

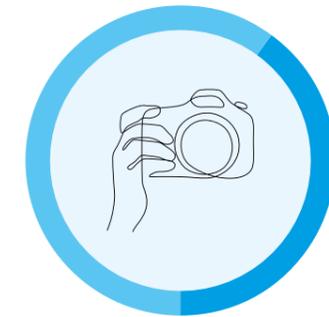
Les voyageurs aériens européens*



L'essentiel de la période 2014-2019 :

- Le nombre de séjours effectués par les voyageurs aériens européens passe de 9,4 millions en 2014 à 11,2 millions en 2019, soit une hausse de 19,9 %. Sur la même période, le nombre de touristes européens progresse de 6,4 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 27,7 % en 2019, est en hausse de 3,1 points par rapport à 2014.
- La consommation touristique des voyageurs aériens européens passe de 5,2 milliards d'euros en 2014 à 5,4 milliards d'euros en 2019, soit une hausse de 4,2 %. Sur la même période, la consommation générée par les touristes européens progresse de 1,0 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 41,5 % en 2019, est en hausse de 1,3 point par rapport à 2014.
- Le nombre de voyageurs aériens français progresse de 35,7 % et la consommation générée de 18,1 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de voyageurs aériens européens hors France progresse de 11,2 % tandis que la consommation générée diminue légèrement de 0,9 % entre 2014 et 2019.

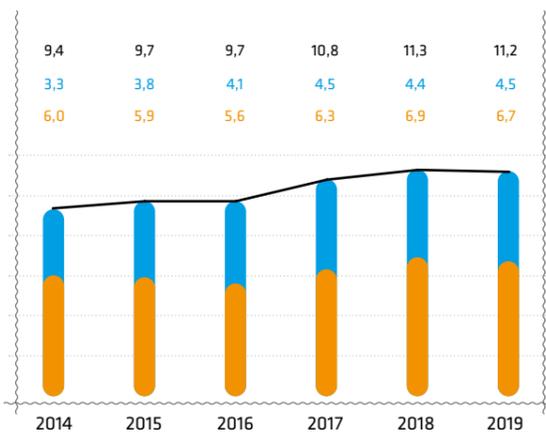
ORIGINES DES TOURISTES (MOYENNE 2014-2019)



- 39,8 % Français
- 60,2 % Européens

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

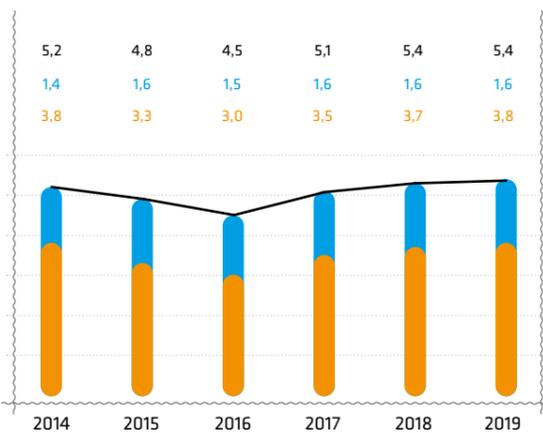
26,6 % des séjours effectués par la clientèle européenne entre 2014 et 2019



● Français ● Européens ● Global

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

39,7 % de la consommation touristique générée par la clientèle européenne entre 2014 et 2019



TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ▶ Promenades (63,7 %) ▶ Visites de musées et monuments (59,7 %) ▶ Shopping (37,9 %)

TOP 3 DES RÉGIONS ▶ Provence-Alpes-Côte d'Azur (23,9 %) ▶ Occitanie (23,0 %) ▶ Nouvelle-Aquitaine (14,6 %)

VOYAGEURS AÉRIENS FRANÇAIS¹



VOYAGEURS AÉRIENS EUROPÉENS¹



TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ▶ Visites de musées et monuments (79,8 %) ▶ Promenades (70,7 %) ▶ Visites de parcs et jardins (46,5 %)

TOP 3 DES NATIONALITÉS ▶ Espagnols (19,7 %) ▶ Italiens (18,8 %) ▶ Britanniques (12,3 %)

