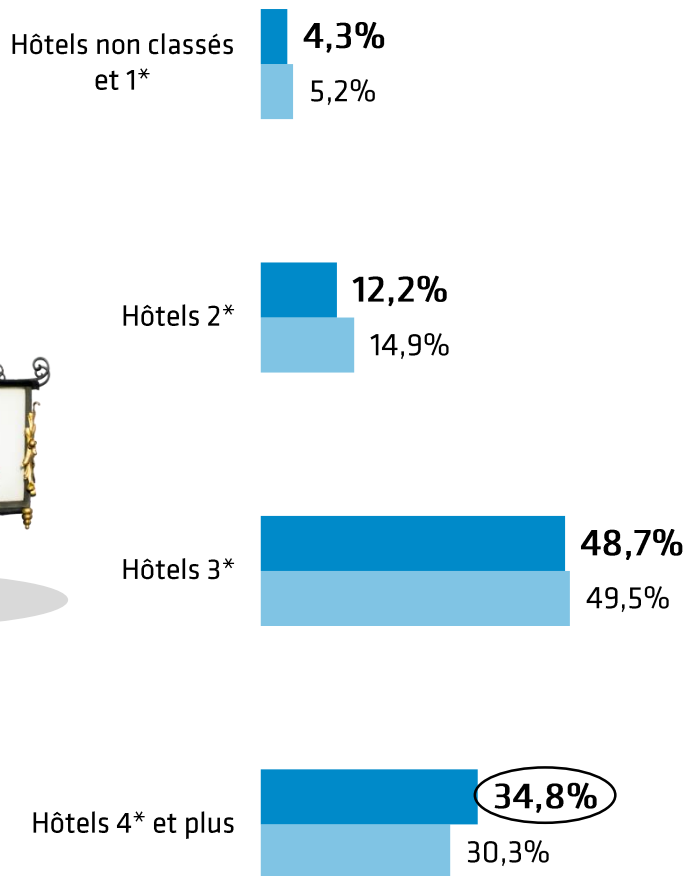
Surreprésentation par rapport à l'ensemble des clientèles.

X%

Surreprésentation par rapport aux clientèles ayant effectué des achats de biens durables.

Catégories d'hôtels

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



Clientèle française
Achat de biens durables

Clientèle internationale
Achat de biens durables

6,6%

3,3%

18,1%

9,7%

51,5%

47,6%

23,8%

39,4%

Base : répondants – Séjours hôtels.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières – CRT Paris Île-de-France – résultats 2018.

X%

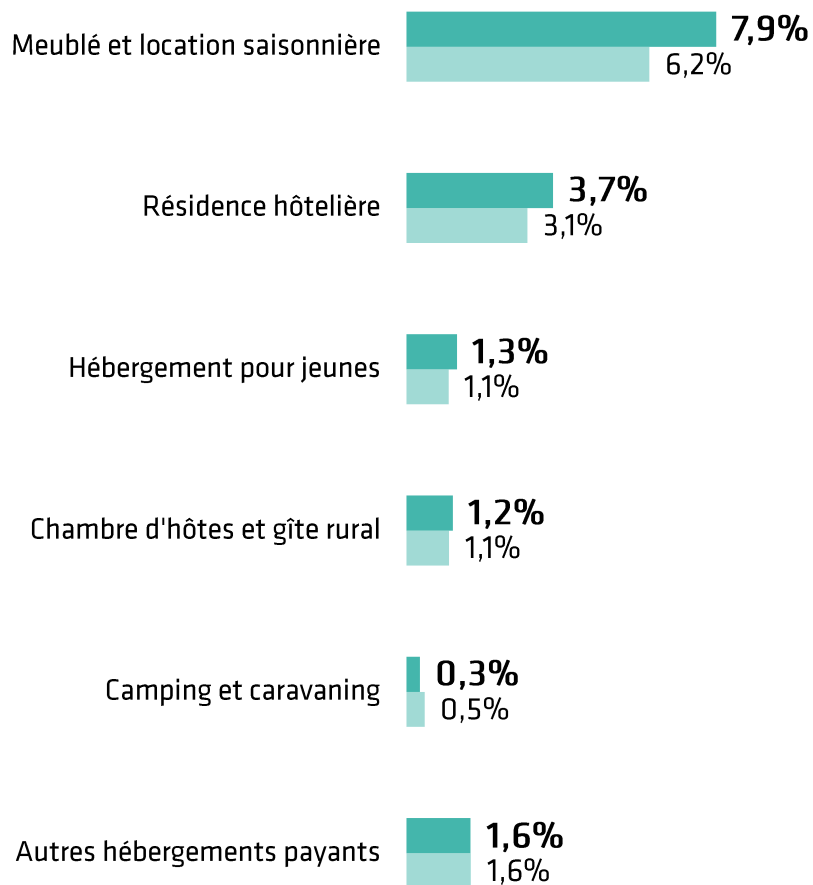
Surreprésentation par rapport à l'ensemble des clientèles.

