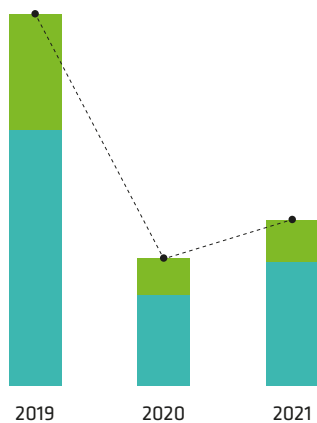


LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

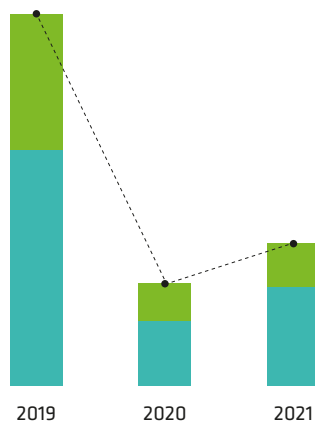
50,6	17,4	22,6
15,8	5,0	5,7
34,8	12,4	16,9



● Loisirs ● Affaires et mixtes ● Global

CONSOMMATION TOURISTIQUE (EN MILLIARDS D'€)

21,9	6,0	8,4
8,0	2,2	2,6
13,9	3,8	5,8



La fréquentation
touristique
retrouve
des couleurs
mais reste
encore très
en deçà
des résultats
obtenus en 2019

PRINCIPAUX CHIFFRES 2021

22,6

millions de touristes,
+30 % par rapport
à 2020 et -55 % par
rapport à 2019

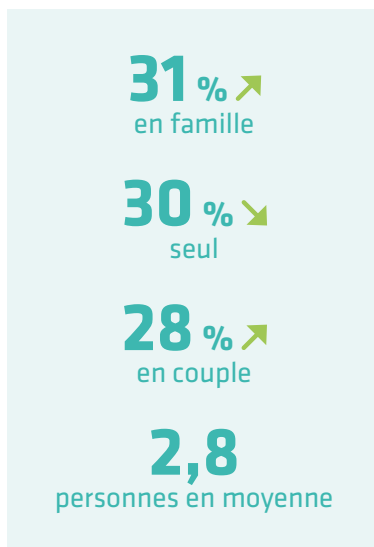
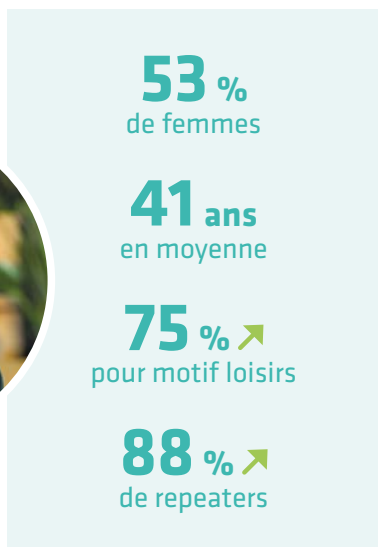
82,5

millions de nuitées,
+25 % par rapport
à 2020 et -58 % par
rapport à 2019

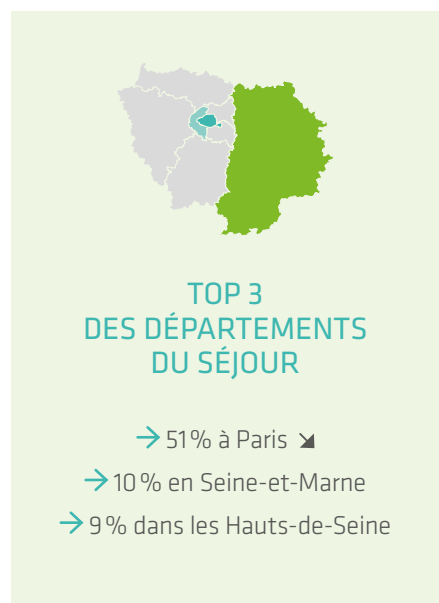
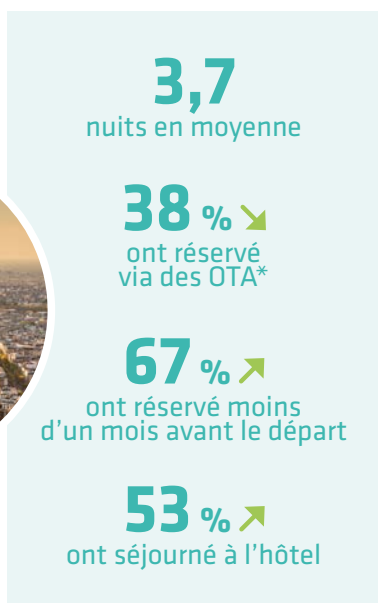
8,4

