

Les touristes français

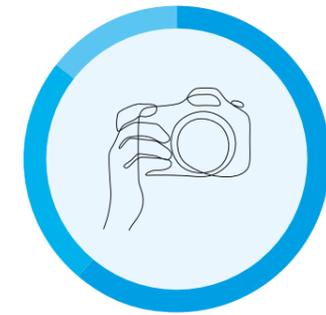
Entre 2014 et 2019, les touristes français constituent la 1^{re} clientèle de la destination avec 57 % des séjours.



L'essentiel de la période 2014-2019 :

- Le nombre de touristes français passe de 26,7 millions en 2014 à 28,4 millions en 2019, soit une hausse de 6,3 %.
- La consommation touristique française passe de 7,1 milliards d'euros en 2014 à 7,3 milliards d'euros en 2019, soit une hausse de 3,0 %.
- Le nombre de séjours de loisirs progresse de 9,6 % et la consommation générée de 9,4 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de séjours d'affaires et mixtes progresse de 1,1 % tandis que la consommation générée diminue de 3,6 % entre 2014 et 2019.

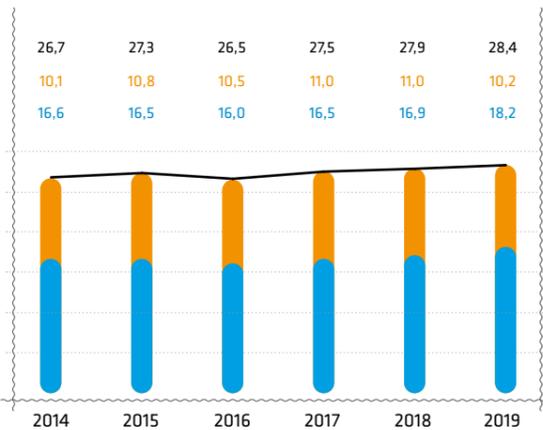
MOTIFS DE SÉJOURS (MOYENNE 2014-2019)



- 61,4 % Loisirs
- 24,5 % Affaires
- 14,2 % Mixtes¹

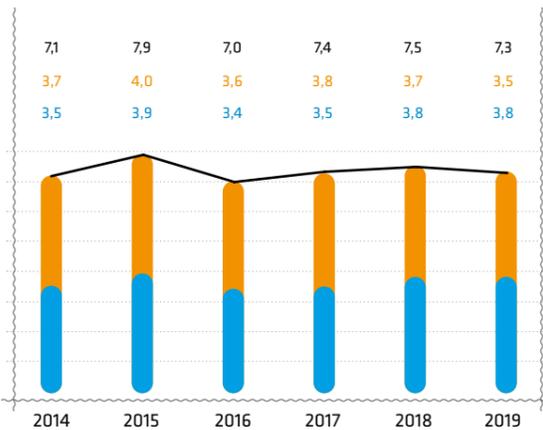
NOMBRE DE TOURISTES EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIONS)

+6,3 % entre 2014 et 2019



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

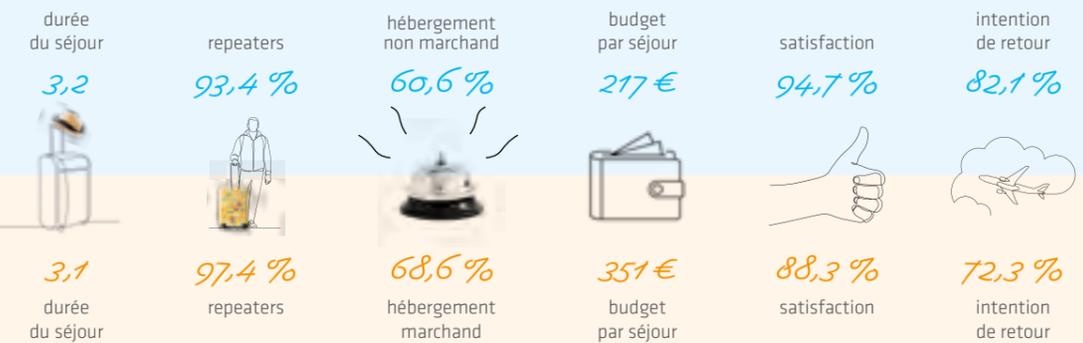
+3,0 % entre 2014 et 2019



● Loisirs ● Affaires et mixtes¹ ● Global

- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (66,0 %) ➤ Promenades (65,8 %) ➤ Shopping (37,4 %)
- TOP 3 DES RÉGIONS ➤ Auvergne-Rhône-Alpes (11,9 %) ➤ Normandie (11,2 %) ➤ Hauts-de-France (10,5 %)