X%

Surreprésentation par rapport aux clientèles ayant effectué des achats de biens durables.

Autres hébergements marchands

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



Clientèle française
Achat de biens durables

4,4%

2,1%

0,5%

0,8%

0,5%

1,2%

Clientèle internationale
Achat de biens durables

10,3%

4,8%

1,8%

1,5%

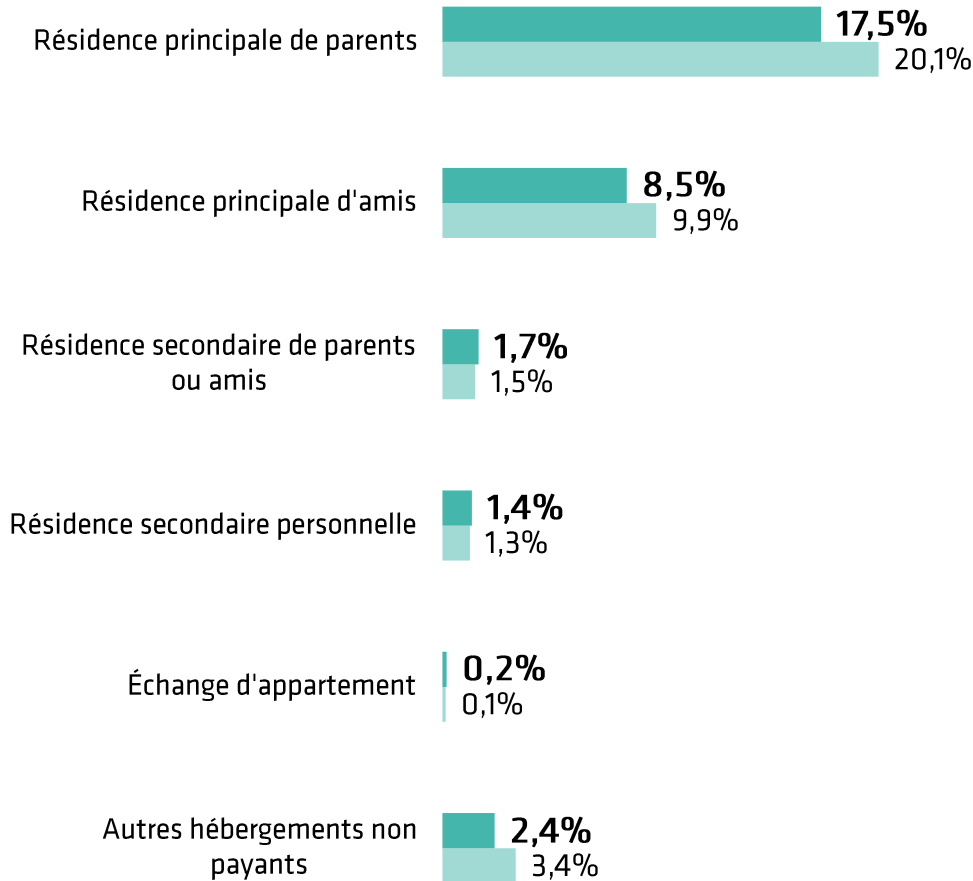
0,2%

1,9%

Base : répondants.

