



16 224 000
séjours

60 552 000
nuitées

6,8 milliards
d'euros de consommation touristique

418 €
de budget moyen de séjour
par personne

72,9 %
souhaitent revenir
à Paris Île-de-France
d'ici 1 à 2 ans

LES SENIORS*

QUEL PROFIL ?

Les seniors ont un âge moyen de 60 ans. Ils appartiennent pour 34,3 % (+22,6 points) à la catégorie des retraités, pour 33,4 % (+0,3 point) à celle des CSP+¹ et pour 14,4 % (-11,5 points) à celle des employés. Ils proviennent en majorité de France (65,3 %), notamment d'Auvergne-Rhône-Alpes (12,0 %), de Normandie (11,5 %) et de Nouvelle-Aquitaine (10,3 %). Les touristes internationaux sont originaires principalement des États-Unis (4,9 %), du Royaume-Uni (3,6 %) et d'Allemagne (2,6 %).

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Près de 7 visiteurs sur 10 (69,5 %, +2,4 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement seuls (35,8 %, +0,3 point), en couple (35,7 %, +10,6 points) ou en famille (17,8 %, -5,5 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 79,5 % (+0,3 point). Elle fait partie d'un circuit France pour 12,8 % (+1,1 point) et d'un circuit Europe pour 9,5 % (-1,4 point). Les seniors voyagent en individuel non organisé pour 81,3 % (+0,3 point). Ils sont 10,9 % (+0,1 point) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise,

4,9 % (+0,4 point) à préférer un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur et 2,9 % (-0,9 point) à opter pour les groupes organisés.

QUEL HÉBERGEMENT ?

Près de 6 séjours sur 10 (59,3 %, -4,4 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 49,6 % (52,0 % en 3 étoiles et 29,4 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (4,2 %) ainsi que les résidences hôtelières (2,6 %). Les résidences principales de parents (26,1 %) et d'amis (6,7 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (70,1 %), les promenades en ville (64,8 %) ainsi que le shopping (36,1 %). Les seniors sont particulièrement intéressés par les événements culturels (16,7 %, +2,4 points). Ils sont en revanche moins intéressés par les sorties nocturnes (10,1 %, -10,1 points), les parcs d'attractions (11,3 %, -8,5 points), les parcs et jardins (33,4 %,

-5,4 points), la gastronomie française (24,3 %, -4,7 points), le shopping (-4,6 points) ou les promenades en ville (-4,1 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (29,2 %), Notre-Dame de Paris (27,4 %), Sacré-Cœur de Montmartre (25,9 %), le musée du Louvre (23,0 %) et l'Arc de triomphe (22,0 %). En revanche, ils visitent moins de sites, notamment la tour Eiffel (-12,7 points), le musée du Louvre (-8,1 points), l'Arc de triomphe (-7,9 points), Disneyland® Paris (6,6 %, -7,6 points), Notre-Dame de Paris (-4,9 points) ou le Sacré-Cœur de Montmartre (-2,9 points).

* Les seniors comprennent l'ensemble des touristes ayant 50 ans et plus.

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



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	23,6%	33,5%	42,8%
Départ	29,8%	30,4%	39,8%



86,0%
Repeaters

14,0%
Primo-visiteurs

La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 79,3% de repeaters et de 20,7% de primo-visiteurs.

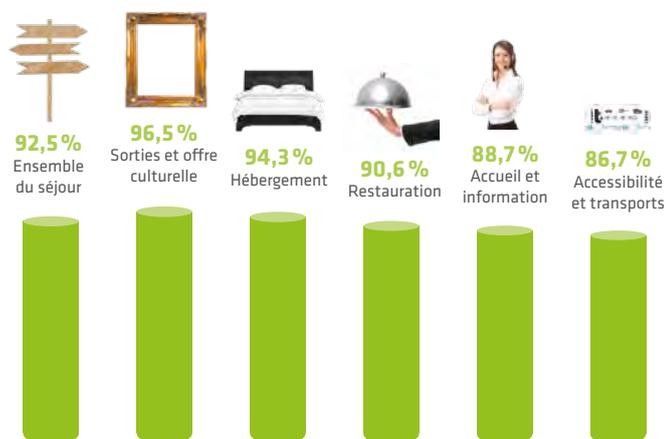
Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, PRÈS DU TIERS ONT RECOURS AUX HÉBERGEURS EN DIRECT



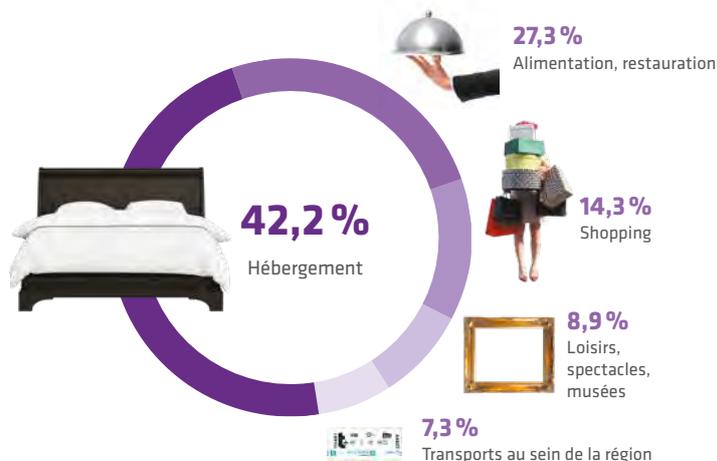
Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.
1 - Entreprises, parents, amis.

DES TOURISTES SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'OFFRE CULTURELLE



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 92,0 %.

PLUS DU QUART DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À LA RESTAURATION



Les seniors, dont la dépense moyenne par jour et par personne (112 €) est quasi-équivalente à celle de l'ensemble des clientèles (113 €), accordent une part plus importante de leur budget à la restauration (+2,1 points).

Leurs particularités

- Nombre important de séjours en couple
- Prédominance de repeaters
- Réservations réalisées en priorité par Internet avec un recours relativement élevé aux hébergeurs en direct

- Intérêt plus marqué pour les événements culturels
- Intention de revenir très marquée

Nos suggestions

- Communiquer sur les événements culturels ainsi que les spectacles et concerts
- Proposer un accueil chaleureux et personnalisé
- Mettre à leur disposition des informations pratiques, claires et précises concernant les activités et prestations proposées