milliards d'euros,
+39 % par rapport
à 2020 et -62 % par
rapport à 2019

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2021



DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2021



*Online Travel Agency

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse de plus de 2 points par rapport à 2019 ↘ Baisse de plus de 2 points par rapport à 2019

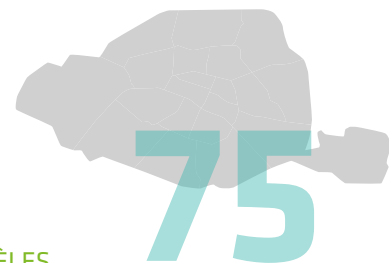
RECOMMANDATIONS MARKETING

→ Créer des synergies entre les territoires franciliens afin de valoriser l'ensemble de l'offre touristique

→ Promouvoir le tourisme durable et le slow tourisme pour une clientèle de plus en plus en demande d'offres alternatives et éco-responsables

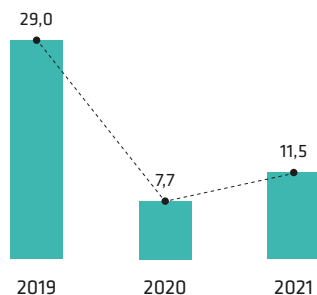
→ Accompagner la sortie de la crise sanitaire, en rassurant les clientèles à propos des mesures d'hygiène dans les hébergements et les sites de visite

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES À PARIS*

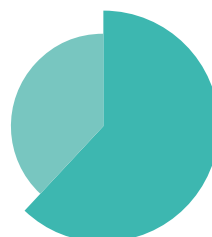


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

51% de la fréquentation touristique régionale en 2021 (1^{er} rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2021



- **62 %** Français
- **38 %** Internationaux

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2021

52 %
de femmes

39 ans
en moyenne

73 % ↗
pour motif loisirs

84 % ↗
de repeaters

30 % ↘
seul

29 % ↗
en famille

27 % ↗
en couple

2,8
personnes en moyenne



TRANSPORTS POUR QUITTER LA DESTINATION

- 42 % par la route ↗
- 34 % en train ↗
- 24 % en avion ↘

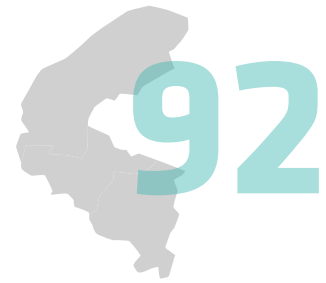
PRINCIPAUX CHIFFRES 2021

- 11,5 millions de touristes, +49 % par rapport à 2020 et -60 % par rapport à 2019
- 41,3 millions de nuitées, +41 % par rapport à 2020 et -66 % par rapport à 2019
- 5,2 milliards d'euros, +58 % par rapport à 2020 et -66 % par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

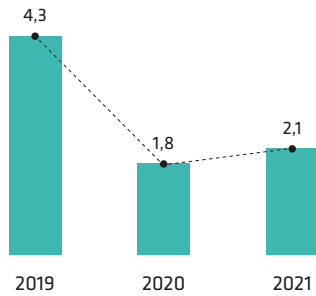
- Accorder une importance particulière aux clientèles étrangères, notamment anglophones en leur proposant des services adaptés en anglais
- Promouvoir la visite des lieux culturels et historiques, le shopping et la gastronomie
- Diversifier l'offre et définir un positionnement adapté, en particulier en matière d'hébergement, afin de mieux cibler les jeunes et les familles

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES DANS LES HAUTS-DE-SEINE*

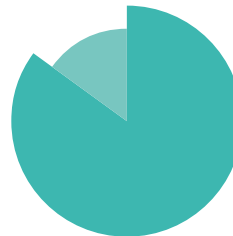


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

9% de la fréquentation touristique régionale en 2021 (3^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2021