Hébergements non marchands

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



Clientèle française
Achat de biens durables

32,3%

10,5%

2,6%

2,5%

0,1%

3,8%

Clientèle internationale
Achat de biens durables

7,3%

7,2%

1,0%

0,6%

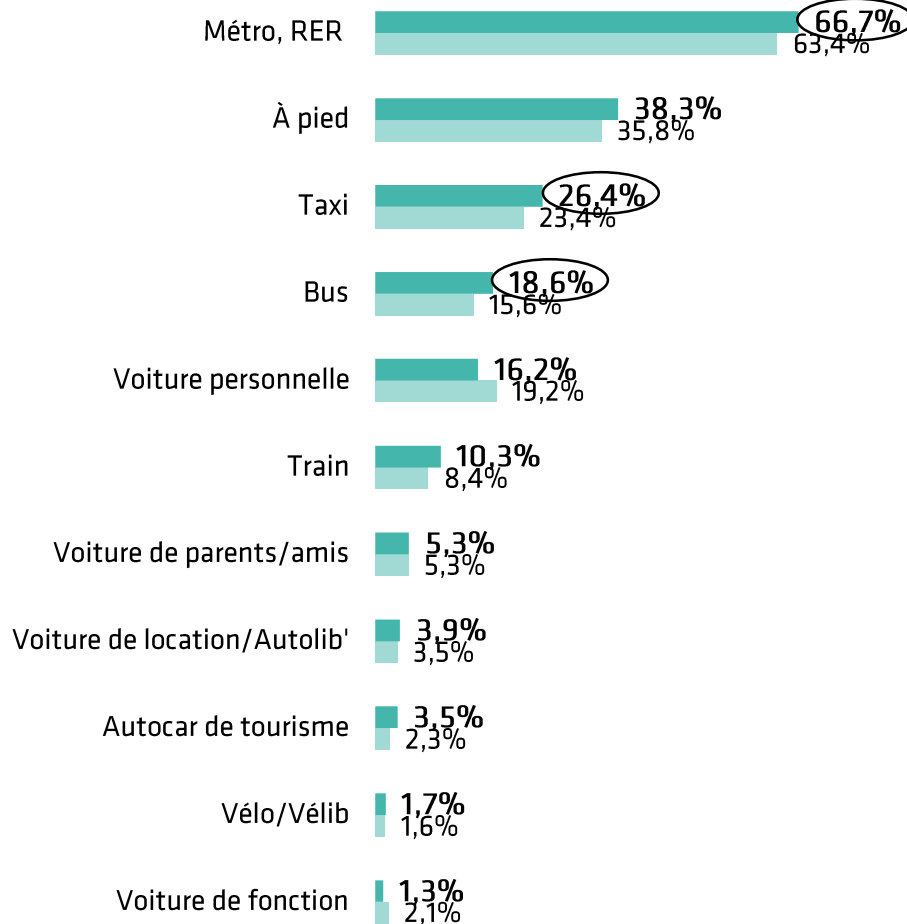
0,3%

1,4%

Base : répondants.

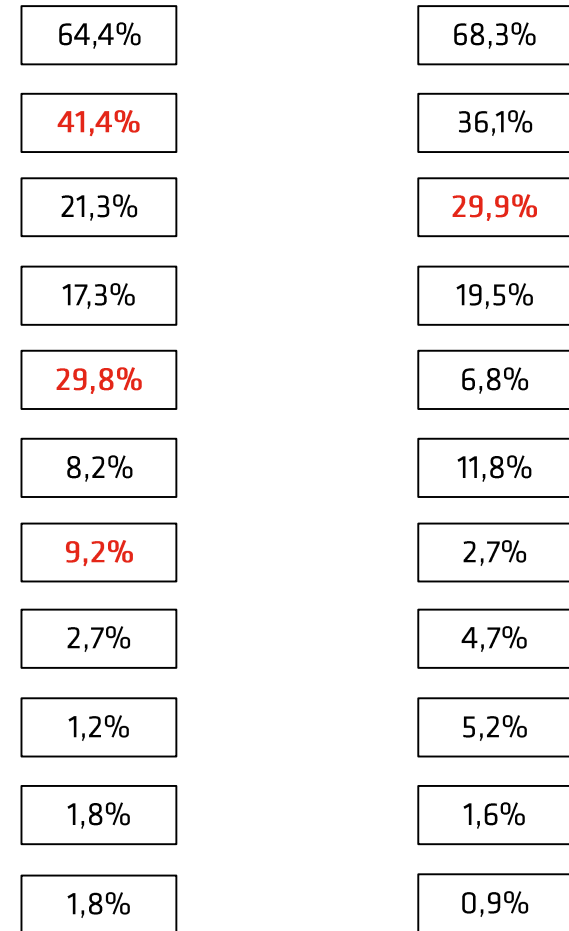
Modes de transport sur place

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



Clientèle française
Achat de biens durables

Clientèle internationale
Achat de biens durables



Base : répondants. Plusieurs réponses possibles.

