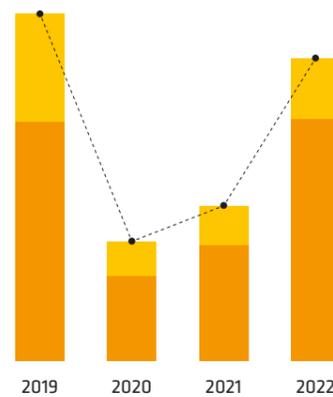


LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

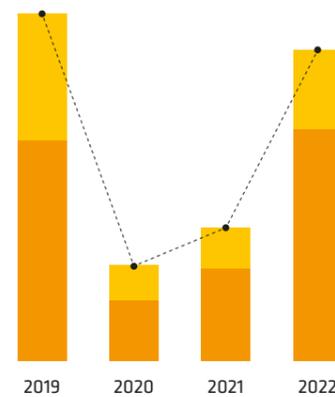
50,6	17,4	22,6	44,1
15,8	5,0	5,7	8,9
34,8	12,4	16,9	35,2



● Loisirs ● Affaires et mixtes ● Global

CONSOMMATION TOURISTIQUE (EN MILLIARDS D'€)

21,9	6,0	8,4	19,6
8,0	2,2	2,6	5,0
13,9	3,8	5,8	14,6



La fréquentation touristique connaît une forte reprise, sans pour autant atteindre les niveaux d'avant la crise sanitaire

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

44,1 millions de touristes, +95% par rapport à 2021 et -13% par rapport à 2019

171,9 millions de nuitées, +108% par rapport à 2021 et -12% par rapport à 2019

19,6 milliards d'euros, +134% par rapport à 2021 et -10% par rapport à 2019

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2022



56% ↗ de femmes

41 ans ↘ en moyenne

34% ↗ en famille

80% ↗ pour motifs personnels

2,9 personnes en moyenne

28% ↘ seul

24% en couple



MODES DE TRANSPORT AU DÉPART

- 35% en avion ↘
- 34% par la route
- 32% en train ↘

DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2022



6 touristes sur 10 réservent moins d'un mois avant le départ (60%, ↗). Pour 55% d'entre eux, leur réservation se fait via des OTA (↗). Sur place, plus de 5 touristes sur 10 (53%, ↗) séjournent à l'hôtel. Ils restent en moyenne 3,9 nuits et dépensent 444€ (↗) par personne. À l'issue du séjour, plus de 9 touristes sur 10 sont satisfaits (94%) et 69% d'entre eux ont l'intention de revenir d'ici à deux ans. Près de la moitié se disent prêts à recommander la destination Paris Île-de-France à leur entourage (48%).

80% de repeaters



TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 56% à Paris
- 10% dans les Hauts-de-Seine
- 9% en Seine-et-Marne

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse significative par rapport à 2019 ↘ Baisse significative par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

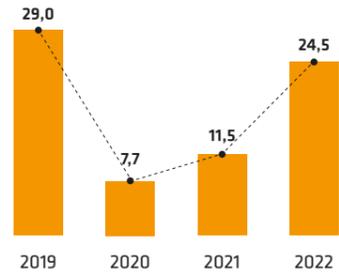
- Promouvoir les offres de plein air et écoresponsables auprès des clientèles de proximité
- Proposer des offres promotionnelles, très recherchées dans un contexte marqué par l'inflation
- Développer des offres en lien avec les grands événements sportifs internationaux en mettant en synergie les différents territoires franciliens

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES À PARIS*



NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

56 % de la fréquentation touristique régionale en 2022 (1^{er} rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2022



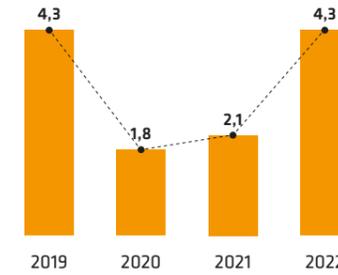
- 46 % Français
- 54 % Internationaux

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES DANS LES HAUTS-DE-SEINE*

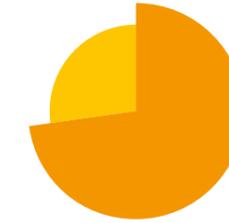


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

10 % de la fréquentation touristique régionale en 2022 (2^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2022



- 73 % Français
- 27 % Internationaux

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2022

- 54 % de femmes
- 40 ans en moyenne
- 79 % pour motifs personnels
- 2,9 personnes en moyenne
- 32 % en famille
- 27 % seuls
- 25 % en couple

MODES DE TRANSPORT AU DÉPART



- 38 % en avion
- 34 % en train
- 28 % par la route

76 % de repeaters

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2022

- 53 % de femmes
- 43 ans en moyenne
- 72 % pour motifs personnels
- 2,8 personnes en moyenne
- 37 % seuls
- 29 % en famille
- 22 % en couple