- **85%** Français
- **15%** Internationaux

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2021

51%
de femmes

43 ans
en moyenne

71% ↗
pour motif loisirs

94% ↗
de repeaters

37% ▼
seul

32% ↗
en couple

23% ↗
en famille

2,5
personnes en moyenne



TRANSPORTS POUR QUITTER LA DESTINATION

- 41% en train ↗
- 41% par la route ▼
- 18% en avion

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse de plus de 2 points par rapport à 2019 ▼ Baisse de plus de 2 points par rapport à 2019

PRINCIPAUX CHIFFRES 2021

- 2,1 millions de touristes, +17% par rapport à 2020 et -51% par rapport à 2019
- 8,1 millions de nuitées, +23% par rapport à 2020 et -45% par rapport à 2019
- 592,3 millions d'euros, +13% par rapport à 2020 et -55% par rapport à 2019

* Département principal de séjours pour les itinérants
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 2019-2021.

RECOMMANDATIONS MARKETING

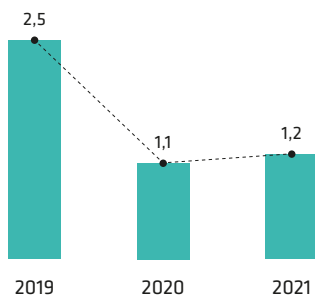
- Proposer une offre touristique et de loisirs régulièrement renouvelée à une clientèle fidèle qui connaît la destination
- Promouvoir des offres adaptées aux familles
- Fidéliser la clientèle d'affaires qui a une part importante dans l'économie touristique du département

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN SEINE-SAINT-DENIS*

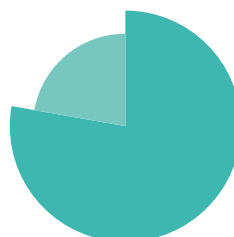


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

5% de la fréquentation touristique régionale en 2021 (7^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2021



- **78 %** Français
- **22 %** Internationaux

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2021

51 % ↗
d'hommes

40 ans
en moyenne

72 % ↗
pour motif loisirs

91 % ↗
de repeaters

40 %
seul

25 %
en famille

22 %
en couple

2,5
personnes en moyenne



TRANSPORTS POUR QUITTER LA DESTINATION

- 52 % par la route ↗
- 33 % en train ↘
- 15 % en avion

PRINCIPAUX CHIFFRES 2021

- 1,2 million de touristes, +3 % par rapport à 2020 et -53% par rapport à 2019
- 4,4 millions de nuitées, -1% par rapport à 2020 et -52 % par rapport à 2019
- 301,8 millions d'euros, stable par rapport à 2020 et -58 % par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

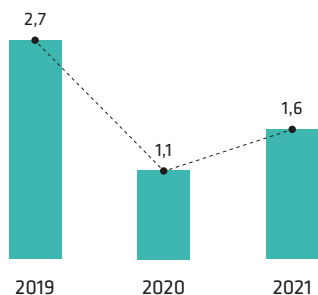
- Fidéliser la clientèle d'affaires qui représente une part importante dans l'économie touristique du département
- Promouvoir des lieux alternatifs auprès d'une clientèle qui recherche principalement la découverte hors sentiers battus et moins les classiques de la destination
- Proposer des offres packagées avec les autres départements afin d'encourager les visites touristiques hors Paris

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES DANS LE VAL-DE-MARNE*

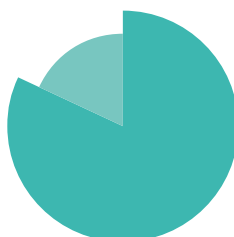


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

7% de la fréquentation touristique
régionale en 2021 (5^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2021



- **82 %**
Français
- **18 %**
Internationaux

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2021

55 %
de femmes

42 ans
en moyenne

70 %
pour motif loisirs

92 %
de repeaters

39 %
seul

27 %
en famille

24 %
en couple

2,7
personnes en moyenne



TRANSPORTS POUR QUITTER LA DESTINATION

- 48 % par la route
- 31 % en train
- 22 % en avion

NOTES DE LECTURE : ▲ Hausse de plus de 2 points par rapport à 2019 ▼ Baisse de plus de 2 points par rapport à 2019