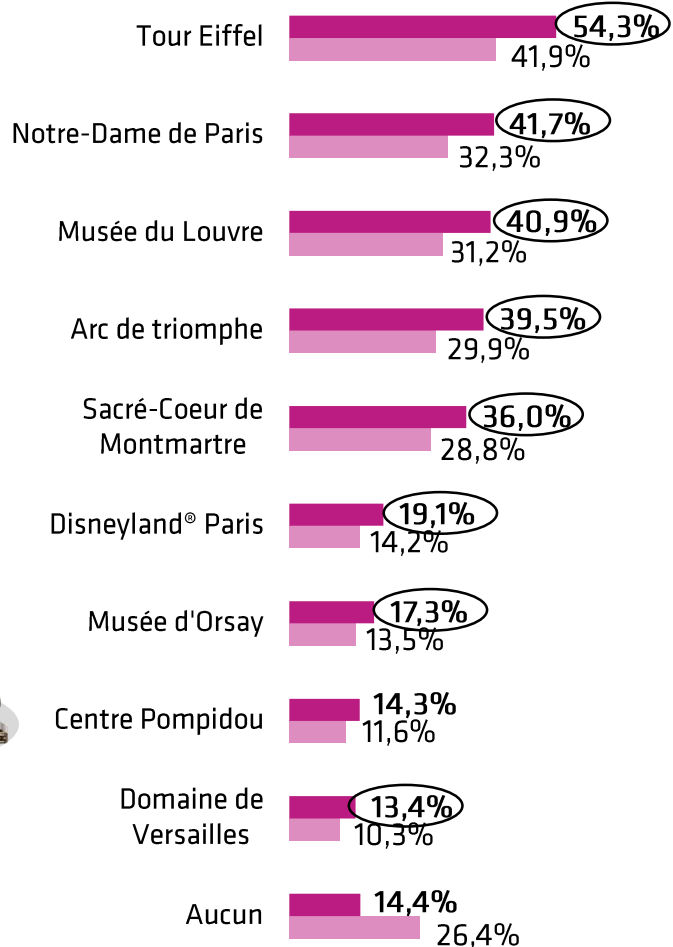
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France - résultats 2018.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des clientèles.

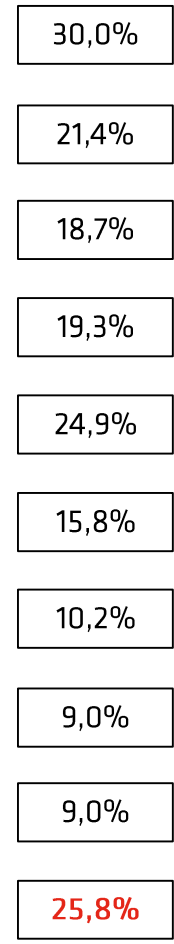
X% Surreprésentation par rapport aux clientèles ayant effectué des achats de biens durables.

Sites visités

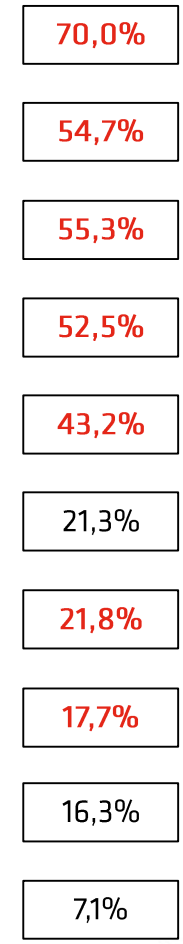
Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



Clientèle française
Achat de biens durables



Clientèle internationale
Achat de biens durables



Base : répondants.

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 – résultats 2018.

X% Surreprésentation par rapport à l'ensemble des clientèles.

X% Surreprésentation par rapport aux clientèles ayant effectué des achats de biens durables.

