



**SPÔTT**

# **ANALYSE DE LA CLIENTELE DE LA DESTINATION SEINE AVAL**

**PHASE 1 – ETUDE QUANTITATIVE  
SUR SITES CULTURELS**

Janvier 2018



**CCI VERSAILLES-YVELINES**  
PARIS ILE-DE-FRANCE

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## SOMMAIRE

### 1. PRESENTATION DE L'ETUDE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

### 2. CHIFFRES-CLES ET SYNTHESE GENERALE

### 3. ANALYSE DETAILLEE DE L'ENQUÊTE

- 3.1. Profil type de la clientèle sur la destination SPÔTT Seine Aval
- 3.2. Organisation du séjour
- 3.3. Principaux modes d'hébergement utilisés
- 3.4. Principaux modes de transports utilisés
- 3.5. Typologie de restauration pratiquée
- 3.6. Pratiques de shopping
- 3.7. Type de loisirs consommés
- 3.8. Analyse de la satisfaction détaillée
- 3.9. Dépenses globales
- 3.10. Retombées économiques

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 1. PRESENTATION DE L'ETUDE

### Méthodologie de l'enquête :

Afin de définir au mieux le profil clientèle de la destination SPÔTT Seine Aval, l'enquête clientèle a fait l'objet de deux niveaux d'enquête :

- Une enquête sur sites culturels (phase 1)
- Une enquête potentielle sur lieux d'hébergement (phase2)

La présente étude restitue les données de l'enquête sur sites culturels (phase 1).

### Plan de sondage :

Le choix des lieux de monuments et sites remarquables retenus sur le périmètre SPOTT Seine Aval pour le recueil des données de l'enquête a été déterminé par le groupe de travail technique. Cet échantillon de sites remarquables est entièrement représentatif de l'offre du territoire SPOTT.

**Dix lieux accueillant au total sur une année plus de 1 million de touristes ont été retenus : Musée des Impressionnistes et Fondation Claude Monet à Giverny, Musées et église d'Auvers-sur-Oise, Villa Savoye à Poissy, Collégiale de Poissy, Domaine de Saint Germain en Laye, Château de Monte Cristo, Île des Impressionnistes à Chatou, Château de Maisons-Laffitte, Musée de la batellerie à Conflans Sainte-Honorine et quartier historique près de la cathédrale de Mantes la Jolie.**

Fréquentation touristique en 2016 des sites enquêtés	
Auvers	71502
Château de Maison Laffitte	27193
Château de Monte Cristo Port Marly	17883
Château et parc de Saint Germain en laye	105437
Collegiale de Mantes la Jolie	12500
Collegiale de Poissy	10300
Giverny	560000
Ile des impressionnistes Chatou	12400
Musée de la batellerie Conflans-Ste-Honorine	12000
Villa Savoye Poissy	38720

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 1. PRESENTATION DE L'ETUDE

### Modalités d'exécution :

Les interviews ont été réalisées in situ en face à face sur les lieux d'interviews. Le recueil de l'information auprès des participants s'est effectué de manière prioritaire à la sortie de la visite des monuments ou, si les visiteurs attendent pour entrer dans le monument, l'enquête s'est réalisée dans ce cas précis avant la visite, dans la file d'attente.

L'administration de l'enquête s'est déroulée essentiellement sur les week-ends entre le 16 septembre et le 15 octobre, sur un total de 12 jours d'enquête.

### Questionnaire :

La CCI Versailles-Yvelines a validé dans le cadre d'un groupe de travail la teneur du questionnaire.

Le questionnaire dure environ 12 minutes et aborde différentes questions réparties en 8 thématiques : profil du répondant, organisation du séjour, hébergement, transport, restauration, activités, shopping, satisfaction et fidélité.

L'ensemble des questions a été rédigé en langue française, et a été traduit par le prestataire en anglais, japonais et mandarin. Dans le cas des visiteurs étrangers non francophones, ceux-ci ont été interrogés en langue anglaise ou dans leur langue maternelle si traduite. Pour les japonais, un enquêteur habilité a été mobilisé par le prestataire. Japonais. Le recueil de l'information s'est effectué sur tablette informatique.

