

# La fréquentation touristique

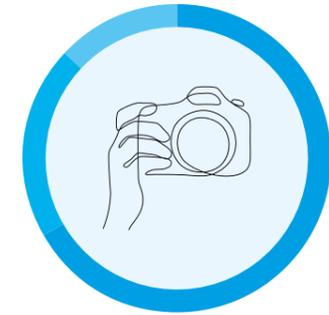
Entre 2014 et 2019, la fréquentation touristique de la destination Paris Île-de-France est en progression.



## L'essentiel de la période 2014-2019 :

- Le nombre de touristes passe de 45,8 millions en 2014 à 50,6 millions en 2019, soit une hausse de 10,4 %.
- La consommation touristique passe de 20,7 milliards d'euros en 2014 à 21,9 milliards d'euros en 2019, soit une hausse de 5,7 %.
- Le nombre de séjours de loisirs progresse de 13,5 % et la consommation générée de 11,4 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de séjours d'affaires et mixtes progresse de 4,2 % tandis que la consommation générée diminue de 3,5 % entre 2014 et 2019.

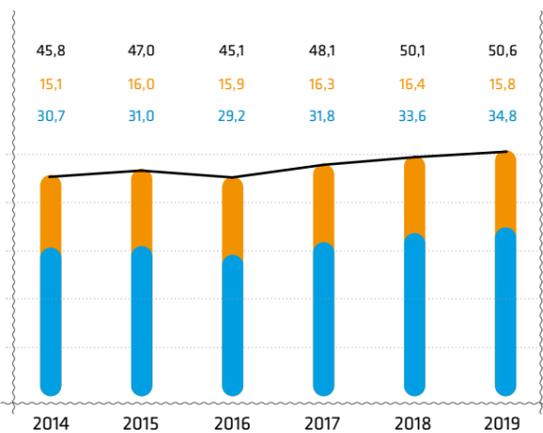
## MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)



- 66,7% Loisirs
- 20,4% Affaires
- 12,9% Mixtes<sup>1</sup>

### NOMBRE DE TOURISTES EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIONS)

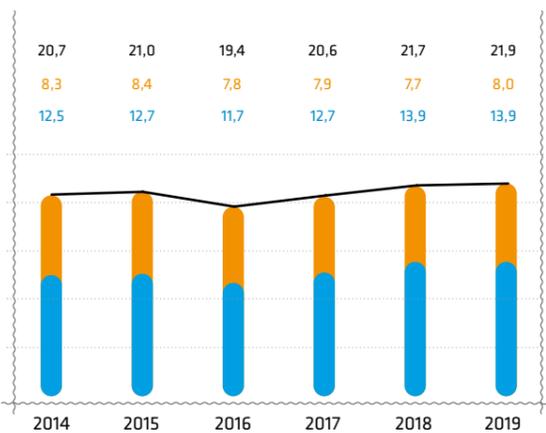
+10,4 % entre 2014 et 2019



● Loisirs ● Affaires et mixtes<sup>1</sup> ● Global

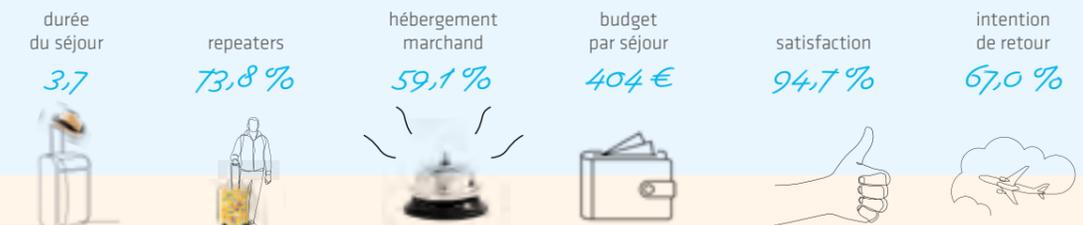
### CONSOMMATION TOURISTIQUE EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIARDS D'€)