Dépenses

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables

Ensemble des clientèles venues en Île-de-France

Clientèle française
Achat de biens durables

Clientèle internationale
Achat de biens durables



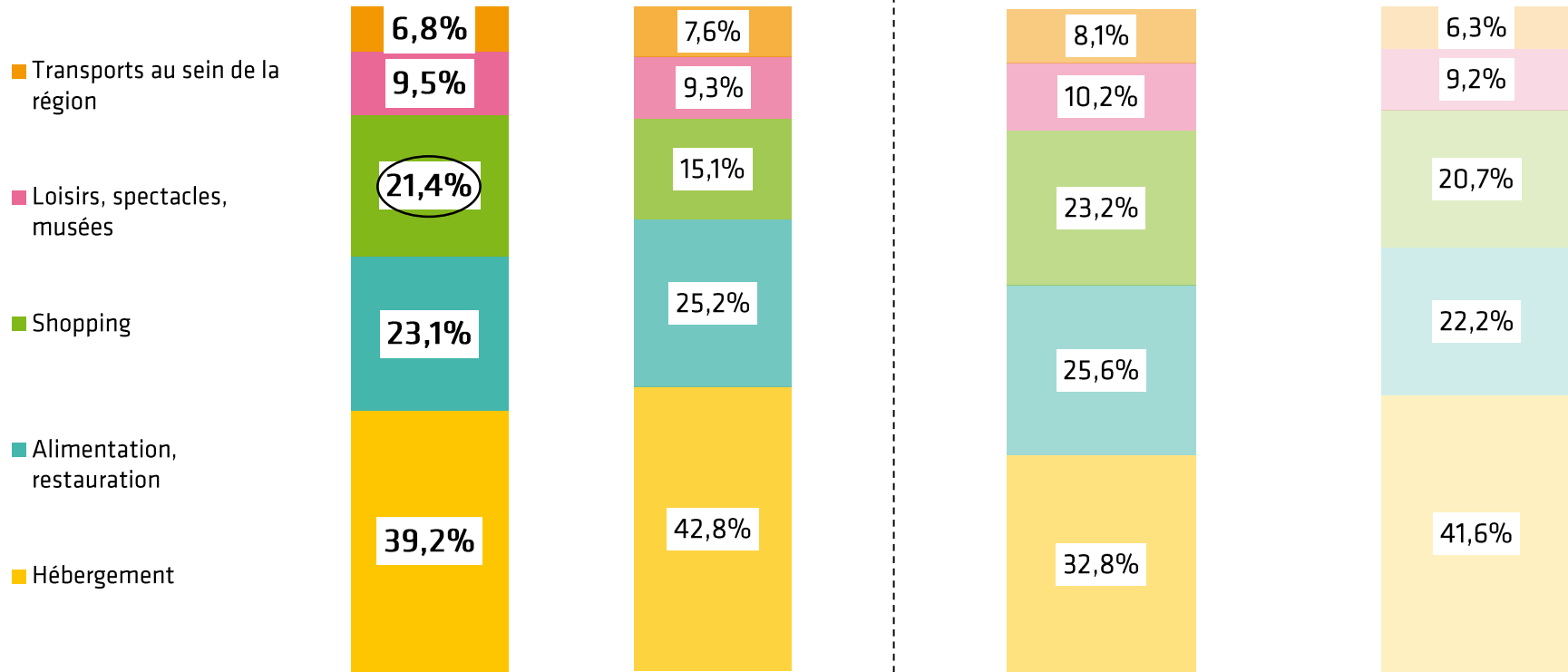