Avant le démarrage du terrain, une pré-réunion de 2 heures a été effectuée auprès de l'ensemble des enquêteurs. Elle a été complétée en aval par des visites mystères et des accompagnements systématiques de positionnement sur les lieux d'enquête.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 1. PRESENTATION DE L'ETUDE

### Définition et stratification des échantillons :

Un total de 879 visiteurs a été comptabilisé sur les lieux d'enquête, sur une répartition tirée aléatoirement :

- Habitants du SPÔTT : comptabilisés mais non interrogés (274 visiteurs) ;
- Excursionnistes français : ne passent pas de nuit hors de leur domicile et n'habitent pas le SPÔTT. Ce sont pour l'essentiel des franciliens et quelques normands (314 visiteurs) ;
- Touristes français : Ce sont les provinciaux qui passent au moins une nuit en Ile-de-France (51 visiteurs) ;
- Touristes étrangers : (240 visiteurs). Les nationalités retenues comme significatives sont : les Américains du Nord (Canada + USA : 45 visiteurs), les chinois (32 visiteurs), les Européens du Nord (30 visiteurs), les Européens du Sud (21 visiteurs), les visiteurs des Îles Britanniques (19 visiteurs), les Japonais/Coréens (45 visiteurs) et les autres pays (48 visiteurs).

### Redressement :

Les résultats de l'enquête ont été fournis de façon intégrale et anonyme sous forme de fichier Excel.

Les informations recueillies auprès des touristes français et étrangers ont été redressées systématiquement par les équipes de la CCI de Versailles - Yvelines selon le poids réel de leur strate d'appartenance (sites fréquentés) en 2016. L'enquête est ainsi représentative de la fréquentation des sites de la vallée de la Seine. Le nombre et la diversité des touristes ainsi enquêtés garantissent une très grande fiabilité des estimations fournies.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## SOMMAIRE

### 1. PRESENTATION DE L'ETUDE CLIENTELE SUR SITES CULTUREL

### 2. CHIFFRES-CLES ET SYNTHESE GENERALE

### 3. ANALYSE DETAILLEE DE L'ENQUÊTE

- 3.1. Profil type de la clientèle sur la destination SPÔTT Seine Aval
- 3.2. Organisation du séjour
- 3.3. Principaux modes d'hébergement utilisés
- 3.4. Principaux modes de transports utilisés
- 3.5. Typologie de restauration pratiquée
- 3.6. Pratiques de shopping
- 3.7. Type de loisirs consommés
- 3.8. Analyse de la satisfaction détaillée
- 3.9. Dépenses globales
- 3.10. Retombées économiques

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 2. CHIFFRE CLEFS ET SYNTHESE GENERALE

### A. Chiffres-clés

	Touristes et excursionnistes français	Touristes étrangers
<b>Profil de la clientèle</b>		
Origine	69%	31%
Âge	Séniors 64%	Séniors 49%
CSP	Retraités 54% ; Cadres 16% ; Employés 15%	Retraités 31 % ; Cadres 28% ; Etudiants 11%
<b>Organisation du Séjour</b>		
Organisation	individuel 97%	individuel 88%
Réservation	< 1 mois 66%	> 1 mois 73 %
Durée	2,1 nuitées	7,2 nuitées
Motif	personnel 97%	Personnel 88%
<b>Hébergement</b>		
Mode	Non marchand 84%	Marchand 82%
Coût	1 €	56 €
Lieu	SPÔTT, 78, Région IdF	Paris (75)
Satisfaction qualité	Très satisfaits 75%	Très satisfaits/ Satisfaits 48%
Satisfaction prix	Satisfaits 57%	Très satisfaits 74%
<b>Transport</b>		
Lieu de séjour : Mode	Voiture 66%	Avion 47%
Satisfaction	Très satisfaits 43 %	Satisfaits 49%
Lieu activité : Mode	Voiture personnelle 83%	Transports urbains 39%
Budget	8 €	17 €
Satisfaction	Très satisfaits 49%	Très satisfaits 53%
<b>Restauration</b>		
Mode midi	proches 26% ; pique-nique 19% ; domicile 14%	restaurants tradi/gastro 35 % ; Bistrot 24% ; Resto. Rapide 17%
Lieu midi	SPÔTT 63%	SPÔTT 63%
Budget repas midi	10,00 €	15,00 €