+5,7 % entre 2014 et 2019

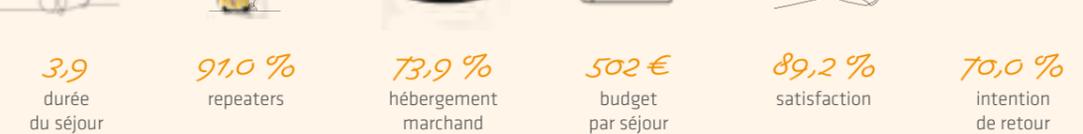


- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (76,6 %) ➤ Promenades (70,2 %) ➤ Shopping (43,1 %)
- TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (52,7 %) ➤ Américains (5,4 %) ➤ Britanniques (4,8 %) ➤ Espagnols (3,4 %) ➤ Italiens (3,2 %)

### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>



- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (62,0 %) ➤ Promenades (55,4 %) ➤ Shopping (33,2 %)
- TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (66,5 %) ➤ Britanniques (2,7 %) ➤ Italiens (2,6 %) ➤ Allemands (2,4 %) ➤ Américains (2,4 %)

## Principaux chiffres 2020

17,4 millions de touristes, -65,6 % par rapport à l'année 2019

66,1 millions de nuitées, -66,3 % par rapport à l'année 2019

6,0 milliards d'euros de consommation touristique, -72,5 % par rapport à l'année 2019

## Recommandations marketing

- Mettre en avant les mesures sanitaires mises en place dans les établissements touristiques
- Proposer des expériences innovantes à des prix attractifs pour la clientèle française
- Promouvoir la diversité des expériences proposées par les destinations
- Développer des offres destinées aux jeunes, plus enclins à voyager dans les prochains mois

## Les clientèles touristiques à Paris\*

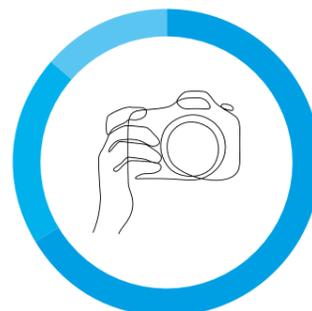


L'essentiel de la période 2014-2019 :

- 27,0 millions de touristes par an, soit 56,4 % du total de la destination
- 14,3 milliards d'euros de consommation touristique générée par an, soit 68,3 % du total de la destination
- 54,7 % de séjours touristiques internationaux

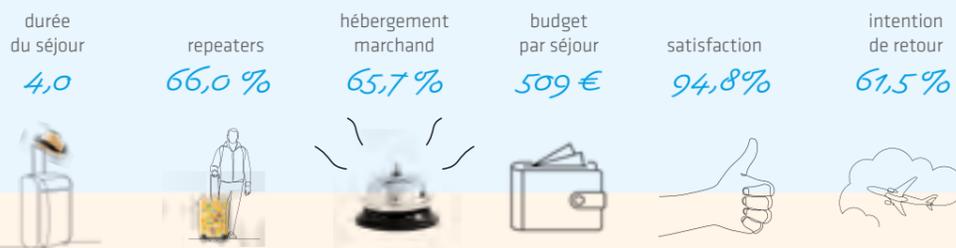
MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)

- 66,4 % Loisirs
- 20,1 % Affaires
- 13,5 % Mixtes<sup>1</sup>



TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (37,8 %) ➤ Américains (8,6 %) ➤ Britanniques (5,0 %) ➤ Italiens (4,4 %) ➤ Espagnols (3,8 %)  
TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (80,8 %) ➤ Promenades (78,4 %) ➤ Shopping (48,7 %)

### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>



TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (59,5 %) ➤ Américains (3,3 %) ➤ Italiens (3,2 %) ➤ Britanniques (2,9 %) ➤ Chinois (2,7 %)  
TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (66,2 %) ➤ Promenades (61,9 %) ➤ Shopping (37,4 %)

