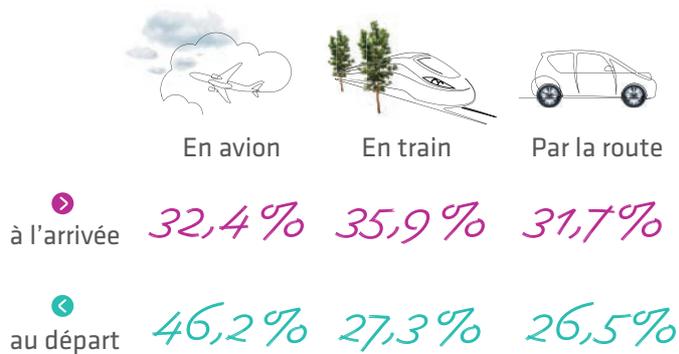


Les jeunes



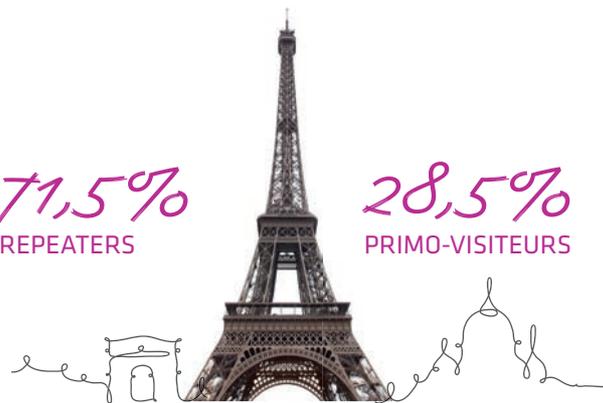
- > 12 168 000 séjours
- > 55 790 000 nuitées
- > 5,4 milliards d'euros de consommation touristique
- > 447 € de budget moyen de séjour par personne
- > 62,4 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

MODE DE TRANSPORT



71,5%
REPEATERS

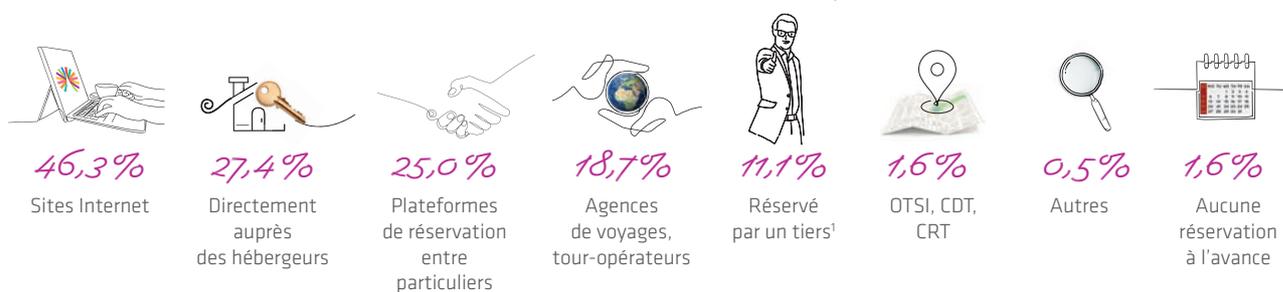
28,5%
PRIMO-VISITEURS



La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 79,2 % de repeaters et de 20,8 % de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, LES PLATEFORMES ENTRE PARTICULIERS JOUENT UN RÔLE IMPORTANT



Quel profil ?

Les jeunes appartiennent pour 38,7 % (+29,0 points) à la catégorie des étudiants, pour 28,3 % (+1,8 point) à celle des employés et pour 18,0 % (-14,5 points) à celle des CSP¹. Ils proviennent en majorité de France (47,6 %), notamment de Normandie (12,9 %), d'Auvergne-Rhône-Alpes (11,6 %) et des Hauts-de-France (9,6 %). Les touristes internationaux sont originaires principalement des États-Unis (5,7 %), du Royaume-Uni (4,1%) et de Chine (3,5%).