Principaux chiffres 2020

1,7 million de touristes, -84,5 % par rapport à l'année 2019

7,9 millions de nuitées, -83,2 % par rapport à l'année 2019

792,9 millions d'euros de consommation touristique, -85,2 % par rapport à l'année 2019

Recommandations marketing

- Proposer des services spécifiques pour la clientèle d'affaires, très importante sur le segment aérien et particulièrement français
- Communiquer sur les mesures sanitaires mises en place dans les établissements recevant du public
- Mettre en avant les aspects inédits de l'offre culturelle francilienne ainsi que le shopping

* Touristes européens (y compris français) quittant la destination en train.

1. 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, EURO LINES, OUIBUS (BVA), résultats 2014-2020.

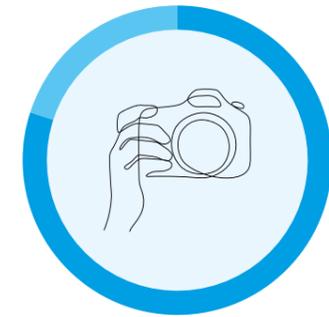
Les voyageurs ferroviaires européens*



L'essentiel de la période 2014-2019 :

- Le nombre de séjours effectués par les voyageurs ferroviaires européens passe de 10,8 millions en 2014 à 13,0 millions en 2019, soit une hausse de 20,5 %. Sur la même période, le nombre de touristes européens progresse de 6,4 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 32,0 % en 2019, est en hausse de 3,8 points par rapport à 2014.
- La consommation touristique des voyageurs ferroviaires européens passe de 3,3 milliards d'euros en 2014 à 3,5 milliards d'euros en 2019, soit une hausse de 6,9 %. Sur la même période, la consommation générée par les touristes européens progresse de 1,0 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 27,3 % en 2019, est en hausse de 1,5 point par rapport à 2014.
- Le nombre de voyageurs ferroviaires français progresse de 25,2 % et la consommation générée de 13,5 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de voyageurs ferroviaires européens hors France progresse de 3,8 % tandis que la consommation générée diminue de 7,1 % entre 2014 et 2019.

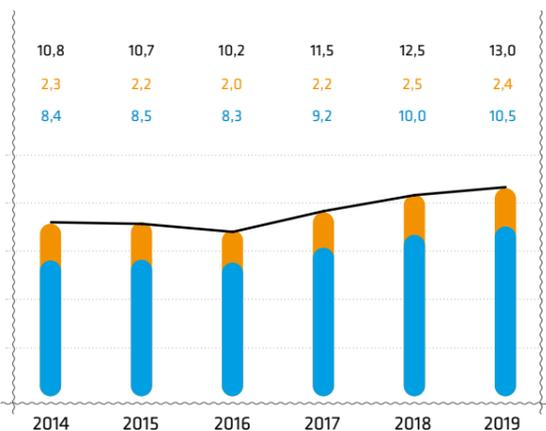
ORIGINES DES TOURISTES (MOYENNE 2014-2019)



- 80,0 % Français
- 20,0 % Européens

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

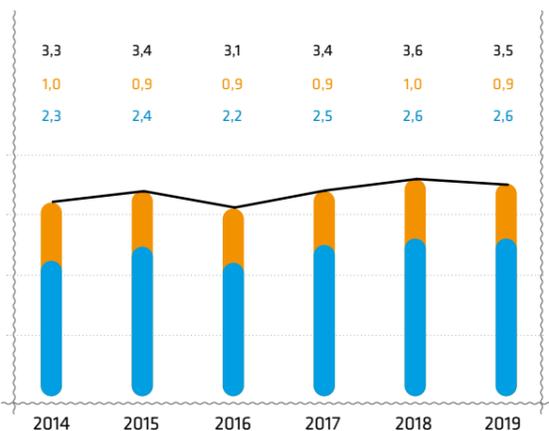
29,4 % des séjours effectués par la clientèle européenne entre 2014 et 2019