### Principaux chiffres 2020

- 7,7 millions de touristes, -73,3 % par rapport à l'année 2019
- 29,2 millions de nuitées, -75,8 % par rapport à l'année 2019
- 3,3 milliards d'euros de consommation touristique, -78,8 % par rapport à 2019

### Recommandations marketing

- Accorder une importance particulière à la clientèle européenne, essentielle pour l'écosystème touristique parisien
- Promouvoir en priorité les visites culturelles, la découverte de la ville et le shopping
- Créer des synergies avec les autres territoires franciliens pour la mise en place d'une offre touristique plus diversifiée

## Les clientèles touristiques dans les Hauts-de-Seine\*

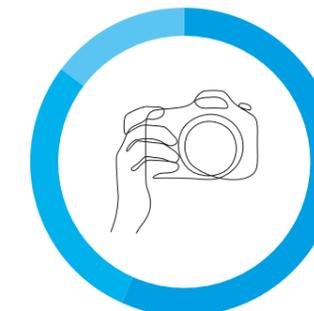


L'essentiel de la période 2014-2019 :

- 4,2 millions de touristes par an, soit 8,8 % du total de la destination
- 1,5 milliard d'euros de consommation touristique générée par an, soit 7,2 % du total de la destination
- 74,6 % de séjours touristiques français

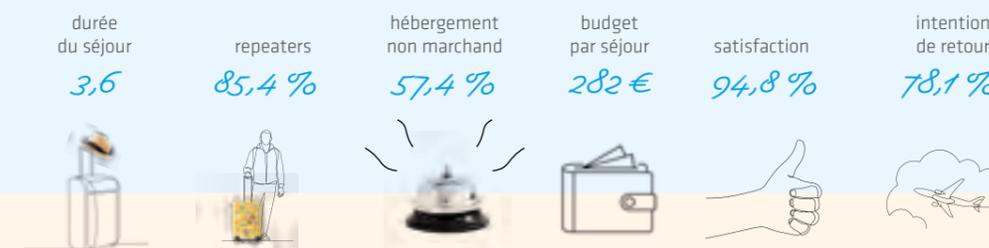
MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)

- 56,9 % Loisirs
- 28,6 % Affaires
- 14,5 % Mixtes<sup>1</sup>



TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (74,6 %) ➤ Allemands (2,9 %) ➤ Belges (2,9 %) ➤ Britanniques (2,7 %) ➤ Américains (2,1 %)  
TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (71,5 %) ➤ Promenades (69,0 %) ➤ Shopping (39,6 %)

### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>



TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (74,6 %) ➤ Belges (3,5 %) ➤ Britanniques (3,0 %) ➤ Allemands (1,9 %) ➤ Espagnols (1,6 %)  
TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (57,6 %) ➤ Promenades (48,4 %) ➤ Shopping (27,3 %)

### Principaux chiffres 2020

- 1,8 million de touristes, -58,5 % par rapport à l'année 2019
- 6,5 millions de nuitées, -55,2 % par rapport à l'année 2019
- 524,8 millions d'euros de consommation touristique, -59,8 % par rapport à 2019

### Recommandations marketing

- Accorder une importance particulière à la clientèle d'affaires, essentielle pour l'écosystème touristique des Hauts-de-Seine et surtout pour les hébergements marchands
- Promouvoir en priorité les visites culturelles, la découverte des villes et le shopping mais également les événements culturels
- Créer des synergies avec les autres territoires franciliens pour la mise en place d'une offre touristique plus diversifiée

\* Département principal du séjour pour les itinérants.  
1. Touristes venus à la fois pour motifs affaires et loisirs.  
2. Moyenne 2014-2019.

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, ADP, SAGEB, SNCF Voyageurs, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, OUIBUS (BVA), résultats 2014-2020.