MODES DE TRANSPORT AU DÉPART



- 39 % en train
- 33 % par la route
- 27 % en avion

88 % de repeaters

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse significative par rapport à 2019 ↘ Baisse significative par rapport à 2019

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

- 24,5 millions de touristes, +113 % par rapport à 2021 et -15 % par rapport à 2019
- 93,2 millions de nuitées, +126 % par rapport à 2021 et -23 % par rapport à 2019
- 13,0 milliards d'euros, +149 % par rapport à 2021 et -16 % par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Porter une attention particulière aux points susceptibles de détériorer l'image de la destination : sécurité, propreté et qualité de l'accueil
- Valoriser la diversité de l'offre touristique pour faire découvrir Paris hors des sentiers battus en associant les autres territoires franciliens
- Mettre tous les moyens en œuvre pour devenir une ville touristique durable et écoresponsable

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

- 4,3 millions de touristes, +107 % par rapport à 2021 et stable par rapport à 2019
- 16,9 millions de nuitées, +110 % par rapport à 2021 et +16 % par rapport à 2019
- 1,5 milliard d'euros, +145 % par rapport à 2021 et +11 % par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Se positionner comme une destination d'affaires incontournable aux portes de Paris, en valorisant l'attractivité économique du pôle de La Défense
- Valoriser le potentiel touristique offert par la Seine et ses berges
- Proposer des loisirs actifs et culturels destinés aux jeunes actifs des départements limitrophes

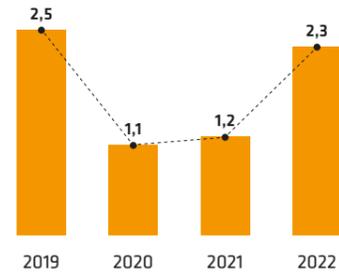
* Département principal de séjours pour les itinérants
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, et auprès des touristes venus par la route - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SNCF Voyageurs, EUROSTAR, Thalys, FlixBus (BVA), résultats 2019-2022.

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN SEINE-SAINT-DENIS*

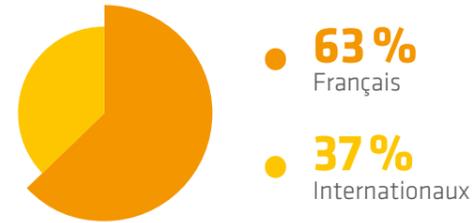


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

5% de la fréquentation touristique régionale en 2022 (6^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2022

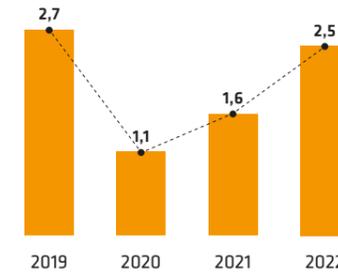


LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES DANS LE VAL-DE-MARNE*

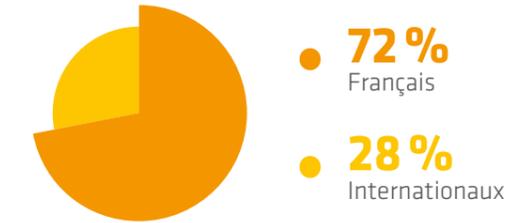


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

6% de la fréquentation touristique régionale en 2022 (5^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2022



PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2022

58% ↗ de femmes

39 ans ↘ en moyenne

35% ↗ en famille

34% ↘ seuls

19% ↘ en couple

80% ↗ pour motifs personnels

2,6 personnes en moyenne

MODES DE TRANSPORT AU DÉPART



- 36% en train
- 33% en avion ↗
- 31% par la route ↘

82% de repeaters ↘

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2022

55% de femmes

42 ans ↘ en moyenne

37% ↘ seuls

28% en famille

24% en couple

82% ↗ pour motifs personnels

2,8 personnes en moyenne

MODES DE TRANSPORT AU DÉPART



- 38% par la route ↘
- 36% en avion ↗
- 27% en train ↘

87% de repeaters ↘

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse significative par rapport à 2019 ↘ Baisse significative par rapport à 2019

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

- 2,3 millions de touristes, +96% par rapport à 2021 et -9% par rapport à 2019
- 10,2 millions de nuitées, +133% par rapport à 2021 et +11% par rapport à 2019
- 0,8 milliard d'euros, +159% par rapport à 2021 et +10% par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Renouveler l'image du territoire grâce à la visibilité offerte par la tenue de grands événements sportifs internationaux
- Capitaliser sur les avantages des infrastructures présentes sur le territoire afin de se positionner comme une destination incontournable pour le tourisme d'affaires
- Développer les technologies numériques afin d'attirer les jeunes publics dans les lieux culturels