	Touristes et excursionnistes français	Touristes étrangers
<b>Restauration</b>		
Mode soir	proches 87%	restaurants tradi/gastro 46 % ; Proches 22 %
Budget repas soir	2,00 €	22,00 €
Satisfaction qualité	Très satisfaits 65%	Très satisfaits / Satisfaits 47%
Satisfaction prix	Très satisfaits 60%	Satisfaits 59%
<b>Shopping</b>		
Postes	souvenirs 38% ; produits du terroir 3% ; habillement-marquinerie 11%	souvenirs 47% ; produits du terroir 15% ; habillement-marquinerie 14%
Budget	7 €	17 €
Satisfaction	Satisfaits 63%	Satisfaits 52%
<b>Activités</b>		
Activités	Visites musées 83% ; Visite parcs 66% ; Pratique shopping 9%	Visite musées 82% ; Visites parcs 45 % ; Shopping 40%
Budget	17 €	22 €
Souhaits activités si retour	Visite de musées, monuments 33% ; Visite parcs 13% ; Shopping 8% ; Visites guidées villes 8%	Visite de musées, monuments 47% ; Visite parcs 7% ; Shopping 6% ; Croisières fluviales 4%
Lieux de visite SPÔTT	Giverny 61% ; Domaine SGEL 9% ; Auvers 7%	Giverny 63% ; Auvers 20% ; Domaine SGEL 11%
Souhaits visite si retour	Monte Cristo 7% ; La Roche Guyon 6% ; Giverny 6%	Auvers 8% ; Giverny 6% ; Monte-Cristo 3% ; La Roche-Guyon 3%
<b>Satisfaction générale</b>		
Habitude IdF	repeaters 70%	primo-visiteurs 61%
Habitude SPÔTT	primo-visteurs 59%	primo-visteurs 83%
Satisfaction IdF	Très satisfaits 56%	Très satisfaits 60%
Satisfaction SPÔTT	Très Satisfaits 51%	Très satisfaits 57%
Souhaits de retour en Vallée de Seine	Oui : 66%	Oui : 48%
<b>Dépenses globales</b>		
Moyenne Dépense /j/pers.	45 €	149 €

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 2. CHIFFRE CLEFS ET SYNTHESE GENERALE

### B. Synthèse générale

La destination SPÔTT Vallée de Seine est un territoire touristique aujourd'hui plébiscité par une clientèle à majorité française et particulièrement excursionniste francilienne.

Cette clientèle française (touristes et excursionnistes) présente un profil de **visiteurs globalement séniors** (64% de 50 ans et +), de retraités (54%), venant sur place pour un **motif personnel** (97%) et notamment pour **rendre visite à des proches**, et **réservant leur voyage dans le mois précédant leur venue** (66%). Cette clientèle se déplace principalement par le biais d'un **véhicule personnel** (83%), **dort majoritairement chez des proches ou en résidence secondaire** sur le territoire du SPÔTT ou ailleurs en région Ile-de-France ou Normande (84%). Si elle déjeune parfois au restaurant (31%), **elle dîne cependant le plus souvent chez des proches ou des parents** (87%).

Parmi les activités phares, la **visite de sites ou de musées** (83%), **de parcs et jardins** (66%) **ou le shopping** (9%) sont majoritairement pratiquées. Si **Giverny** reste largement le point d'intérêt majeur de la destination (61% des visiteurs français), il est suivi **par le domaine de Saint-Germain-en-Laye** (9%) et **Auvers-sur-Oise** (7%).

**66% des visiteurs français envisagent de revenir** sur le territoire de la Vallée de Seine lors d'un prochain séjour. Dans le cadre d'un retour potentiel, **cette clientèle est portée à renouveler le même type de pratique** de visites de sites et musées (33%), parcs et jardins (13%), shopping et visites guidées de villes ou quartiers (8%). Ils sont également 2% à envisager de participer à une croisière fluviale.

Les **dépenses des visiteurs français**, tant en restauration qu'hébergement, souvenirs ou transports **reste assez restreinte** avec une **moyenne de 45 € par jour**.

**Globalement, les Français se montrent satisfaits de la destination** (47% de « très satisfaits », 51% de « satisfaits »).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 2. CHIFFRE CLEFS ET SYNTHESE GENERALE

### B. Synthèse générale (suite)

**Concernant la clientèle touristique étrangère**, elle est constituée de manière générale de **primo-visiteurs sur le SPôTT (83%)**, de **49% de séniors et 33% de personnes entre 30 et 49 ans**. Elle est majoritairement issue des **pays d'Europe (Sud, Nord, Iles Britanniques)** et de manière plus lointaine, **représentée par les Américains du Nord, les Japonais et Coréens**, ainsi que les **Chinois**, ces derniers étant mieux représentés qu'au niveau régional. Ces touristes étrangers sont globalement **peu habitués à la destination Ile-de-France (39%) ou Vallée de Seine (17%)**, et **visitent le territoire du SPôTT en extension à leur séjour global**. Ils voyagent le plus souvent pour **motif personnel** et de **manière individuelle et autonome (88%)**. Cependant, un nombre significatif de visiteurs d'Amérique du Nord (22%) et d'Européens du Nord (13%) circule sous forme de voyages organisés et notamment en croisière fluviale. Ils résident principalement dans des **hébergements marchands (82%)** et prennent leur repas dans des **restaurants traditionnels et gastronomiques (>40%)**.