● Français ● Européens ● Global

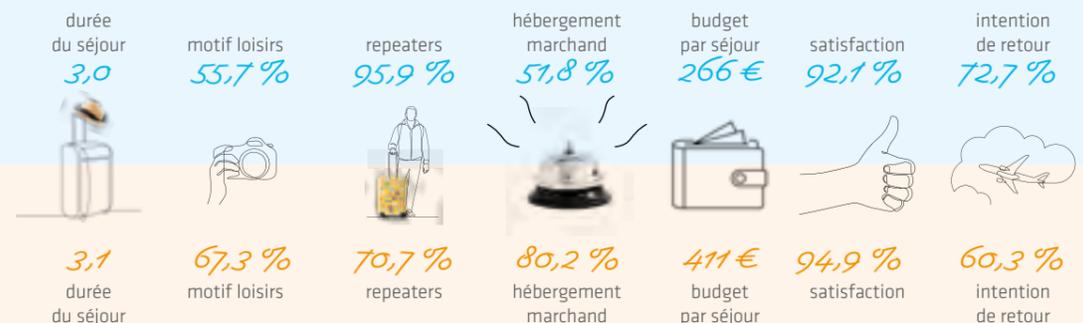
CONSOMMATION TOURISTIQUE EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIARDS D'€)

26,6 % de la consommation touristique générée par la clientèle européenne entre 2014 et 2019



- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ▶ Promenades (59,1%) ▶ Visites de musées et monuments (57,8%) ▶ Shopping (30,4%)
 TOP 3 DES RÉGIONS ▶ Auvergne-Rhône-Alpes (21,2%) ▶ Nouvelle-Aquitaine (11,3%) ▶ Grand Est (10,7%)

VOYAGEURS FERROVIAIRES FRANÇAIS¹



VOYAGEURS FERROVIAIRES EUROPÉENS¹

- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ▶ Visites de musées et monuments (78,8%) ▶ Promenades (72,2%) ▶ Shopping (40,2%)
 TOP 3 DES NATIONALITÉS ▶ Britanniques (32,8%) ▶ Allemands (16,4%) ▶ Belges (15,7%)

Principaux chiffres 2020

4,9 millions de touristes, -62,3 % par rapport à l'année 2019

15,5 millions de nuitées, -60,1 % par rapport à l'année 2019

1,5 milliard d'euros de consommation touristique, -58,5 % par rapport à l'année 2019

Recommandations marketing

- Proposer des services spécifiques pour la clientèle d'affaires, très importante sur le segment ferroviaire et particulièrement français
- Communiquer sur les mesures sanitaires mises en place dans les établissements recevant du public
- Valoriser les avantages des déplacements en trains : gain de temps, faible impact environnemental, facilité d'accès

* Touristes européens (y compris français) quittant la destination en train.

1. 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, EUROLINE, OUIBUS (BVA), résultats 2014-2020.

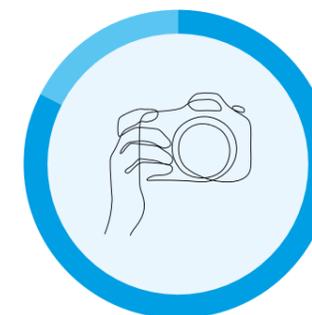
Les voyageurs routiers européens*



L'essentiel de la période 2014-2019 :

- Le nombre de séjours effectués par les voyageurs routiers européens passe de 18,0 millions en 2014 à 16,3 millions en 2019, soit une baisse de 9,1 %. Sur la même période, le nombre de touristes européens progresse de 6,4 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 40,3 % en 2019, est en baisse de 6,9 points par rapport à 2014.
- La consommation touristique des voyageurs routiers européens passe de 4,4 milliards d'euros en 2014 à 4,0 milliards d'euros en 2019, soit une baisse de 7,7 %. Sur la même période, la consommation générée par les touristes européens progresse de 1,0 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 31,2 % en 2019, est en baisse de 2,9 points par rapport à 2014.
- Le nombre de voyageurs routiers français diminue de 10,8 % et la consommation générée de 9,9 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de voyageurs routiers européens hors France diminue légèrement de 1,1 % tandis que la consommation générée reste stable entre 2014 et 2019.

