Observation du tourisme

# « L'effet Coupe du Monde de Rugby 2023 » Une réussite pour l'attractivité de l'Île-de-France

Le 15 novembre 2023

Après 8 semaines de compétition, la 10ème édition de la Coupe du Monde de Rugby France 2023 a confirmé l'intérêt que les visiteurs portent à la région Île-de-France et de la faire rayonner à l'échelle internationale. Dans le cadre de ce grand rendez-vous sportif, Choose Paris Region, l'agence en charge de l'attractivité internationale et du tourisme de la région, a mis en œuvre des stratégies visant à renforcer les relations économiques internationales et à améliorer la qualité de l'expérience des visiteurs sur le territoire.

## Descriptif

### Des belles retombées en termes de fréquentation touristique

Pendant les 2 mois de la Coupe du Monde de Rugby (du 8 septembre au 28 octobre), avec environ 9 millions de touristes accueillis, la fréquentation touristique en Île-de-France a été en hausse de 7% par rapport à la même période de l'année 2022, soit 600 000 visiteurs supplémentaires, grâce à une forte présence de la clientèle internationale (+10%) et française (+4%).

Les principales clientèles internationales sur cette période sont les Américains (+20% par rapport à la même période de l'année 2022), les Brésiliens (+57%), les Chinois (+152%) et les Mexicains (+13%) qui ont été plus qu'au rendez-vous durant cet évènement alors que les Européens se sont moins déplacés pendant cette période comme les Britanniques ou les Espagnols (-3%), les Allemands (-14%), ou encore les Belges et les Néerlandais (-5%).

Parmi les 10
2023, seuls l
Monde de Ru

Si une augme
période de la
Royaume-Un
l'Île-de-Franc

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Les 11 autres nationalités ont connu des augmentations importantes, notamment l'Afrique du Sud (+356%), l'Uruguay (+323%), la Nouvelle-Zélande (+264%), l'Irlande (+215%), le Japon (+158%), l'Australie (+102%) ou encore le Chili (+56%).

La fréquentation hôtelière calculée en nombre d'arrivées a augmenté de 7% par rapport à la période de septembre à octobre 2022. Le prix moyen a augmenté de +24% pour atteindre 314 euros les jours de matchs et de +6% pour atteindre 265 euros les autres jours. Les meublés et les locations saisonnières affichent également, malgré une baisse du taux d'occupation due à l'explosion de l'offre (+62% en septembre 2023 par rapport à septembre 2022), des performances remarquables (+49% de la demande en septembre 2023 par rapport à septembre 2022). Les réservations pour octobre indiquaient la même tendance à la hausse (+17% par rapport à octobre 2022).

Les meublés et les locations saisonnières affichent également, malgré une baisse du taux d'occupation due à l'explosion de l'offre (+62% en septembre 2023 par rapport à septembre 2022), des performances remarquables (+49% de la demande en septembre 2023 par rapport à septembre 2022). Les réservations pour octobre indiquaient la même tendance à la hausse (+17% par rapport à octobre 2022).

## Les publics de la Coupe du Monde de Rugby en Île-de-France

Le Stade de France a accueilli 10 matchs de la compétition, dont le match d'ouverture, les 2 demi-finales et la finale, et a accueilli plus de 800 000 spectateurs sur cette période. Parmi eux 64% étaient des touristes, 28% des résidents et 7% des excursionnistes.

Parmi les 574 000 touristes et excursionnistes détenteurs de billets accueillis au Stade de France, 81% étaient des internationaux (463 000) et 19% des Français hors Île-de-France (111 000).

Le Royaume-Uni (25%), l'Irlande (10%), l'Australie (10%), l'Afrique du Sud (6%) et les États-Unis (6%) ont été les pays le mieux représentés parmi les publics de la Coupe du Monde de Rugby.

A ceux-là s'ajoutent les 496 000 touristes et excursionnistes, dont 91% d'Internationaux (452 000) et 9% de Français hors Île-de-France (45 000), présents sur la fan zone située à la place de la Concorde, l'une des plus importantes attractions de la compétition en Île-de-France.

Les principales nationalités internationales présentes au Village Rugby de la place de la Concorde n'étaient pas forcément des touristes venus en Île-de-France spécifiquement pour la Coupe du Monde de Rugby : les Américains (21%), les Allemands (6%), les Britanniques (6%), les Espagnols (5%) et les Brésiliens (5%).