En termes d'activités, ceux-ci suivent les grandes tendances nationales de **visites de musées et de sites (82%)**, avec notamment **Giverny (63%)**, **Auvers-sur-Oise (20%)** et **le domaine de Saint-Germain-en-Laye (11%)**, puis **des parcs et jardins (45%)** et enfin la **pratique du shopping (40%)**.

**48% des visiteurs étrangers déclarent avoir l'intention de revenir en Vallée de Seine** lors d'un prochain séjour. Dans le cas d'un retour potentiel, ils manifestent le souhait de pratiquer de nouveau des **visites de sites et musées (47%)**, de **parcs et jardins (7%)** et du **shopping (6%)**. Ils émettent également le souhait d'effectuer des **croisières fluviales (4%)** et de visiter des **parcs d'attractions ou zoos (2%)**, puis de **découvrir de nouvelles activités sportives de pleine nature** comme le canoë, le golf (2%).

**Leurs souhaits de visite de sites lors d'un prochain séjour** concernent particulièrement **Auvers-sur-Oise, Giverny, le château de Monte Cristo et La Roche-Guyon**.

**Les dépenses globales des étrangers sont plus de trois fois supérieures à celle des visiteurs français, avec un montant moyen de 149 € par jour. La clientèle étrangère se montre globalement plus satisfaite que les Français de la destination (57% de « très satisfaits » et 42% de « satisfaits »).**

**99% des visiteurs interrogés (toutes origines) recommandent la destination Vallée de Seine.**

**Retombées économiques** : les dépenses des visiteurs du territoire SPôTT (excursionnistes, touristes français et étrangers) sont estimées à environ **75 M€ sur le territoire du SPôTT** et à un peu plus de **300 M€** pour l'ensemble de leur séjour en France.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 2. CHIFFRE CLEFS ET SYNTHESE GENERALE

### C. Enjeux pour la destination

- **Pour la clientèle française :**
  - Renforcer la clientèle excursionniste francilienne existante (notamment jeune)
  - Conforter l'offre en visites de musées, sites , parcs et jardins très plébiscitée par les visiteurs français
  - Inciter les visiteurs à déjeuner et dîner sur le territoire SPÔTT
  - Développer les boutiques de shopping (terroir, etc.)
- **Pour la clientèle étrangère :**
  - Conforter la clientèle existante lointaine (Amérique du Nord, Îles Britanniques + Asie)
  - Capter la clientèle d'Europe du nord et du Sud très présents au niveau régional
  - Encourager la montée en compétences des restaurateurs et des hôteliers pour inciter le visiteur à consommer sur place
  - Renforcer l'offre de shopping et diversifier les produits

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## SOMMAIRE

### 1. PRESENTATION DE L'ETUDE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

### 2. CHIFFRES CLEFS ET SYNTHESE GENERALE

### 3. ANALYSE DETAILLEE DE L'ENQUÊTE

- 3.1. Profil type de la clientèle sur la destination SPÔTT Seine Aval
- 3.2. Organisation du séjour
- 3.3. Principaux modes d'hébergement utilisés
- 3.4. Principaux modes de transports utilisés
- 3.5. Typologie de restauration pratiquée
- 3.6. Pratiques de shopping
- 3.7. Type de loisirs consommés
- 3.8. Analyse de la satisfaction détaillée
- 3.9. Dépenses globales
- 3.10. Retombées économiques

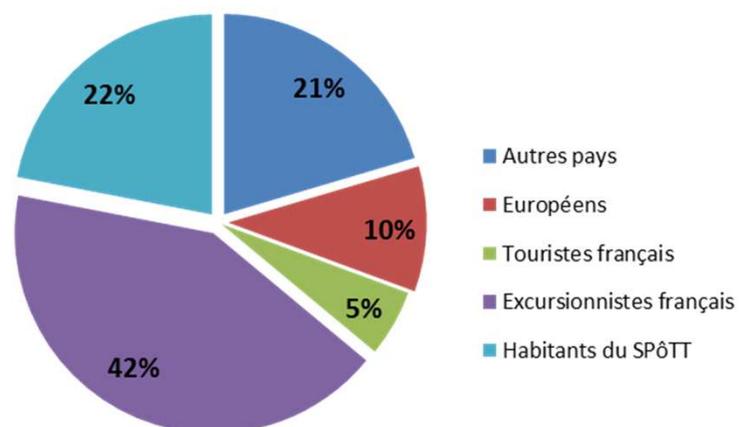
# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.1. PROFIL TYPE DE LA CLIENTELE

### ORIGINE DES VISITEURS

#### 788 454 visiteurs uniques

173 322 habitants du SPÔTT  
331 482 excursionnistes français  
42 563 touristes français  
241 088 touristes étrangers