## Les clientèles touristiques en Seine-Saint-Denis\*

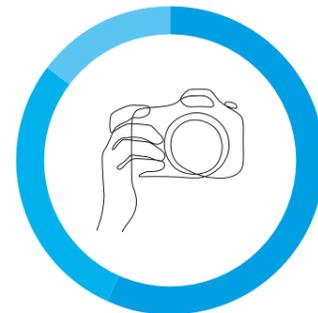


L'essentiel de la période 2014-2019 :

- 2,4 millions de touristes par an, soit 4,9 % du total de la destination
- 0,8 milliard d'euros de consommation touristique générée par an, soit 3,6 % du total de la destination
- 73,6 % de séjours touristiques français

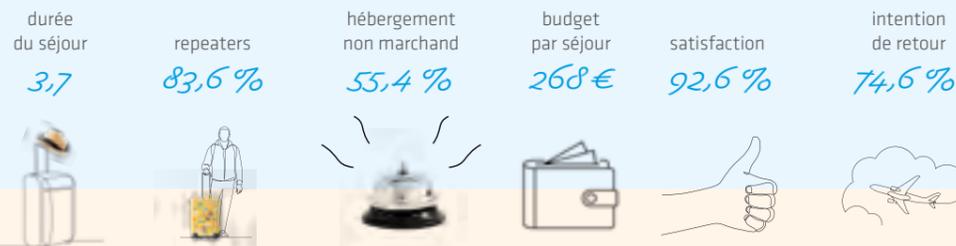
MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)

- 62,4 % Loisirs
- 23,2 % Affaires
- 14,4 % Mixtes<sup>1</sup>



- TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (72,9 %) ➤ Belges (3,1 %) ➤ Britanniques (2,3 %) ➤ Allemands (1,9 %) ➤ Italiens (1,7 %)
- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (73,0 %) ➤ Promenades (64,9 %) ➤ Shopping (38,7 %)

### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>



- TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (74,6 %) ➤ Belges (2,8 %) ➤ Allemands (2,1 %) ➤ Espagnols (1,9 %) ➤ Britanniques (1,8 %)
- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (60,0 %) ➤ Promenades (48,0 %) ➤ Shopping (27,7 %)

### Principaux chiffres 2020

- 1,1 million de touristes, -54,9 % par rapport à l'année 2019
- 4,4 millions de nuitées, -51,8 % par rapport à l'année 2019
- 301,2 millions d'euros de consommation touristique, -57,8 % par rapport à 2019

### Recommandations marketing

- Accorder une importance particulière à la clientèle d'affaires, essentielle pour l'écosystème touristique de la Seine-Saint-Denis et surtout pour les hébergements marchands
- Valoriser l'emplacement géographique privilégié à proximité de Paris, de l'aéroport et du parc des expositions
- Créer des synergies avec les autres territoires franciliens pour la mise en place d'une offre touristique plus diversifiée

## Les clientèles touristiques dans le Val-de-Marne\*

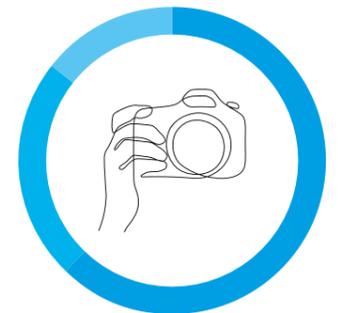


L'essentiel de la période 2014-2019 :

- 2,6 millions de touristes par an, soit 5,4 % du total de la destination
- 0,7 milliard d'euros de consommation touristique générée par an, soit 3,4 % du total de la destination
- 79,9 % de séjours touristiques français

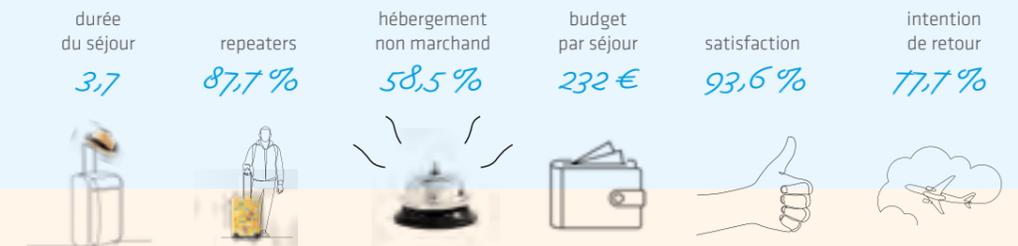
MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)