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

Quel type de voyage ?

Plus de 7 visiteurs sur 10 (72,7 %, +3,8 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement seuls (40,5 %, +4,7 points), en couple (21,0 %, -4,5 points) ou en famille (15,5 %, -7,3 points). Les voyages entre amis sont surreprésentés (13,5 %, +6,9 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 78,0 % (-1,5 point). Elle fait partie d'un circuit France pour 12,3 % (-0,4 point) et d'un circuit Europe pour 11,7 % (+2,2 points). Les jeunes voyagent en individuel non organisé pour 82,0 % (+1,9 point).

Ils sont 7,2 % (-3,1 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise, 5,9 % (+1,3 point) à opter pour les groupes organisés et 5,0 % (-0,1 point) à préférer un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur.

Quel hébergement ?

Plus de 6 séjours sur 10 (60,6 %, -2,9 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 40,4 % (45,8 % en 3 étoiles et 30,4 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (10,5 %) ainsi que les hébergements pour jeunes (3,0 %). Les résidences principales de parents (18,5 %) et d'amis (14,9 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

Quelles activités ?

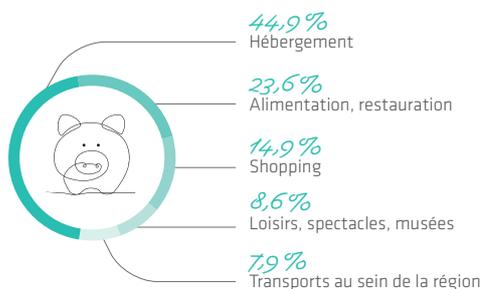
Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (76,2 %), les promenades en ville (74,9 %) ainsi que le shopping (45,8 %). Les jeunes sont particulièrement intéressés par les sorties nocturnes (33,1 %, +14,5 points),

les visites de parcs et jardins (45,3 %, +8,7 points) et les promenades en ville (+8,2 points). Ils apprécient également les visites de musées et monuments (+7,4 points), le shopping (+7,0 points), les parcs d'attraction (25,1 %, +4,5 points) et les marchés et brocantes (16,6 %, +3,9 points). Les jeunes ont globalement une appétence plus importante pour la pratique des activités de loisirs par rapport à l'ensemble de la clientèle.

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (54,5 %), le musée du Louvre (42,5 %), l'Arc de triomphe (40,3 %), Notre-Dame de Paris (36,9 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (32,9 %). Ils sont plus nombreux à visiter les classiques tels que la tour Eiffel (+13,2 points), le musée du Louvre (+11,9 points), l'Arc de triomphe (+10,9 points), Notre-Dame de Paris (+8,7 points) et le Sacré-Cœur de Montmartre (+6,0 points). Ils se rendent également davantage à Disneyland® Paris (17,7 %, +3,7 points) ou au centre Pompidou (14,6 %, +3,4 points).

PLUS DE 40% DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les jeunes, dont la dépense moyenne par jour et par personne (98 €) est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles (111 €), accordent une part plus importante de leur budget au shopping (+1,0 point) et moins importante à l'hébergement (-1,2 point).

Leurs particularités

- Nombre important de séjours réalisés en individuel
- Fort taux de primo-visiteurs
- Réservations réalisées en priorité par Internet avec un recours élevé aux plateformes de réservation entre particuliers
- Intention de revisite élevée

Nos suggestions

- Renforcer la communication autour des activités et sorties nocturnes
- Proposer des activités plus confidentielles telles que les marchés et brocantes ou encore les visites guidées de quartiers
- Mettre en avant des offres à prix réduits

DES TOURISTES SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'OFFRE CULTURELLE



92,8%

Ensemble du séjour



95,2%

Sorties et offre culturelle



90,9%

Hébergement



89,0%

Restauration



86,8%

Accueil et information



82,7%

Accessibilité et transports

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 92,1 %.

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

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les axes d'autoroute et dans les gares routières - CRT Paris Ile-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2019.