

# LE SHOPPING\*

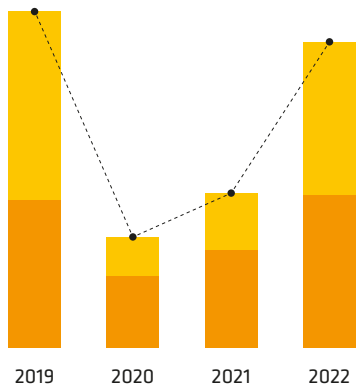


\*Ce chapitre concerne les touristes ayant fait du shopping pendant leur séjour.

## NOMBRE DE TOURISTES (EN MILLIONS)

36% de la fréquentation touristique en 2022  
35% de la fréquentation touristique en 2019

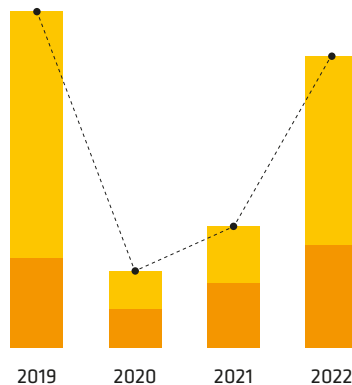
17,6	5,8	8,1	16,0
9,9	2,0	3,0	8,0
7,7	3,8	5,1	8,0



## CONSOMMATION TOURISTIQUE (EN MILLIARDS D'€)

46% de la consommation touristique en 2022  
48% de la consommation touristique en 2019

10,5	2,4	3,8	9,1
7,7	1,2	1,8	5,9
2,8	1,2	2,0	3,2



● Français ● Internationaux ● Global

## PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

**16,0**  
millions de touristes,  
+98 % par rapport  
à 2021 et -9 % par  
rapport à 2019

**73,4**  
millions de nuitées,  
+118 % par rapport  
à 2021 et -17 % par  
rapport à 2019

**9,1**  
milliards d'euros,  
+139 % par rapport  
à 2021 et -13 % par  
rapport à 2019

## PROFIL DES TOURISTES VENUS EN 2022



**61 %**  
de femmes

**39 ans**  
en moyenne

**86 %** ↗  
pour motifs personnels

**3,0**  
personnes en moyenne

**36 %** ↗  
en famille

**28 %**  
en couple

**22 %** ↘  
seul



### PRINCIPALES NATIONALITÉS

- 50 % de Français ↘
- 50 % d'Internationaux ↘ dont :
  - 15 % d'Américains
  - 10 % de Britanniques ↘
  - 7 % d'Allemands ↘

## DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2022



Près de 6 touristes sur 10 réservent moins d'un mois avant le départ (59 %, ↗). Pour 60 % d'entre eux, leur réservation se fait via des sites Internet en ligne (OTA) (↗). Sur place, plus de la moitié des touristes (52 %, ↗) séjournent à l'hôtel. Ils restent en moyenne 4,6 nuits et dépensent 568 € par personne (↘). À l'issue du séjour, plus de 9 touristes sur 10 sont satisfaits (95 %) et 71 % d'entre eux ont l'intention de revenir d'ici à deux ans (↗). Plus de la moitié d'entre eux se disent prêts à recommander la destination Paris Île-de-France à leur entourage (51 %, ↘).

**79 %**  
de repeaters ↗



### TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 62 % à Paris ↘
- 9 % dans les Hauts-de-Seine ↘
- 8 % en Seine-et-Marne

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

## RECOMMANDATIONS MARKETING

→ Proposer des offres shopping promotionnelles pour les clientèles de proximité

→ Promouvoir des offres combinées incluant shopping et découverte de la gastronomie pour les clientèles à fort pouvoir d'achat

→ Développer des guides numériques thématiques (luxe, marques françaises...) sur l'offre shopping de la région parisienne