#### Analyse et commentaires :

**On estime à 788 454 le nombre de visiteurs uniques\*** sur le territoire SPÔTT Seine Aval.

**Ces visiteurs sont très majoritairement français (69%) : 5% de touristes** (dormant au minimum une nuitée durant leur séjour), **42% d'excursionnistes** (une journée sur place sans nuitée) **et 22% d'habitants du SPÔTT.**

**On compte 31% de visiteurs étrangers : 10% d'européens** et 21% provenant d'autres pays.

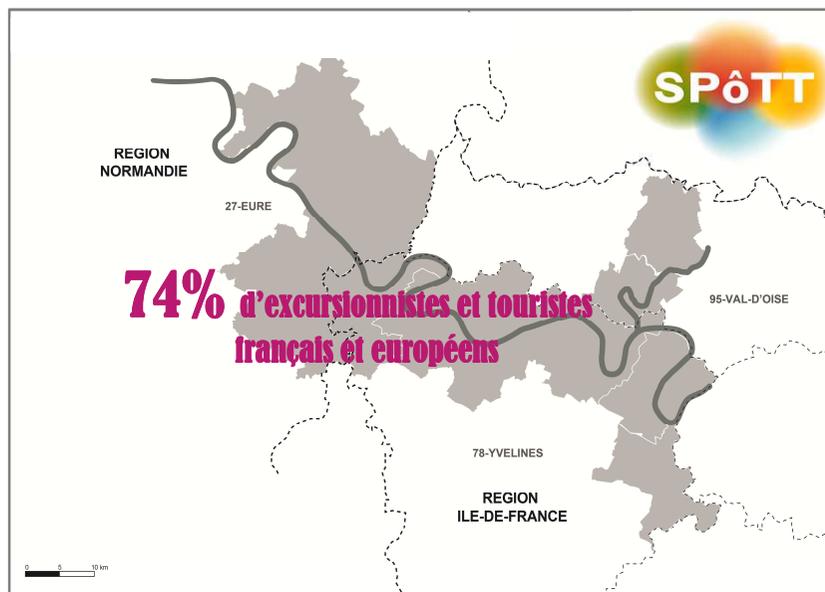
Les visiteurs du SPÔTT viennent donc en majorité de France et d'Europe (79%).

\*sans double compte : les visiteurs ayant visité plusieurs sites ne sont comptabilisés qu'une seule fois

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.1. PROFIL TYPE DE LA CLIENTELE

### ORIGINE DES VISITEURS



#### Analyse et commentaires :

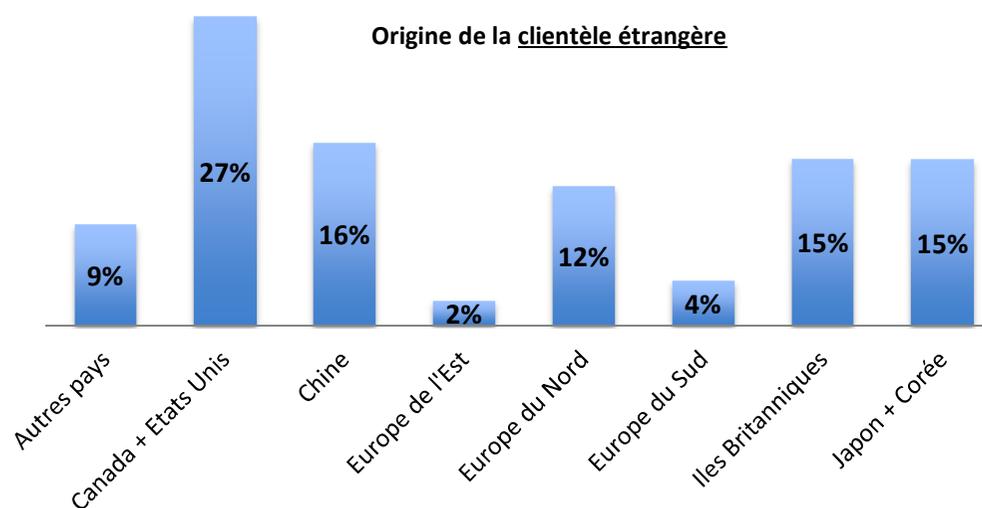
**Les excursionnistes français (hors habitants du SPÔTT) et les touristes européens et français représentent 74% du total des visiteurs du territoire SPÔTT Seine Aval. 26% des touristes sont des étrangers non européens.**

A titre comparatif, la région Ile-de-France attire 83% de touristes français et européens et 17% de touristes étrangers non européens (Source : Enquête « aux frontières », CRT Paris IdF 2016).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.1. PROFIL TYPE DE LA CLIENTELE