Dépense totale par jour et par personne

123€

113€

91€

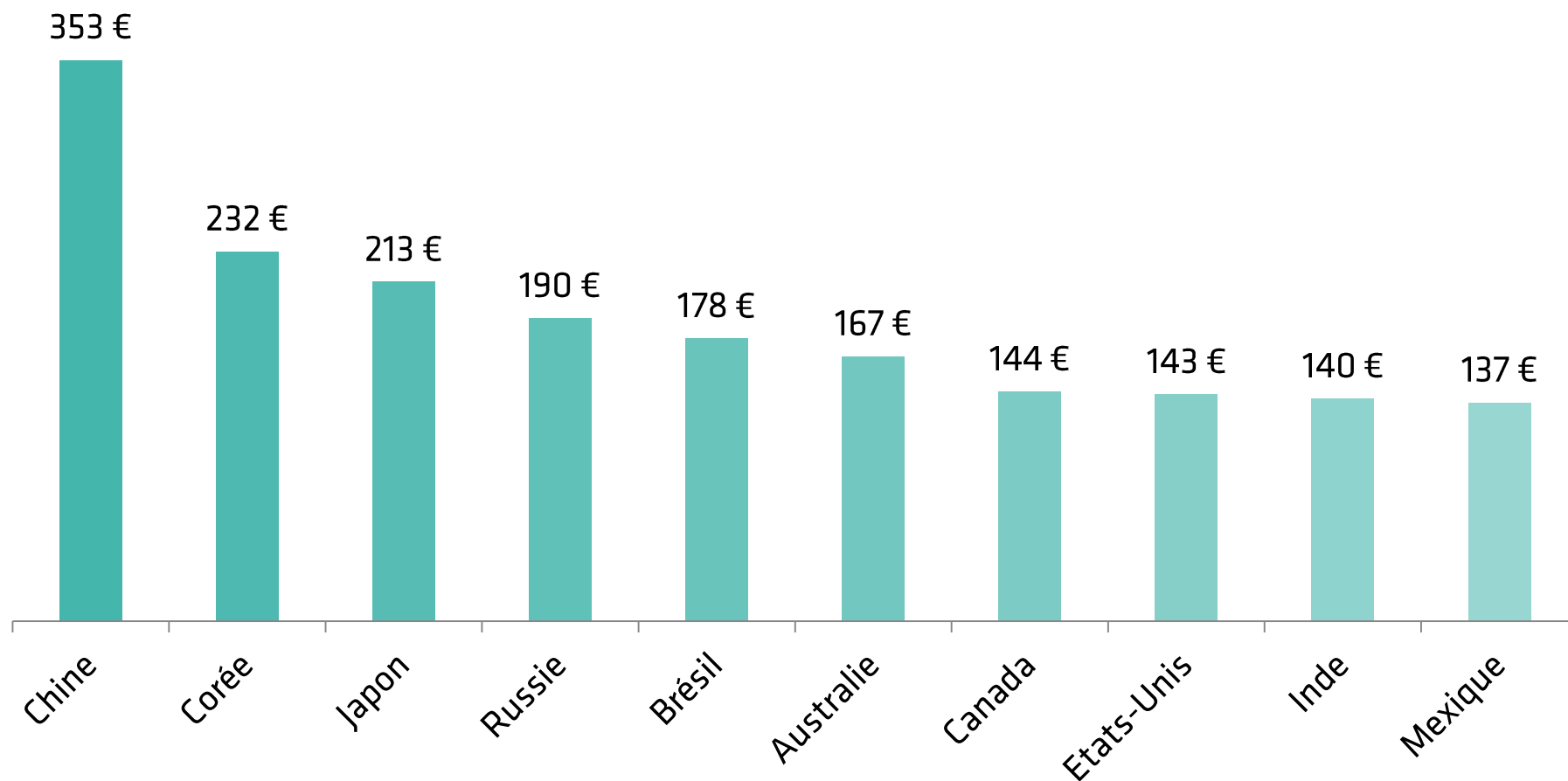
142€



Base : répondants.

Budget moyen du shopping par nationalités

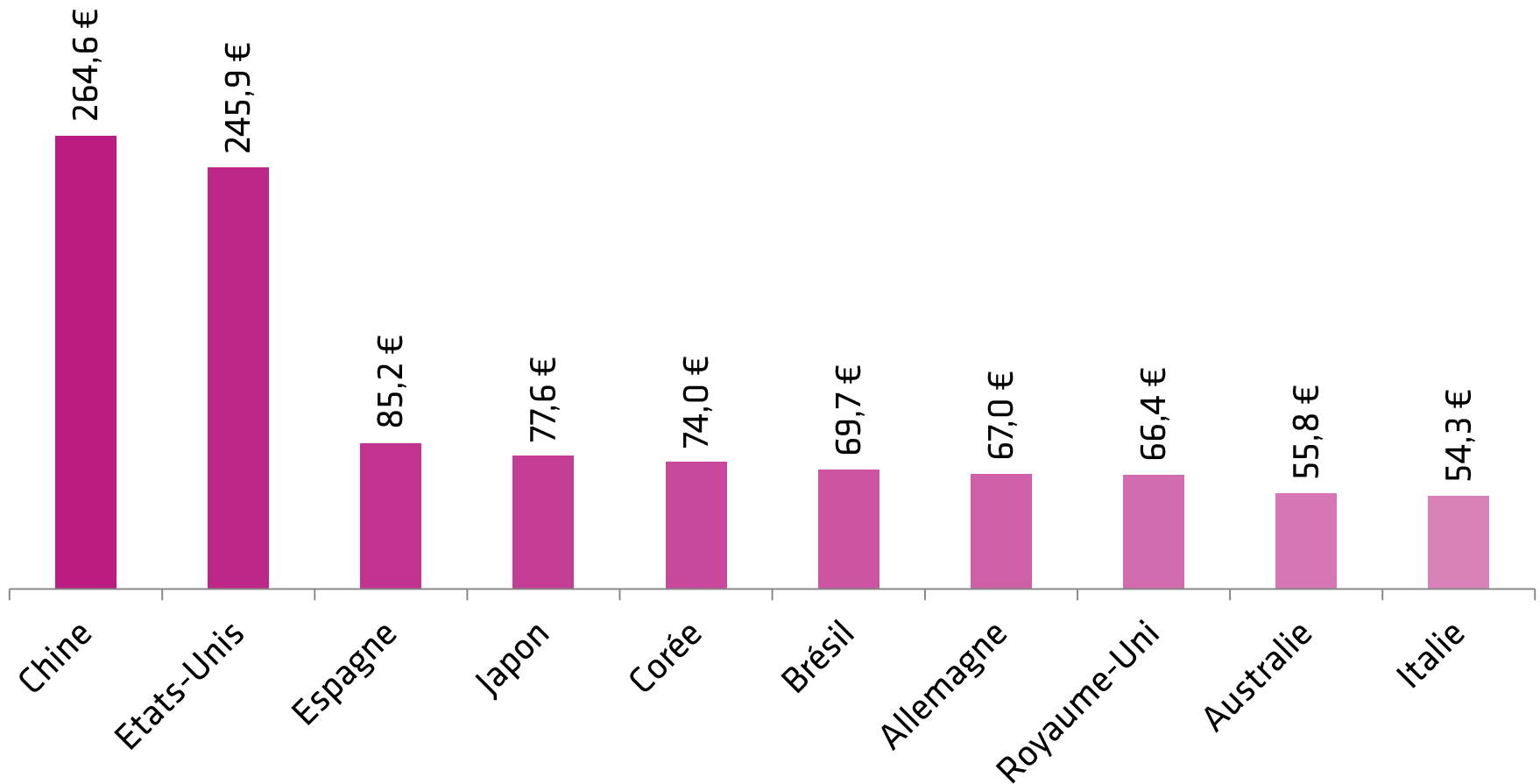
(par séjour et par personne)



Base : répondants.