Entre le Stade de France et la fan zone située à la place de la Concorde, c'est un total de près de 1,5 million de spectateurs cumulés[1] qui ont assisté aux 10 matchs de la Coupe du Monde de Rugby en Île-de-France, dont 1,1 million de touristes et excursionnistes dont 916 000 visiteurs internationaux.

## Perspectives de fréquentation touristique au lendemain de la Coupe du Monde de Rugby

Les réservations aériennes internationales pour les 3 prochains mois, de novembre 2023 à janvier 2024 sont en progression de 10% par r
Covid sur la r
En se focalis
par rapport à
démontrant

« Un essa

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

A l'occasion de ce grand rendez-vous sportif international, l'agence Choose Paris Region a organisé plusieurs moments clés et temps forts afin de rassembler et de promouvoir l'attractivité du territoire, valoriser le dynamisme de l'Île-de-France, consolider les relations entre acteurs et futurs acteurs économiques de la région et contribuer à la croissance de la satisfaction et de l'expérience client.

Pour attirer et mieux accueillir les visiteurs du monde entier, des actions de sensibilisation et de formations auprès de nombreux professionnels du tourisme ont été effectuées :

- **Plus de 5 000 exemplaires du guide *Do you speak tourist ? Yes, I speak Rugby*** en partenariat avec la CCI Paris Île-de-France a été envoyés à des professionnels du tourisme. Ce dispositif a été accompagné de la création d'un serious game et de capsules e-learning sur les nations engagées.
- **Plus de 8 500 QR codes ont été flashés** et **plus de 4 500 pages ont été vues** sur un temps de lecture moyen de plus de 3 minutes 30 pour le **roadbook "Spécial RWC 2023"** (guide de voyage numérique gratuit, offrant aux visiteurs un accès à plus de 200 informations touristiques sur les offres et activités à découvrir en Île-de-France pendant la compétition).
- Le parcours Coupe du Monde de Rugby a généré **plus de 40 000 pages vues sur le site visitparisregion.com** et **plus de 19 000 impressions sur les réseaux sociaux.**
- **Les Volontaires du Tourisme** ainsi que **les Points Informations Tourisme** ont également participé à renforcer l'expérience touristique en réservant un accueil de qualité aux aéroports ainsi qu'autour des lieux emblématiques de Paris Region.

La Coupe du Monde de Rugby a aussi permis à l'agence de jouer un rôle de facilitateur, de connecteur en rassemblant des investisseurs, entreprises, institutionnels françaises et internationales lors de moments clés.

- **1 200 prospects, clients, et partenaires** ont été approchés sur la thématique du rugby.

- **Plus de 400 entreprises internationales et françaises** ainsi que tout **un réseau diplomatique** ont été ciblés pour mener à bien des actions porteuses de projets et créer des synergies durables.

Différents événements ont permis de réunir une diversité de nationalités et de décideurs économiques des pays engagés dans la compétition, dans le but de consolider les relations avec certains qui sont source traditionnelle d'investissements depuis de nombreuses années (Royaume-Uni, Allemagne, etc.) mais aussi de développer l'attractivité de l'Île-de-France comme destination naturelle d'investissement en Europe vers des pays qui sont « nouveaux investisseurs » (Australie, Nouvelle-Zélande, Afrique du Sud, Amérique latine, etc.).

L'objectif, était d'installer un peu plus l'Ile-de-France comme **le hub naturel** et l**a porte d'entrée en Europe** pour ces pays, **avec en ligne de mire les Jeux Olympiques et Paralympiques à venir.**

**Pour Alexandra Dublanche, Présidente de Choose Paris Region :**
*« L'accueil et l'organisation de ces grands événements sportifs sont une tradition en Île-de-France, ils sont le reflet d'une région dynamique et attractive. La Coupe du Monde de Rugby 2023 qui vient de se terminer a engendré des retombées touristiques et économiques importantes pour notre territoire. Elle a aussi permis de planter des graines à moyen et long terme pour l'attractivité de la Région, à défaut d'avoir vu notre Équipe de France l'emporter dans cette compétition ! L'immense écho médiatique a contribué à renforcer l'image et la notoriété de la Région dans le monde en*

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

[1] Fréquent

# Nombre de pages

4

Ressources

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.