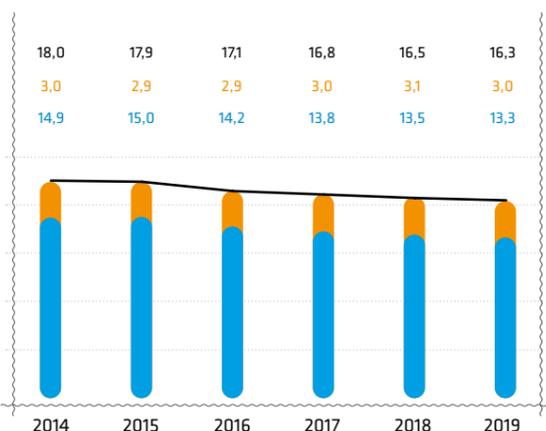
ORIGINES DES TOURISTES (MOYENNE 2014-2019)



- 82,6 % Français
- 17,4 % Européens

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

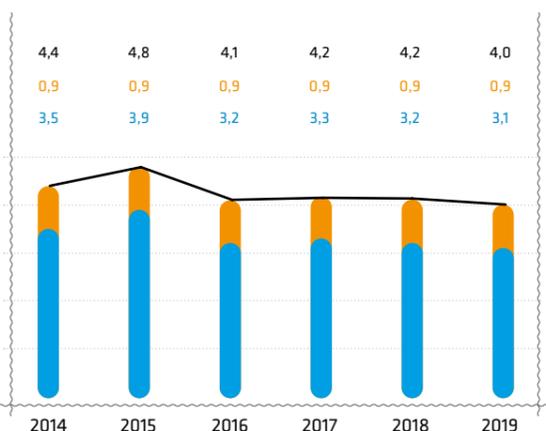
43,9 % des séjours effectués par la clientèle européenne entre 2014 et 2019



● Français ● Européens ● Global

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

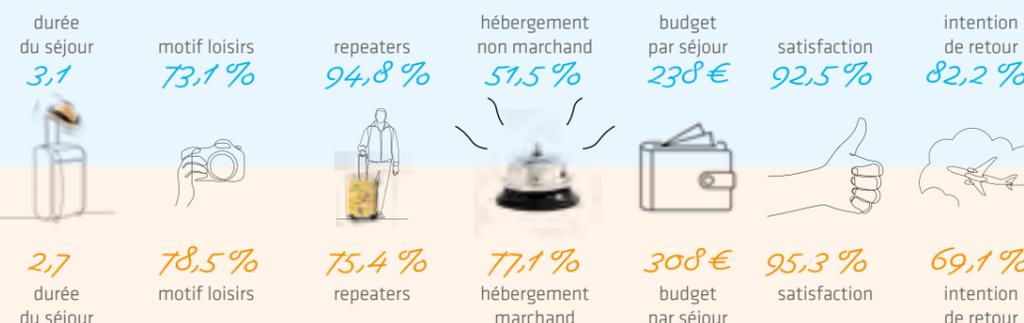
33,7 % de la consommation touristique générée par la clientèle européenne entre 2014 et 2019



TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (65,3 %) ➤ Promenades (59,9 %) ➤ Shopping (35,4 %)

TOP 3 DES RÉGIONS ➤ Hauts-de-France (14,5 %) ➤ Normandie (13,7 %) ➤ Auvergne-Rhône-Alpes (11,5 %)

VOYAGEURS ROUTIERS FRANÇAIS¹



VOYAGEURS ROUTIERS EUROPÉENS¹

TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (70,8 %) ➤ Promenades (57,6 %) ➤ Shopping (36,8 %)

TOP 3 DES NATIONALITÉS ➤ Belges (28,4 %) ➤ Allemands (16,2 %) ➤ Britanniques (14,6 %)

Principaux chiffres 2020

9,6 millions de touristes, -41,1 % par rapport à l'année 2019

35,2 millions de nuitées, -29,0 % par rapport à l'année 2019

2,9 milliards d'euros de consommation touristique, -28,1 % par rapport à l'année 2019