- 62,3 % Loisirs
- 23,6 % Affaires
- 14,2 % Mixtes<sup>1</sup>



- TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (79,6 %) ➤ Belges (2,7 %) ➤ Allemands (2,6 %) ➤ Britanniques (2,1 %) ➤ Chinois (1,4 %)
- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (67,8 %) ➤ Promenades (63,8 %) ➤ Shopping (38,4 %)

### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>



- TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (80,6 %) ➤ Belges (2,6 %) ➤ Portugais (2,4 %) ➤ Espagnols (2,3 %) ➤ Britanniques (1,3 %)
- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (53,9 %) ➤ Promenades (45,2 %) ➤ Shopping (27,2 %)

### Principaux chiffres 2020

- 1,1 million de touristes, -60,2 % par rapport à l'année 2019
- 5,4 millions de nuitées, -46,0 % par rapport à l'année 2019
- 371,7 millions d'euros de consommation touristique, -45,4 % par rapport à 2019

### Recommandations marketing

- Accorder une importance particulière à la clientèle d'affaires, essentielle pour l'écosystème touristique du Val-de-Marne
- Communiquer en priorité à destination de la clientèle française pour promouvoir le Val-de-Marne
- Créer des synergies avec les autres territoires franciliens pour la mise en place d'une offre touristique plus diversifiée

\* Département principal du séjour pour les itinérants.  
1. Touristes venus à la fois pour motifs affaires et loisirs.  
2. Moyenne 2014-2019.

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, ADP, SAGEB, SNCF Voyageurs, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, OUIBUS (BVA), résultats 2014-2020.

## Les clientèles touristiques en Seine-et-Marne\*

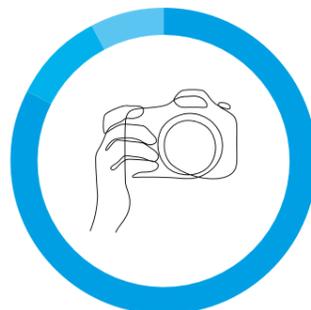


L'essentiel de la période  
2014-2019 :

- 4,4 millions de touristes par an, soit 9,1 % du total de la destination
- 1,6 milliard d'euros de consommation touristique générée par an, soit 7,5 % du total de la destination
- 56,3 % de séjours touristiques français

MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)

- 82,5 % Loisirs
- 9,9 % Affaires
- 7,6 % Mixtes<sup>1</sup>



TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (52,4 %) ➤ Britanniques (10,8 %) ➤ Espagnols (9,2 %) ➤ Belges (6,2 %) ➤ Italiens (3,7 %)  
TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Parcs d'attractions (74,7 %) ➤ Visites de musées et monuments (46,9 %) ➤ Promenades (44,7 %)

### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>



TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (73,4 %) ➤ Espagnols (4,2 %) ➤ Britanniques (3,7 %) ➤ Belges (2,8 %) ➤ Allemands (2,4 %)  
TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (52,1 %) ➤ Parcs d'attractions (46,8 %) ➤ Promenades (43,3 %)

### Principaux chiffres 2020

- 2,2 millions de touristes, -54,8 % par rapport à l'année 2019
- 71 millions de nuitées, -53,5 % par rapport à l'année 2019
- 607,0 millions d'euros de consommation touristique, -63,5 % par rapport à 2019

### Recommandations marketing

- Accorder une importance particulière aux clientèles française et européenne, essentielles pour l'écosystème touristique seine-et-marnais
- Miser sur l'engouement de plus en plus important des clientèles d'affaires pour ce territoire en proposant des offres adaptées à ce profil
- Créer des synergies avec les autres territoires franciliens pour la mise en place d'une offre touristique plus diversifiée