PRINCIPAUX CHIFFRES 2021

- 1,6 million de touristes, +45 % par rapport à 2020 et -42 % par rapport à 2019
- 6,7 millions de nuitées, +24 % par rapport à 2020 et -33 % par rapport à 2019
- 492,0 millions d'euros, +32 % par rapport à 2020 et -28 % par rapport à 2019

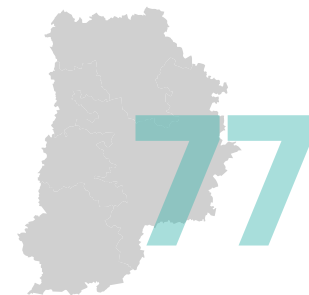
* Département principal de séjours pour les itinérants

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, EUROPLINES, OUIBUS (BVA), résultats 2019-2021.

RECOMMANDATIONS MARKETING

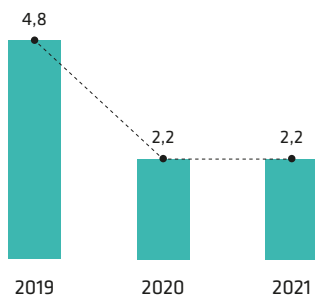
- Fidéliser la clientèle d'affaires qui représente une part importante dans l'économie touristique du département
- Valoriser l'emplacement géographique du département, à la fois proche de l'aéroport et de Paris
- Promouvoir les activités de plein air et la visite de parcs et jardins

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN SEINE-ET-MARNE*

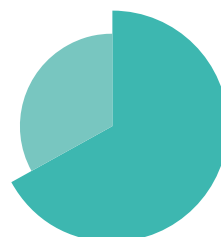


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

10% de la fréquentation touristique régionale en 2021 (2^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2021



- 67% Français
- 33% Internationaux

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2021

59% ↗
de femmes

42 ans
en moyenne

86% ↗
pour motif loisirs

86% ↗
de repeaters

53%
en famille

24%
en couple

14%
seul

3,6
personnes en moyenne



TRANSPORTS POUR QUITTER LA DESTINATION

- 64% par la route ↗
- 21% en avion ↘
- 15% en train ↗

PRINCIPAUX CHIFFRES 2021

- 2,2 millions de touristes, +2% par rapport à 2020 et -54% par rapport à 2019
- 7,0 millions de nuitées, -2% par rapport à 2020 et -55% par rapport à 2019
- 706,1 millions d'euros, +16% par rapport à 2020 et -58% par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

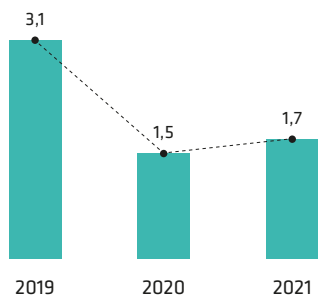
- Se tourner vers une clientèle européenne de proximité particulièrement nombreuse dans ce département
- Promouvoir des activités familiales à prix abordables à une clientèle majoritairement venue pour passer des vacances
- Proposer des activités accessibles en voiture afin de valoriser l'ensemble du département

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES DANS LES YVELINES*

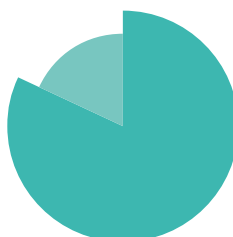
78

NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

7% de la fréquentation touristique
régionale en 2021 (4^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2021



- 83 % Français
- 17 % Internationaux

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2021

55 % ↗
de femmes

44 ans
en moyenne

81 % ↗
pour motif loisirs

94 %
de repeaters

35 %
en couple

30 %
en famille

28 % ↘
seul

2,5
personnes en moyenne



TRANSPORTS POUR QUITTER LA DESTINATION

- 61% par la route ↘
- 27% en train ↗
- 12% en avion

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse de plus de 2 points par rapport à 2019 ↘ Baisse de plus de 2 points par rapport à 2019

PRINCIPAUX CHIFFRES 2021

- 1,7 million de touristes, +13 % par rapport à 2020 et -46 % par rapport à 2019
- 6,1 millions de nuitées, +16 % par rapport à 2020 et -44 % par rapport à 2019
- 422,7 millions d'euros, +6 % par rapport à 2020 et -49 % par rapport à 2019

* Département principal de séjours pour les itinérants

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 2019-2021.