### ORIGINE DES VISITEURS ETRANGERS



#### Analyse et commentaires :

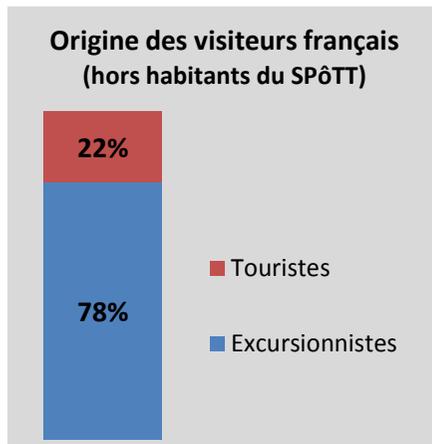
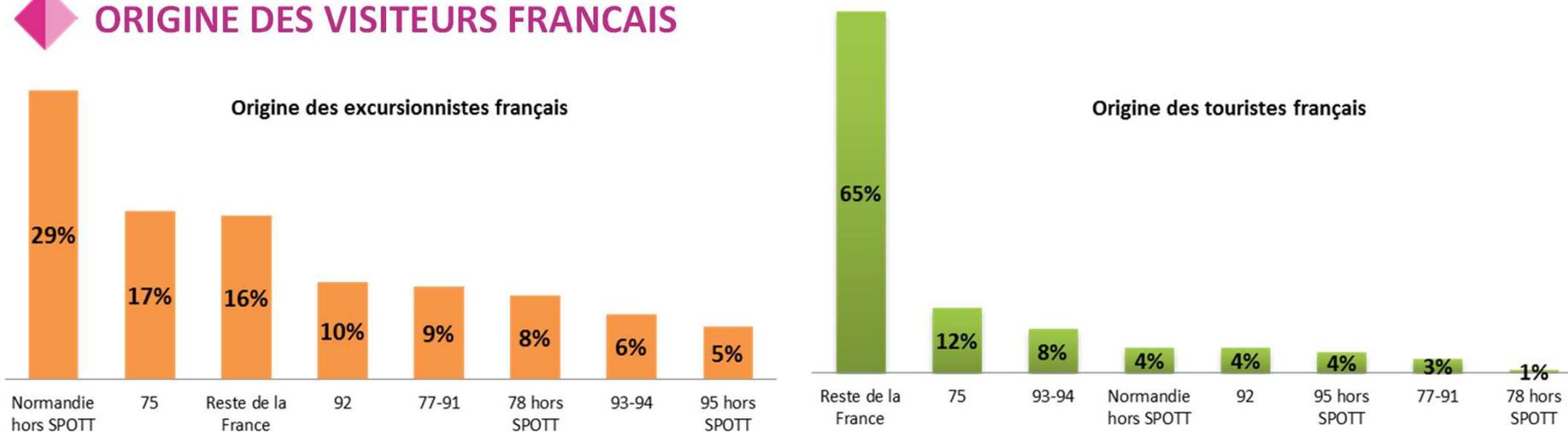
Parmi les 31% de visiteurs étrangers, la clientèle majoritaire vient d'Amérique du Nord (Canada et Etats-Unis, 27%). Puis, les Chinois, les visiteurs des îles britanniques et les Japonais/Coréens sont représentés à quasi égalité à environ 15%. Viennent ensuite les Européens du Nord à 12% et enfin très faiblement les Européens du Sud (4%).

Pour l'ensemble de la destination région Ile-de-France, les taux de représentation se ressemblent sur la clientèle majoritaire, représentée par les Britanniques (10,6%) et les Américains (10,4%). Par contre la 3<sup>e</sup> clientèle de la région est représentée par les visiteurs d'Europe du Sud (Espagne et Italie : 14,8%), puis par la Belgique (6,5%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.1. PROFIL TYPE DE LA CLIENTELE

### ORIGINE DES VISITEURS FRANCAIS



#### Analyse et commentaires :

La grande majorité des visiteurs français (hors habitants du SPOTT) sont des **excursionnistes (78%)**, et 22% sont des **touristes**.

