

**Population totale¹**

97,9 millions d'habitants

Taux de croissance économique

+6,4 %

Taux de change moyenAlgérie : 1 EUR = 129,33 DZD
variation 2017/2016 : +6,9 %Maroc : 1 EUR = 11,06 MAD
variation 2017/2016 : +2,0 %Tunisie : 1 EUR = 2,81 TND
variation 2017/2016 : +17,9 %

LES MAGHRÉBINS

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs maghrébins ont un âge moyen (37 ans) légèrement inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (39 ans). Ils sont issus des PCS+² pour près du tiers des voyageurs (30,4 %, -2,0 points), étudiants pour 19,8 % (+7,9 points) et employés pour 19,4 % (-8,1 points).

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Près de 7 visiteurs sur 10 (69,7 %, -4,6 points) se déplacent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement seuls (56,2 %, +30,7 points), en famille (22,9 %, -2,8 points) ou en couple (10,8 %, -15,1 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour plus de 7 touristes sur 10 (73,6 %, +3,1 points). Elle fait partie d'un circuit France pour 21,7 % (+7,1 points) et d'un circuit Europe pour 6,8 % (-11,6 points). Plus de 9 visiteurs sur 10 (94,8 %, +5,8 points) voyagent en individuel non organisé. Ils sont 4,4 % (-0,8 point) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise et 0,8 % (-2,7 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur.

QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de la moitié des séjours (53,5 %, +36,2 points) ont lieu en hébergement non marchand. Les résidences principales de parents (30,4 %) et d'amis (13,6 %) sont les principaux types d'hébergements non marchands utilisés. Les principaux hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 33,5 % (55,2 % en 2 étoiles et 30,7 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (5,7 %) et les résidences hôtelières (2,5 %).

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (84,5 %), les promenades en ville (73,9 %) et le shopping (65,9 %). Les touristes maghrébins sont plus nombreux à faire du shopping (+16,7 points), à sortir la nuit (34,9 %, +12,3 points) et à visiter les parcs et jardins (64,7 %, +9,1 %). Ils apprécient également les parcs d'attractions (32,0 %, +8,0 points) et les promenades à vélo (6,7 %, +4,6 points). En revanche, ils sont moins attirés par les visites guidées de quartiers (1,0 %, -10,0 points), les croisières fluviales (7,1 %, -9,6 points) et les marchés et brocantes (9,6 %, -6,0 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (64,4 %), l'Arc de triomphe (55,2 %), le musée du Louvre (48,8 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (46,6 %) et Notre-Dame de Paris (45,6 %). Les touristes maghrébins sont plus nombreux à visiter la Grande Arche de la Défense (20,5 %, +14,3 points), le château de Vincennes (11,7 %, +10,0 points), le stade de France (10,4 %, +8,0 points) et le Sacré-Cœur de Montmartre (+7,7 points). Ils se rendent également davantage à la basilique Saint-Denis (9,8 %, +6,5 points), à l'Arc de triomphe (+5,8 points), à Disneyland® Paris (22,9 %, +4,4 points), au Muséum national d'Histoire naturelle (7,4 %, +3,9 points), au Parc Zoologique de Paris (5,6 %, +3,7 points) ainsi qu'à la Cité des sciences et de l'industrie (5,7 %, +3,0 points). En revanche, ils se rendent moins au musée d'Orsay (8,0 %, -12,0 points) et à Notre-Dame de Paris (-5,0 points).

1 - Le Maghreb comprend les pays suivants : Algérie, Libye, Maroc, Mauritanie et Tunisie.

2 - Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	70,7%	14,1%	15,2%
Départ	77,1%	6,7%	16,1%



84,5%
Repeaters

15,5%
Primo-visiteurs

La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,2% de repeaters et de 40,8% de primo-visiteurs.

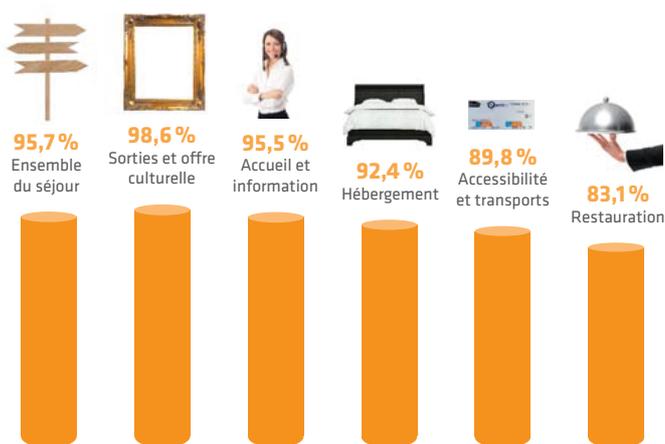
Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



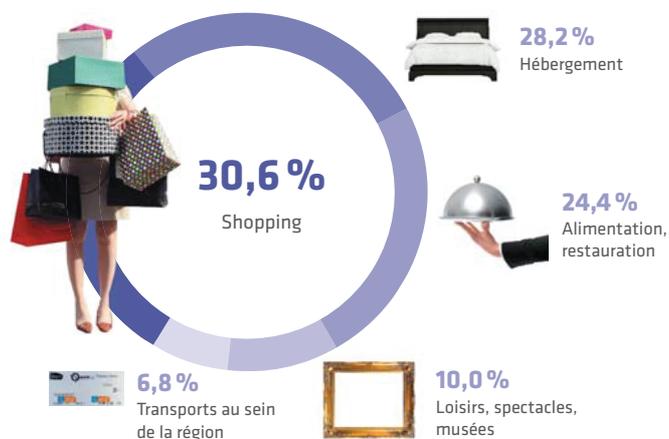
À l'étape de la préparation du voyage, pour s'informer, les Maghrébins favorisent également Internet (53,8%, +0,1 point), devant les entreprises (17,0%, +6,9 points) et les agences de voyages et tour-opérateurs (14,2%, -4,5 points). Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

DES TOURISTES SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'OFFRE CULTURELLE



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 94,2%.

PRÈS DU TIERS DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES AU SHOPPING



Les Maghrébins, dont la dépense moyenne par jour et par personne (98 €) est nettement inférieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (142 €), accordent une part plus importante de leur budget au shopping (+12,3 points) et moins importante à l'hébergement (-13,3 points).

À retenir

- **651 000 séjours**, soit 3,2% des séjours de la clientèle internationale
- **5 070 000 nuitées**, soit 5,5% des nuitées de la clientèle internationale
- **499 millions d'euros** de consommation touristique, soit 3,8% de la consommation

- touristique de la clientèle internationale
- **7,8 nuits** en moyenne
- **84,5%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **94,8%** voyagent en individuel non organisé
- **69,7%** voyagent pour motifs personnels uniquement

- **766 €** de budget moyen du séjour par personne
- **95,7%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **76,1%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

Nos suggestions

- Porter une attention particulière à la cible des voyageurs professionnels venus notamment pour des événements professionnels (salons, foires, congrès...)
- Valoriser les thématiques "shopping" et "parcs d'attractions"
- Proposer des produits touristiques innovants à cette clientèle de repeaters dont la durée de séjour est très importante