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

- 2,5 millions de touristes, +59% par rapport à 2021 et -8% par rapport à 2019
- 9,4 millions de nuitées, +40% par rapport à 2021 et -6% par rapport à 2019
- 0,7 milliard d'euros, +43% par rapport à 2021 et +3% par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Valoriser la diversité des espaces urbains et naturels du territoire pour attirer les touristes de proximité
- Développer les mobilités douces et les projets écoresponsables afin d'attirer les clientèles familiales de Paris
- Créer des synergies avec les départements limitrophes afin de valoriser sa position stratégique aux portes de Paris et à proximité de sites de loisirs majeurs

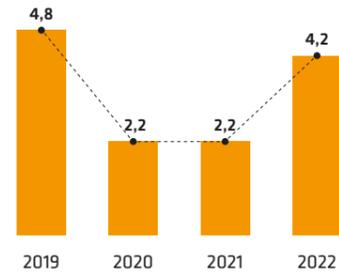
* Département principal de séjours pour les itinérants
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, et auprès des touristes venus par la route - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SNCF Voyageurs, EUROSTAR, Thalys, FlixBus (BVA), résultats 2019-2022.

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN SEINE-ET-MARNE*

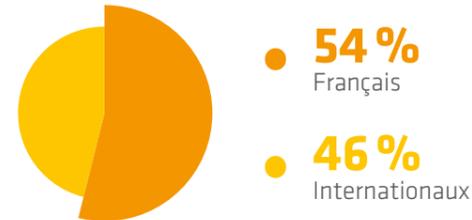


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

9% de la fréquentation touristique régionale en 2022 (3^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2022

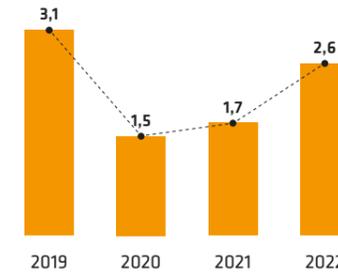


LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES DANS LES YVELINES*

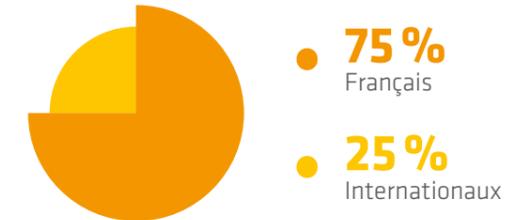


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

6% de la fréquentation touristique régionale en 2022 (4^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2022



PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2022

63% ↗ de femmes

89% ↗ pour motifs personnels

40 ans en moyenne

3,5 personnes en moyenne

MODES DE TRANSPORT AU DÉPART



72% de repeaters ↘

55% ↗ en famille

21% ↘ en couple

12% ↘ seuls

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2022

62% ↗ de femmes

82% ↗ pour motifs personnels

42 ans en moyenne

2,7 personnes en moyenne

MODES DE TRANSPORT AU DÉPART



89% de repeaters ↘

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse significative par rapport à 2019 ↘ Baisse significative par rapport à 2019

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

- 4,2 millions de touristes, +89% par rapport à 2021 et -13% par rapport à 2019
- 17,1 millions de nuitées, +145% par rapport à 2021 et +11% par rapport à 2019
- 1,8 milliard d'euros, +150% par rapport à 2021 et +6% par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Valoriser la diversité de ses espaces naturels et de son patrimoine culturel en organisant des événements sportifs et culturels
- Favoriser les offres destinées aux familles pour se positionner comme une destination de court séjour pour les clientèles de proximité
- Capitaliser sur la notoriété offerte par les locomotives de la demande touristique (Disneyland Paris, château de Fontainebleau, cité médiévale de Provins...) pour donner de la visibilité à l'ensemble du territoire

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

- 2,6 millions de touristes, +56% par rapport à 2021 et -16% par rapport à 2019
- 10,7 millions de nuitées, +76% par rapport à 2021 et -2% par rapport à 2019
- 0,9 milliard d'euros, +115% par rapport à 2021 et +10% par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Valoriser les loisirs actifs et les activités de plein air auprès des familles franciliennes
- Mettre en avant l'héritage patrimonial et historique des villes comme Versailles, Saint-Germain-en-Laye ou Rambouillet pour créer une identité territoriale forte
- Créer des offres touristiques durables et écoresponsables en s'appuyant sur le patrimoine naturel (parcs naturels, rivières, lacs...)

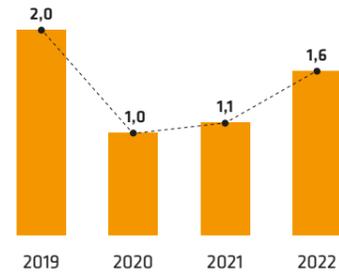
* Département principal de séjours pour les itinérants
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, et auprès des touristes venus par la route - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SNCF Voyageurs, EUROSTAR, Thalys, FlixBus (BVA), résultats 2019-2022.