CLIENTÈLE DE LOISIRS²



CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET MIXTE²

- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (54,6 %) ➤ Promenades (49,7 %) ➤ Shopping (28,1 %)
- TOP 3 DES RÉGIONS ➤ Auvergne-Rhône-Alpes (17,1 %) ➤ Provence-Alpes-Côte d'Azur (10,6 %) ➤ Hauts-de-France (10,2 %)

Principaux chiffres 2020

12,3 millions de touristes, -56,5 % par rapport à l'année 2019

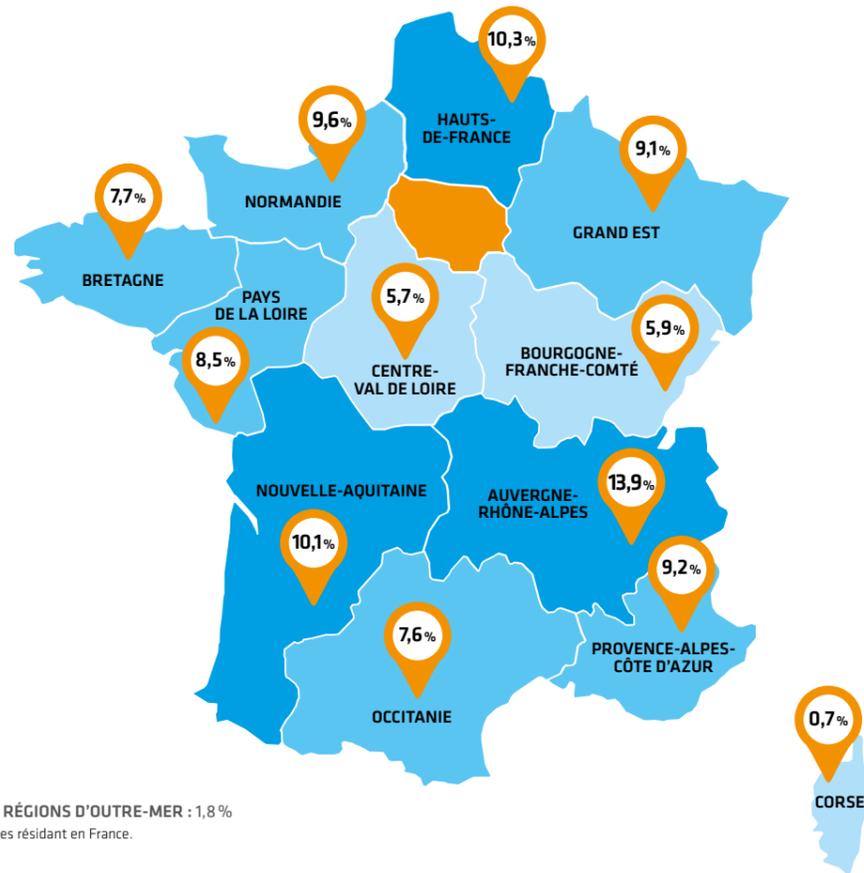
40,4 millions de nuitées, -55,6 % par rapport à l'année 2019

3,3 milliards d'euros de consommation touristique, -54,7 % par rapport à l'année 2019

Recommandations marketing

- Valoriser les visites touristiques de proximité dans un contexte où les déplacements internationaux sont toujours source de risques sanitaires
- Communiquer sur les mesures sanitaires mises en place par les établissements culturels
- Cibler les jeunes actifs passionnés de culture pour les inciter à venir profiter de la réouverture des musées
- Utiliser les réseaux sociaux pour une communication personnalisée