Recommandations marketing

- Mettre en valeur les sites culturels et de shopping franciliens accessibles en voiture
- Utiliser les Franciliens comme relais d'information touristique car beaucoup viennent visiter leurs familles et amis
- Proposer une offre touristique et de loisirs constamment renouvelée à cette clientèle qui a une bonne connaissance de la destination

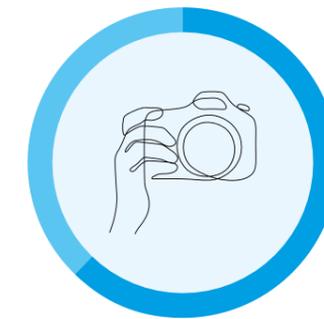
Les familles européennes



L'essentiel de la période 2014-2019 :

- Le nombre de séjours effectués par les familles européennes passe de 7,8 millions en 2014 à 8,3 millions en 2019, soit une hausse de 5,9 %. Sur la même période, le nombre de touristes européens progresse de 6,4 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 20,4 % en 2019, est stable par rapport à 2014.
- La consommation touristique des familles européennes passe de 2,1 milliards d'euros en 2014 à 2,3 milliards d'euros en 2019, soit une hausse de 9,3 %. Sur la même période, la consommation générée par les touristes européens progresse de 1,0 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 18,0 % en 2019, est en hausse de 1,4 point par rapport à 2014.
- Le nombre de familles françaises progresse de 1,8 % et la consommation générée de 4,5 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de familles européennes hors France progresse de 13,0 % et la consommation générée de 14,0 % entre 2014 et 2019.

ORIGINES DES TOURISTES (MOYENNE 2014-2019)



- 62,4 % Français
- 37,6 % Européens

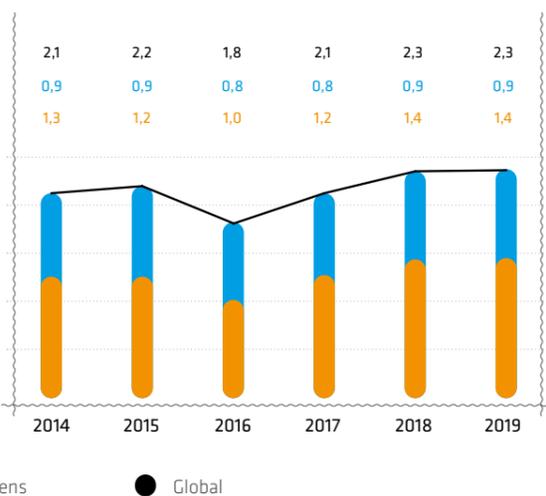
NOMBRE DE TOURISTES EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIONS)

20,1 % des séjours effectués par la clientèle européenne entre 2014 et 2019



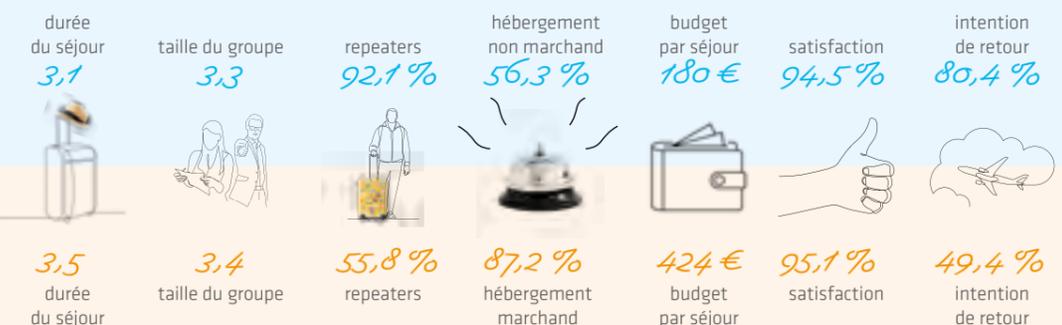
CONSOMMATION TOURISTIQUE EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIARDS D'€)

16,7 % de la consommation touristique européenne entre 2014 et 2019



- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (65,5 %) ➤ Promenades (64,1 %) ➤ Shopping (38,2 %)
- TOP 3 DES RÉGIONS ➤ Auvergne-Rhône-Alpes (13,5 %) ➤ Normandie (10,8 %) ➤ Hauts-de-France (10,4 %)