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN ESSONNE*

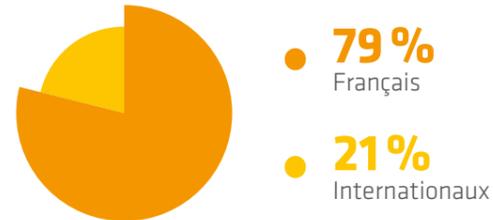


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

4% de la fréquentation touristique régionale en 2022 (8^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2022

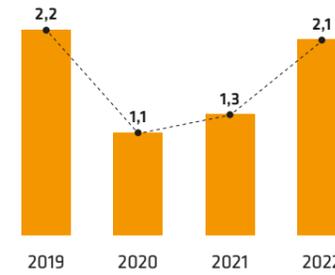


LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES DANS LE VAL D'OISE*

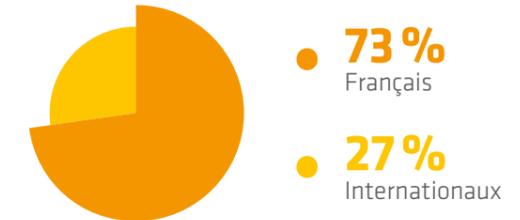


NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

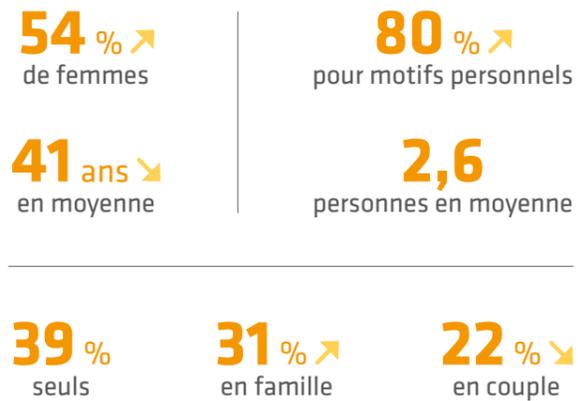
5% de la fréquentation touristique régionale en 2022 (7^e rang)



ORIGINES DES CLIENTÈLES EN 2022



PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2022

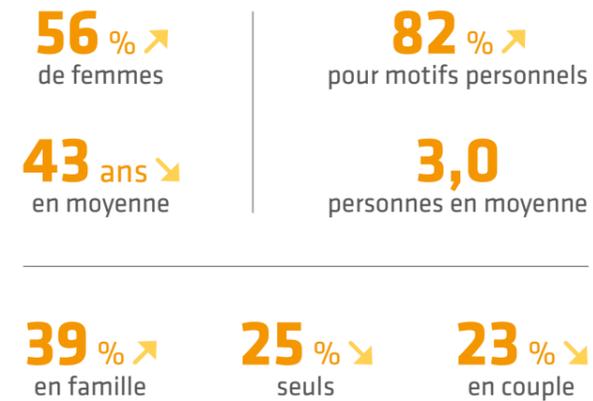


MODES DE TRANSPORT AU DÉPART



93% de repeaters

PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2022



MODES DE TRANSPORT AU DÉPART



89% de repeaters

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse significative par rapport à 2019 ↘ Baisse significative par rapport à 2019

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

- 1,6 million de touristes, +41% par rapport à 2021 et -20% par rapport à 2019
- 7,1 millions de nuitées, +58% par rapport à 2021 et +1% par rapport à 2019
- 0,4 milliard d'euros, +46% par rapport à 2021 et -10% par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Développer les offres touristiques de plein air et écoresponsables pour valoriser le patrimoine naturel du département auprès des clientèles de proximité
- Proposer des visites guidées autour de la découverte d'entreprises ainsi que des savoir-faire du territoire pour se démarquer
- Organiser des événements sportifs et culturels pour donner de la visibilité et accroître la notoriété du territoire auprès des jeunes clientèles

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

- 2,1 millions de touristes, +67% par rapport à 2021 et -4% par rapport à 2019
- 7,2 millions de nuitées, +60% par rapport à 2021 et -17% par rapport à 2019
- 0,6 milliard d'euros, +61% par rapport à 2021 et -15% par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Proposer des offres touristiques de plein air, écoresponsables pour les clientèles de proximité
- Développer les itinérances douces et voies vertes en les associant à la découverte patrimoniale
- Créer des synergies touristiques avec les autres territoires en proposant des offres combinées ou des circuits thématiques

* Département principal de séjours pour les itinérants
Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, et auprès des touristes venus par la route - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SNCF Voyageurs, EUROSTAR, Thalys, FlixBus (BVA), résultats 2019-2022.