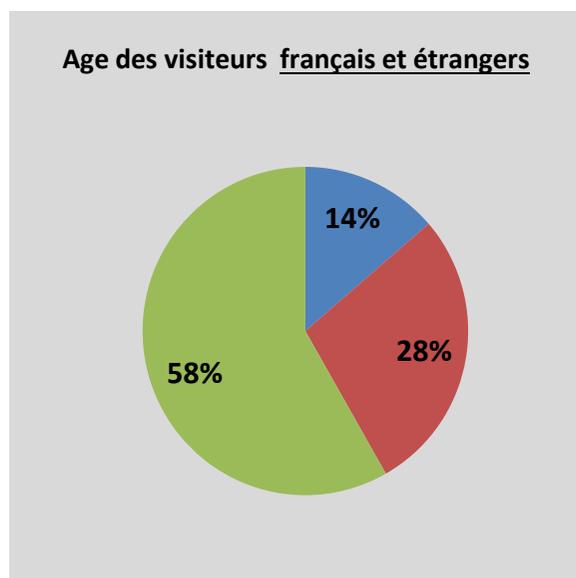
Sur ces 78% de visiteurs français excursionnistes, plus de la moitié (55%) viennent d'Ile-de-France et 29% de Normandie. Les visiteurs du reste de la France représentent une minorité à 16%.

Parmi les **touristes français**, seule une minorité de visiteurs est issue des régions Ile-de-France et de Normandie (35%, dont 31 pour l'Ile-de-France et 4% pour la Normandie). **Pour les 2/3 des visiteurs, ceux-ci viennent du reste de la France (65%)** sans détail sur leur origine régionale.

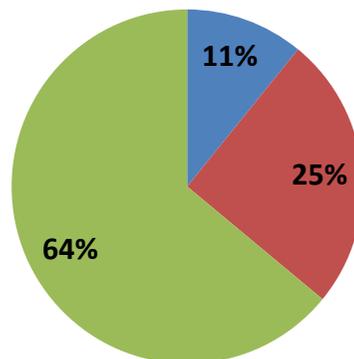
# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.1. PROFIL TYPE DE LA CLIENTELE

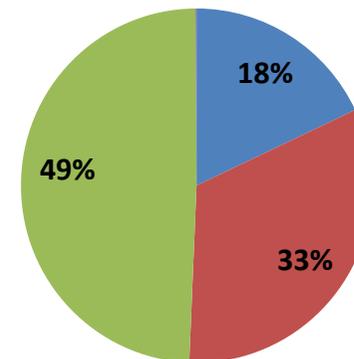
### AGE DES VISITEURS



Age des visiteurs français



Age des visiteurs étrangers



■ 18 à 29 ans ■ 30 à 49 ans ■ 50 ans et plus

#### Analyse et commentaires :

De manière générale, les visiteurs sont globalement âgés, avec une **forte proportion de visiteurs de 50 ans et + (58%)**.

Les **visiteurs français sont globalement beaucoup plus âgés (64%)** que les visiteurs étrangers (49%).

Par contre, concernant les visiteurs de 18 à 29 ans, ils sont plus nombreux chez les visiteurs étrangers (18%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.1. PROFIL TYPE DE LA CLIENTELE

### CATEGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES (CSP) DES VISITEURS

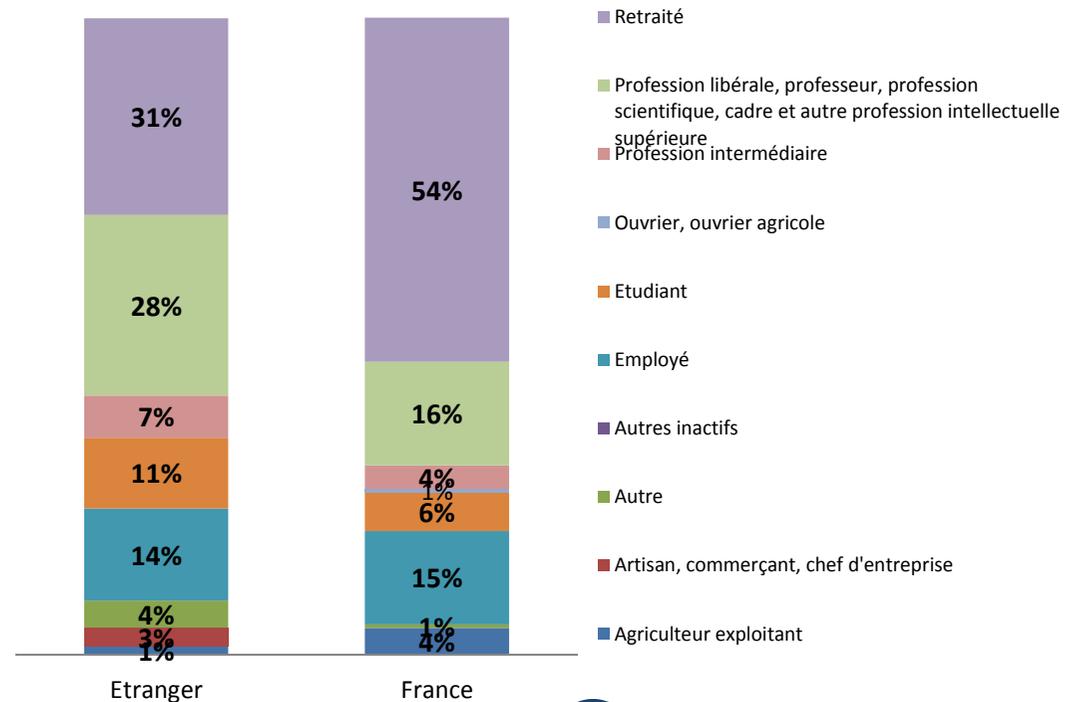
#### Analyse et commentaires :