Consommation touristique liée au shopping par nationalités

(en millions)



Base : répondants.

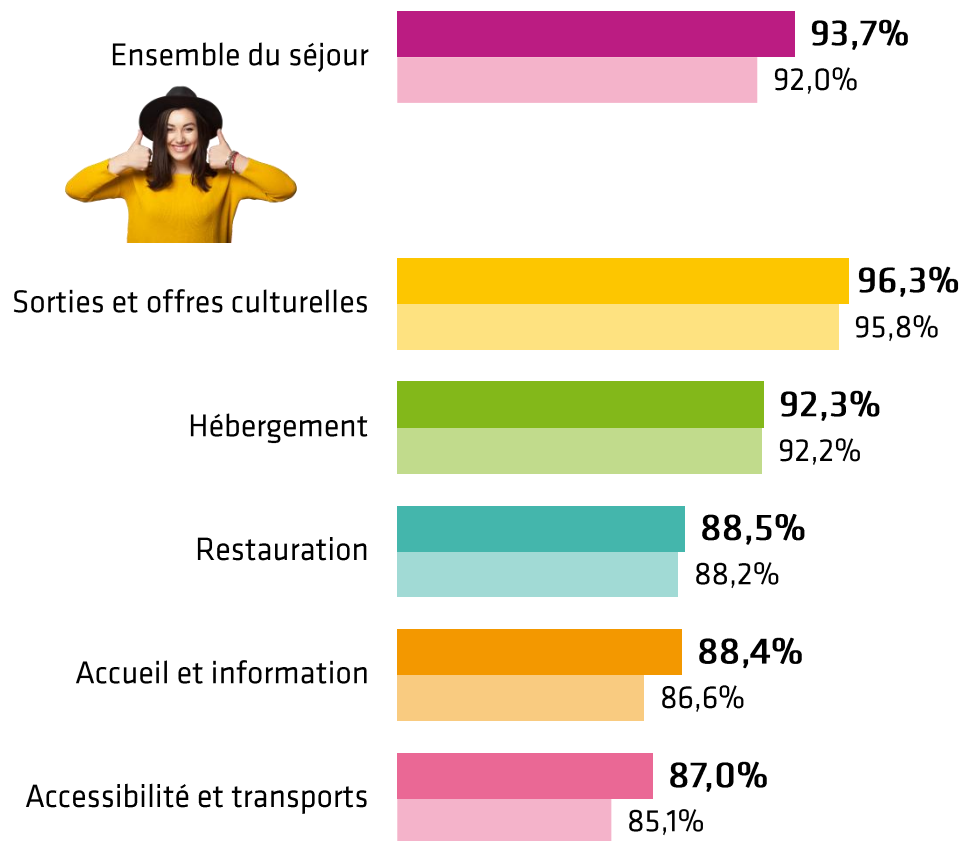
04

Satisfaction et intention de revenir

Satisfaction

Détail selon les composantes du séjour

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



Clientèle française
Achat de biens durables

Clientèle internationale
Achat de biens durables

94,3%

93,3%

96,9%

95,9%

95,5%

90,2%

90,9%

86,8%

88,2%

88,6%

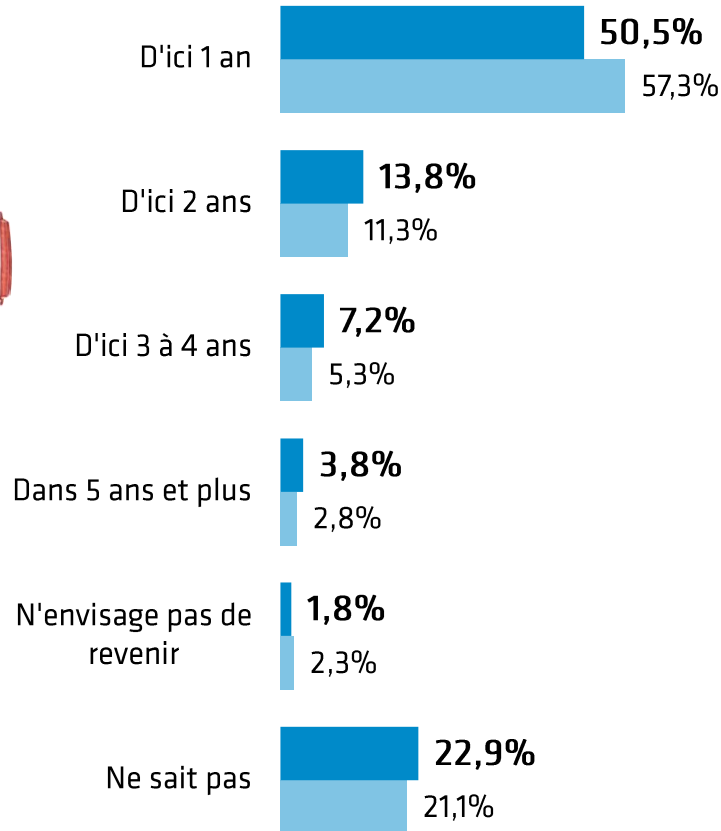
86,0%

87,8%

Base : répondants.

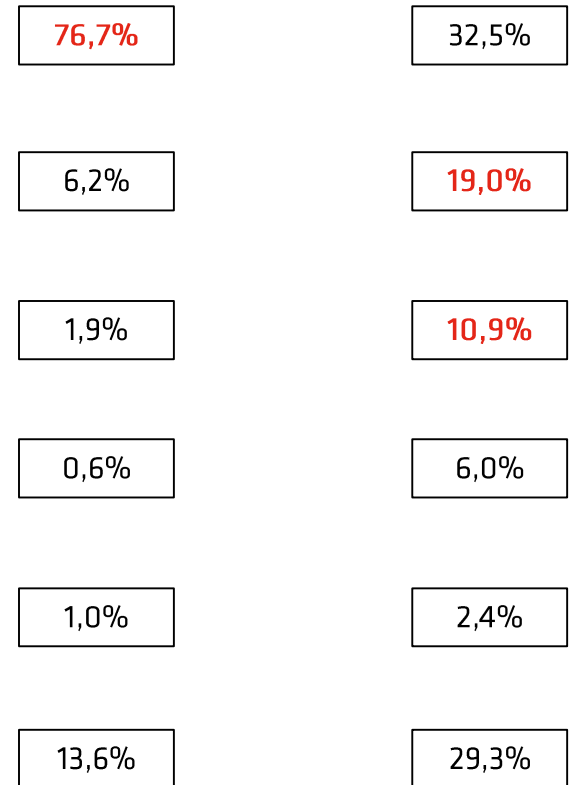
Intention de retour

Clientèles ayant effectué des achats de biens durables
Ensemble des clientèles venues en Île-de-France



Clientèle française
Achat de biens durables

Clientèle internationale
Achat de biens durables



Base : répondants.

05

Fiche synthétique

Les 10 points clés

INDICATEURS GLOBAUX

Plus de 25,6 millions de touristes accueillis à Paris Île-de-France qui ont généré près de 123,7 millions de nuitées et près de 15,3 milliards d'euros de consommation touristique



PROFIL

55,1% de femmes

28,7% viennent en famille
27,4% seuls

84,3% en individuel
non organisé



32,5% de CSP+

41 ans d'âge moyen

71,7% de repeaters

NATIONALITÉS