FAMILLES FRANÇAISES¹



- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ➤ Visites de musées et monuments (72,5 %) ➤ Promenades (60,3 %) ➤ Parcs d'attractions (53,8 %)
- TOP 3 DES NATIONALITÉS ➤ Britanniques (17,8 %) ➤ Espagnols (17,3 %) ➤ Italiens (11,5 %)

Principaux chiffres 2020

5,2 millions de touristes, -43,5 % par rapport à l'année 2019

17,9 millions de nuitées, -40,6 % par rapport à l'année 2019

1,4 milliard d'euros de consommation touristique, -47,3 % par rapport à l'année 2019

Recommandations marketing

- Proposer des activités ludiques et de plein air ainsi que des espaces *family friendly* adaptés aux familles
- Communiquer sur les mesures sanitaires mises en place dans les établissements recevant du public
- Proposer des offres tarifaires attractives et des produits spécifiquement dédiés aux familles

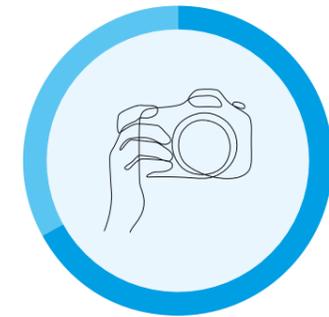
Les jeunes européens*



L'essentiel de la période 2014-2019 :

- Le nombre de séjours effectués par les jeunes européens est resté stable à 9,0 millions entre 2014 et 2019. Sur la même période, le nombre de touristes européens progresse de 6,4 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 22,2 % en 2019, est en baisse de 1,4 point par rapport à 2014.
- La consommation touristique des jeunes européens passe de 2,8 milliards d'euros en 2014 à 2,9 milliards d'euros en 2019, soit une hausse de 2,9 %. Sur la même période, la consommation générée par les touristes européens progresse de 1,0 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 22,4 % en 2019, est en légère hausse de 0,4 point par rapport à 2014.
- Le nombre de jeunes français diminue de 2,5 % tandis que la consommation générée progresse de 1,4 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de jeunes européens hors France progresse de 5,1 % et la consommation générée de 2,7 % entre 2014 et 2019.

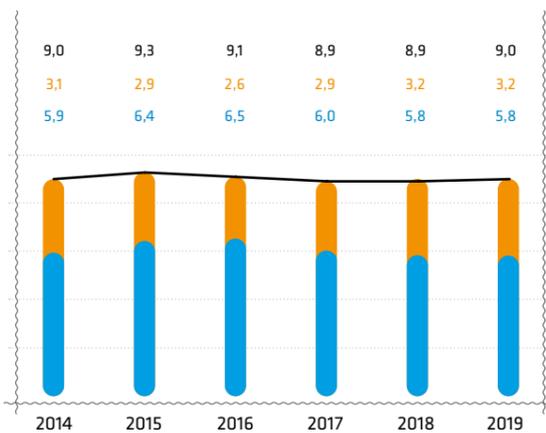
ORIGINES DES TOURISTES (MOYENNE 2014-2019)



- 67,0 % Français
- 33,0 % Européens

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

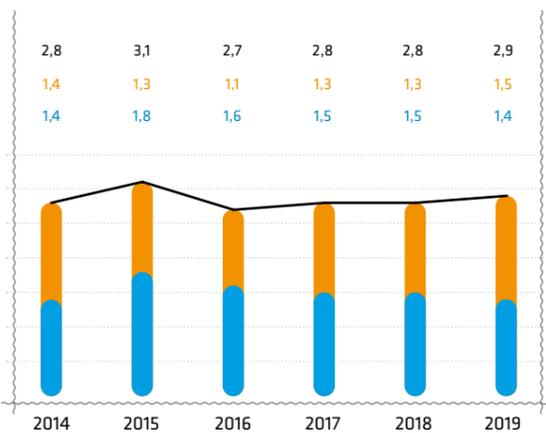
23,2 % des séjours effectués par la clientèle européenne entre 2014 et 2019



