

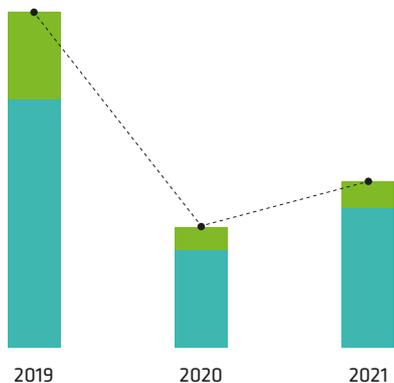
# LES VOYAGEURS FERROVIAIRES



## NOMBRE DE TOURISTES FERROVIAIRES (EN MILLIONS)

31% de la fréquentation touristique en 2021 (2<sup>e</sup> rang)  
28% de la fréquentation touristique en 2019 (3<sup>e</sup> rang)

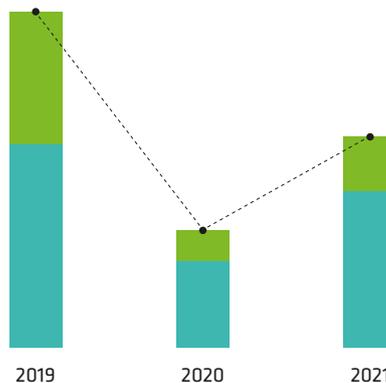
14,2	5,1	7,0
3,7	1,0	1,1
10,5	4,1	5,9



## CONSOMMATION TOURISTIQUE FERROVIAIRE (EN MILLIARDS D'€)

31% de la consommation touristique en 2021 (3<sup>e</sup> rang)  
20% de la consommation touristique en 2019 (3<sup>e</sup> rang)

4,3	1,6	2,6
1,7	0,4	0,7
2,6	1,1	2,0



● Français ● Internationaux ● Global

## PRINCIPAUX CHIFFRES 2021

**7,0**  
millions de touristes,  
+38% par rapport  
à 2020 et -51% par  
rapport à 2019

**26,0**  
millions de nuitées,  
+60% par rapport  
à 2020 et -41% par  
rapport à 2019

**2,6**  
milliards d'euros,  
+68% par rapport  
à 2020 et -39% par  
rapport à 2019

## PROFIL DES VOYAGEURS FERROVIAIRES VENUS EN 2021



**55 %**  
de femmes

**40 ans**  
en moyenne

**64 %** ↗  
pour motif loisirs

**93 %** ↗  
de repeaters

**44 %** ↘  
seul

**24 %** ↗  
en famille

**20 %**  
en couple

**2,7**  
personnes en moyenne



### PRINCIPALES NATIONALITÉS

- 84 % de Français ↘
- 16 % d'internationaux ↘ dont :
  - 2 % de Britanniques ↘
  - 2 % d'Américains
  - 1 % de Suisses

## DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2021



**3,7**  
nuits en moyenne

**34 %** ↘  
ont réservé  
via des OTA\*

**73 %** ↗  
ont réservé moins  
d'un mois avant le départ

**49 %** ↗  
ont séjourné à l'hôtel

**92 %**  
de touristes satisfaits

**47 %**  
de promoteurs  
de la destination

**76 %** ↗  
d'intention de retour  
d'ici deux ans

**375 €**  
de budget par séjour



### TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 57 % à Paris ↘
- 12 % dans les Hauts-de-Seine
- 7 % dans le Val-de-Marne

\*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

→ Communiquer les avantages du transport ferroviaire, comme la facilité d'accès et le faible coût carbone, aux clientèles étrangères peu présentes sur ce secteur

→ Promouvoir l'*early booking* pour une clientèle qui préfère réserver à la dernière minute

→ Développer des offres spécifiques à la clientèle d'affaires fortement présente chez ce type de voyageurs