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES TOURISTES FRANÇAIS



LA CLIENTÈLE EN PROVENANCE DES HAUTS-DE-FRANCE

19,3% > LA PROPORTION LA PLUS IMPORTANTE DE TOURISTES À RÉSERVER LEUR HÉBERGEMENT JUSTE AVANT LEUR DÉPART

Part de marché	10,3 % des touristes français résidant en France	
Hommes	55,8 %	+3,9 points
Âge	43 ans	-1 an
Motifs loisirs	61,7 %	+0,3 point
Repeaters	95,8 %	+0,9 point
Visites de musées et monuments	63,9 %	+1,9 point
Hébergement marchand	54,6 %	+3,9 points
Satisfaction globale	91,7 %	-0,6 point
Dépense moyenne par jour et par personne	89 €	+4,4 %
Intention de retour	80,1 %	+1,7 point
Consommation touristique	9,6 % du montant généré par l'ensemble de la clientèle française	



Ce qu'ils ont le plus aimé

- 1 La diversité de l'offre culturelle
- 2 Les musées
- 3 Les événements culturels
- 4 Les monuments
- 5 Les expositions



Ce qu'ils ont le moins aimé

- 1 Le stationnement et la circulation dans la région
- 2 Le prix des sorties et de l'offre culturelle
- 3 La propreté des sites et des villes
- 4 Les taxis
- 5 L'accueil des habitants de la région

POPULATION

6,0

MILLIONS D'HABITANTS,
9,2 % DE LA POPULATION
FRANÇAISE MÉTROPOLITAINE

PIB PAR HABITANT

26 095 €

13^e RÉGION FRANÇAISE

LA CLIENTÈLE EN PROVENANCE D'AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

56,5% > LA PROPORTION LA PLUS IMPORTANTE DE TOURISTES EN HÉBERGEMENT MARCHAND

Part de marché	13,9 % des touristes français résidant en France	
Hommes	53,2 %	+1,3 point
Âge	43 ans	-1 an
Motifs loisirs	52,1 %	-9,3 points
Repeaters	94,1 %	-1,0 point
Visites de musées et monuments	58,8 %	-3,2 points
Hébergement marchand	56,5 %	+5,8 points
Satisfaction globale	91,5 %	-0,8 point
Dépense moyenne par jour et par personne	93 €	+9,6 %
Intention de retour	76,6 %	-1,8 point
Consommation touristique	14,3 % du montant généré par l'ensemble de la clientèle française	



Ce qu'ils ont le plus aimé

- 1 La diversité de l'offre culturelle
- 2 Les musées
- 3 Les événements culturels
- 4 L'accueil dans les hébergements
- 5 Les expositions



Ce qu'ils ont le moins aimé

- 1 Le prix des sorties et de l'offre culturelle
- 2 Le stationnement et la circulation dans la région
- 3 La propreté des sites et des villes
- 4 Les taxis
- 5 Le rapport qualité-prix de la restauration

POPULATION

8,1

MILLIONS D'HABITANTS,
12,4 % DE LA POPULATION
FRANÇAISE MÉTROPOLITAINE

PIB PAR HABITANT

31 639 €

2^e RÉGION FRANÇAISE

LA CLIENTÈLE EN PROVENANCE DE NOUVELLE-AQUITAINE

43,7% > L'UNE DES PROPORTIONS LES PLUS IMPORTANTES DE TOURISTES N'AVANT VISITÉ AUCUN SITE TOURISTIQUE

Part de marché	10,1 % des touristes français résidant en France	
Hommes	51,0 %	-0,9 point
Âge	45 ans	+1 an
Motifs loisirs	60,9 %	-0,5 point
Repeaters	93,6 %	-1,3 point
Visites de musées et monuments	58,5 %	-3,5 points
Hébergement non marchand	52,1 %	+2,8 points
Satisfaction globale	92,0 %	-0,3 point
Dépense moyenne par jour et par personne	80 €	-5,6 %
Intention de retour	76,2 %	-2,1 points
Consommation touristique	9,7 % du montant généré par l'ensemble de la clientèle française	



Ce qu'ils ont le plus aimé

- 1 La diversité de l'offre culturelle
- 2 Les musées
- 3 Les expositions
- 4 Les monuments
- 5 Les événements culturels



Ce qu'ils ont le moins aimé

- 1 Le stationnement et la circulation dans la région
- 2 La propreté des sites et des villes
- 3 Le prix des sorties et de l'offre culturelle
- 4 Le rapport qualité-prix de la restauration
- 5 Les taxis

POPULATION

6,0

MILLIONS D'HABITANTS,
9,3 % DE LA POPULATION
FRANÇAISE MÉTROPOLITAINE

PIB PAR HABITANT

27 657 €

6^e RÉGION FRANÇAISE