RECOMMANDATIONS MARKETING

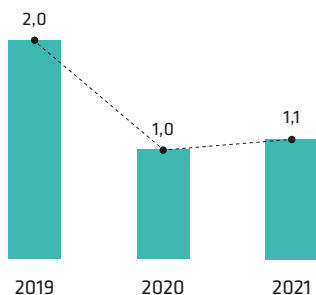
- Promouvoir la visite de sites culturels et historiques ainsi que les parcs et jardins
- Proposer des activités accessibles en voiture afin de valoriser l'ensemble du département
- Valoriser une offre d'activités diverses dédiées aux familles pour fidéliser une clientèle qui revient notamment pour motifs affinitaires

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN ESSONNE*

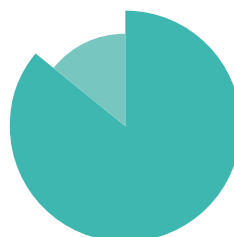


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

5% de la fréquentation touristique régionale en 2021 (8^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2021



- **86%** Français
- **14%** Internationaux

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2021

53% ↗
de femmes

43 ans
en moyenne

78% ↗
pour motif loisirs

95% ↗
de repeaters

37% ↘
seul

28% ↗
en couple

25% ↗
en famille

2,9
personnes en moyenne



TRANSPORTS POUR QUITTER LA DESTINATION

- 54% par la route ↘
- 26% en train ↘
- 20% en avion ↘

PRINCIPAUX CHIFFRES 2021

- 1,1 million de touristes, +13% par rapport à 2020 et -43% par rapport à 2019
- 4,5 millions de nuitées, +5% par rapport à 2020 et -36% par rapport à 2019
- 291,1 millions d'euros, +12% par rapport à 2020 et -39% par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Accorder une importance particulière à la clientèle française et francilienne, pilier de l'économie touristique du département
- Valoriser une offre d'activités diverses dédiées aux familles pour fidéliser une clientèle qui revient notamment pour motifs affinitaires
- Proposer des offres packagées avec les autres départements afin d'encourager les visites touristiques hors Paris

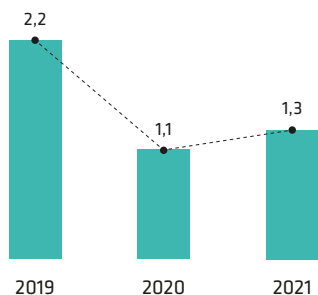
LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES DANS LE VAL D'OISE*

95

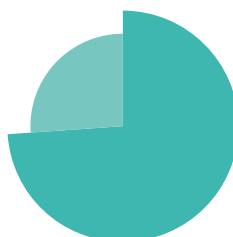


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

6% de la fréquentation touristique régionale en 2021 (6^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2021



- **74 %**
Français
- **26 %**
Internationaux

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2021

55 % ↗
de femmes

43 ans
en moyenne

81 % ↗
pour motif loisirs

91 %
de repeaters

34 % ↗
en famille

30 % ↗
en couple

28 % ↘
seul

2,9
personnes en moyenne



TRANSPORTS POUR QUITTER LA DESTINATION

- 55% par la route ↗
- 27% en avion ↘
- 18% en train

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse de plus de 2 points par rapport à 2019 ↘ Baisse de plus de 2 points par rapport à 2019

PRINCIPAUX CHIFFRES 2021

- 1,3 million de touristes, +21% par rapport à 2020 et -42% par rapport à 2019
- 4,5 millions de nuitées, +15% par rapport à 2020 et -48% par rapport à 2019
- 365,2 millions d'euros, +37% par rapport à 2020 et -48% par rapport à 2019

* Département principal de séjours pour les itinérants

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, ADP, SAGEB, SNCF Voyageurs, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, OUIBUS (BVA), résultats 2019-2021.

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Promouvoir le tourisme de nature ainsi que la visite de parcs et jardins
- Accorder une importance prioritaire à la clientèle francilienne et française de proximité
- Développer le tourisme fluvial, qui permet également de renforcer la synergie entre les différents territoires d'Île-de-France