France (40,5%) – avec notamment Nouvelle-Aquitaine, Normandie et Auvergne-Rhône Alpes
États-Unis (6,7%)
Royaume-Uni (4,6%)
Espagne (4,4%)



MOTIFS DE SÉJOURS

76,3% viennent uniquement pour motifs personnels

Motifs principaux : vacances (62,4%), visite de la famille (26,8%) et des amis (13,0%)



HÉBERGEMENT

68,4% des séjours en hébergement marchand.

Cette proportion s'élève à 82,2% au sein de la clientèle internationale

L'hôtel est le principal mode d'hébergement marchand (52,4%)



MOYENS D'INFORMATION ET DE RÉSERVATION

Internet, principal vecteur d'information (51,3%) et de réservation (47,9%) de l'hébergement,
Le recours aux hébergeurs en direct pour réserver est important (27,7%)



DÉPENSES

123€ de dépense moyenne par jour et par personne

21,4% de cette dépense est consacrée au shopping, derrière l'hébergement (39,2%) et la restauration (23,1%)



SATISFACTION ET INTENTION DE REVENIR

93,7% des touristes sont satisfaits de leur séjour et 64,2% ont l'intention de revenir d'ici 1 à 2 ans à Paris Île-de-France



CONTACTS

Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France

11, rue du Faubourg Poissonnière, 75009 Paris

Tél. : +33 (0)1 73 00 77 00

etudes-observation@visitparisregion.com