## Les clientèles touristiques dans les Yvelines\*

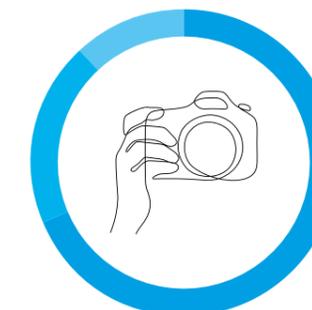


L'essentiel de la période  
2014-2019 :

- 2,9 millions de touristes par an, soit 6,1 % du total de la destination
- 0,8 milliard d'euros de consommation touristique générée par an, soit 4,0 % du total de la destination
- 80,2 % de séjours touristiques français

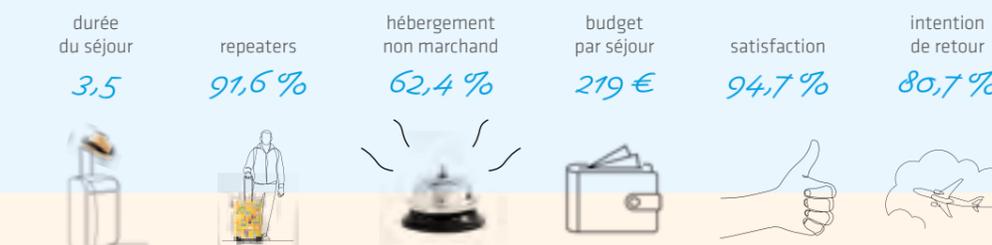
MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)

- 68,8 % Loisirs
- 19,5 % Affaires
- 11,8 % Mixtes<sup>1</sup>



TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (82,1 %) ➤ Belges (3,2 %) ➤ Britanniques (3,1 %) ➤ Allemands (1,8 %) ➤ Américains (1,2 %)  
TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (67,3 %) ➤ Promenades (63,2 %) ➤ Shopping (34,1 %)

### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>



TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (75,9 %) ➤ Allemands (3,4 %) ➤ Britanniques (2,7 %) ➤ Belges (2,0 %) ➤ Portugais (1,2 %)  
TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (57,9 %) ➤ Promenades (44,8 %) ➤ Shopping (28,8 %)

### Principaux chiffres 2020

- 1,5 million de touristes, -52,5 % par rapport à l'année 2019
- 5,3 millions de nuitées, -51,8 % par rapport à l'année 2019
- 399,0 millions d'euros de consommation touristique, -51,5 % par rapport à 2019

### Recommandations marketing

- Accorder une importance particulière à la clientèle d'affaires française essentielle pour l'écosystème touristique yvelinois et surtout pour les hôtels
- Promouvoir en priorité les visites culturelles, la découverte des villes et le shopping en intégrant les Franciliens comme relais d'information touristique
- Créer des synergies avec les autres territoires franciliens pour la mise en place d'une offre touristique plus diversifiée

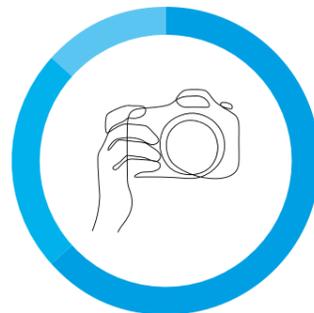
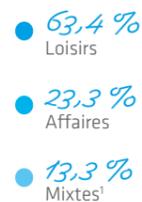
## Les clientèles touristiques en Essonne\*



### L'essentiel de la période 2014-2019 :

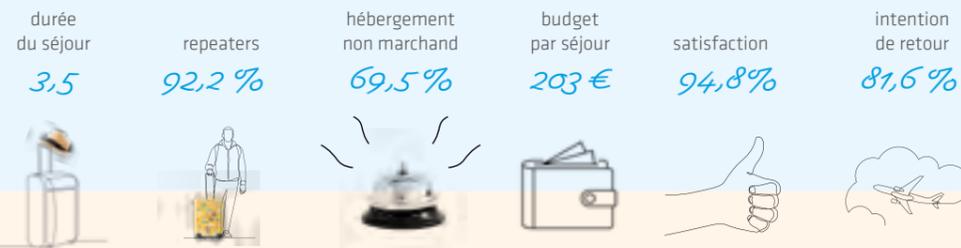
- 1,9 million de touristes par an, soit 4,0 % du total de la destination
- 0,5 milliard d'euros de consommation touristique générée par an, soit 2,4 % du total de la destination
- 84,7 % de séjours touristiques français

### MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)



- TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (86,5 %) ➤ Belges (3,0 %) ➤ Chinois (1,2 %) ➤ Néerlandais (1,1 %) ➤ Britanniques (0,9 %)
- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Promenades (62,1 %) ➤ Visites de musées et monuments (60,5 %) ➤ Shopping (35,4 %)

### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>



- TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (81,7 %) ➤ Belges (2,2 %) ➤ Espagnols (2,1 %) ➤ Britanniques (1,9 %) ➤ Portugais (1,3 %)
- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (51,2 %) ➤ Promenades (42,9 %) ➤ Shopping (25,2 %)

### Principaux chiffres 2020

- 1,0 million de touristes, -49,8 % par rapport à l'année 2019
- 4,3 millions de nuitées, -39,6 % par rapport à l'année 2019
- 260,6 millions d'euros de consommation touristique, -45,0 % par rapport à 2019

### Recommandations marketing

- Accorder une importance particulière aux clientèles françaises et d'affaires, essentielles pour l'écosystème touristique de l'Essonne
- Promouvoir en priorité les visites culturelles, la découverte des villes et le shopping en intégrant les Franciliens comme relais d'information touristique
- Créer des synergies avec les autres territoires franciliens pour la mise en place d'une offre touristique plus diversifiée

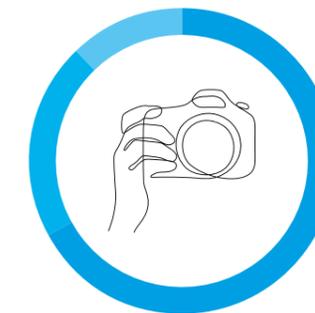
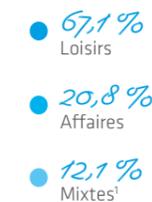
## Les clientèles touristiques dans le Val d'Oise\*



### L'essentiel de la période 2014-2019 :

- 2,5 millions de touristes par an, soit 5,3 % du total de la destination
- 0,7 milliard d'euros de consommation touristique générée par an, soit 3,6 % du total de la destination
- 74,9 % de séjours touristiques français

### MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)



- TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (78,9 %) ➤ Belges (2,6 %) ➤ Américains (2,4 %) ➤ Chinois (1,7 %) ➤ Britanniques (1,6 %)
- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (61,8 %) ➤ Promenades (59,3 %) ➤ Shopping (34,9 %)

### CLIENTÈLE DE LOISIRS<sup>2</sup>



### CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE<sup>2</sup>



- TOP 5 DES NATIONALITÉS ➤ Français (66,8 %) ➤ Allemands (4,2 %) ➤ Italiens (3,3 %) ➤ Britanniques (2,9 %) ➤ Américains (2,2 %)
- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (55,2 %) ➤ Promenades (44,9 %) ➤ Shopping (27,3 %)

### Principaux chiffres 2020

- 1,1 million de touristes, -52,2 % par rapport à l'année 2019
- 3,9 millions de nuitées, -54,9 % par rapport à l'année 2019
- 266,5 millions d'euros de consommation touristique, -61,7 % par rapport à 2019

### Recommandations marketing

- Cibler en priorité les clientèles de proximité et notamment les familles
- Proposer des activités autour du patrimoine et de la nature
- Créer des synergies avec les autres territoires franciliens pour la mise en place d'une offre touristique plus diversifiée

\* Département principal du séjour pour les itinérants.  
1. Touristes venus à la fois pour motifs affaires et loisirs.  
2. Moyenne 2014-2019.

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, ADP, SAGEB, SNCF Voyageurs, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, OUIBUS (BVA), résultats 2014-2020.