● Français ● Européens ● Global

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

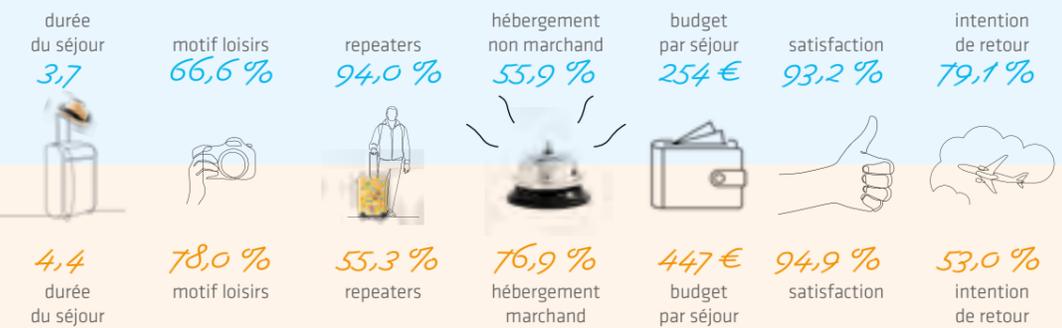
22,5 % de la consommation touristique générée par la clientèle européenne entre 2014 et 2019



TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ▶ Promenades (68,7 %) ▶ Visites de musées et monuments (66,3 %) ▶ Shopping (39,9 %)

TOP 3 DES RÉGIONS ▶ Auvergne-Rhône-Alpes (13,9 %) ▶ Hauts-de-France (11,2 %) ▶ Normandie (9,9 %)

JEUNES FRANÇAIS¹



JEUNES EUROPÉENS¹

TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ▶ Visites de musées et monuments (85,1 %) ▶ Promenades (78,2 %) ▶ Visites de parcs et jardins (53,1 %)

TOP 3 DES NATIONALITÉS ▶ Britanniques (17,7 %) ▶ Italiens (12,4 %) ▶ Allemands (11,8 %)

Principaux chiffres 2020

3,8 millions de touristes, -58,1 % par rapport à l'année 2019

15,9 millions de nuitées, -56,1 % par rapport à l'année 2019

1,2 milliard d'euros de consommation touristique, -57,9 % par rapport à l'année 2019

Recommandations marketing

- Mener des campagnes de communication sur les réseaux sociaux afin d'inciter cette clientèle, plus enclin à voyager après la crise sanitaire, à choisir notre destination
- Proposer des offres promotionnelles de dernière minute
- Faire appel à des influenceurs pour mettre en avant les aspects modernes et expérientiels de notre destination

EN RÉSUMÉ



SÉJOURS TOURISTIQUES - PARTS DE MARCHÉ¹

CLIENTÈLE FRANÇAISE

Les voyageurs routiers	51,5 %
Les voyageurs ferroviaires	33,4 %
Les voyageurs aériens	15,0 %
Les jeunes de moins de 30 ans	22,1 %
Les familles	17,8 %



CLIENTÈLE EUROPÉENNE

Les voyageurs aériens	54,2 %
Les voyageurs routiers	25,9 %
Les voyageurs ferroviaires	19,9 %
Les jeunes de moins de 30 ans	25,8 %
Les familles	25,6 %



CONSOMMATION TOURISTIQUE - PARTS DE MARCHÉ¹

CLIENTÈLE FRANÇAISE

Les voyageurs routiers	45,7 %
Les voyageurs ferroviaires	33,1 %
Les voyageurs aériens	21,1 %
Les jeunes de moins de 30 ans	20,9 %
Les familles	11,9 %



CLIENTÈLE EUROPÉENNE

Les voyageurs aériens	65,3 %
Les voyageurs routiers	17,6 %
Les voyageurs ferroviaires	17,1 %
Les jeunes de moins de 30 ans	24,8 %
Les familles	23,3 %

En savoir plus

Retrouvez toutes nos fiches
clientèles sur
visitparisregion.com,
rubrique "Professionnels".

1. 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 cumulés de 2014 à 2019.