De manière générale, **les visiteurs sont des retraités.**

**La proportion de retraités est cependant beaucoup plus forte pour les visiteurs français, avec plus de la moitié des visiteurs (54%, contre 31% pour les étrangers).**

Parmi les étrangers, la répartition est plus équilibrée entre les retraités (31%) et les actifs (env. 30%).

Répartition des visiteurs par CSP

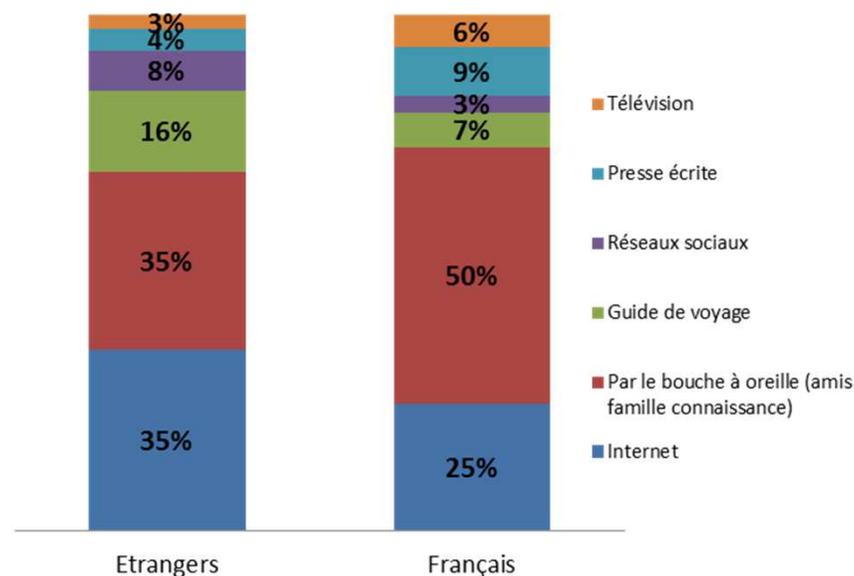


# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.2. ORGANISATION DU SEJOUR

### ORGANISATION DU VOYAGE

Par quel moyen avez-vous découvert la destination Vallée de Seine ?



#### Analyse et commentaires :

**Les visiteurs étrangers ont connu la destination Vallée de Seine principalement par Internet et les réseaux sociaux (42%), ainsi que par le bouche à oreille (35%).**

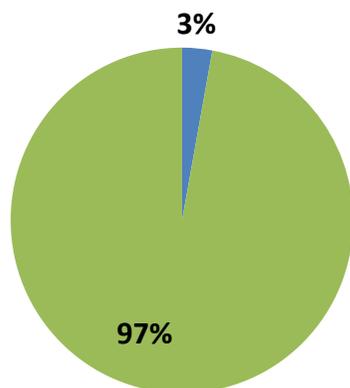
**Quant aux visiteurs français, si Internet et les réseaux sociaux occupent une place importante (28%), c'est le bouche à oreille qui constitue leur principale source de connaissance de la destination (50%).**

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

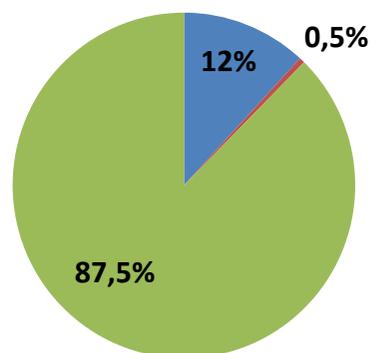
## 3.2. ORGANISATION DU SEJOUR

### ORGANISATION DU VOYAGE

Organisation du voyage  
Visiteurs français



Organisation du voyage  
Visiteurs étrangers



- En voyage organisé par Bus / Autocar
- En voyage organisé par Croisière fluviale
- Individuel (autonome)

#### Analyse et commentaires :

**La quasi-totalité des visiteurs français voyagent de manière autonome, en individuel (97%).**

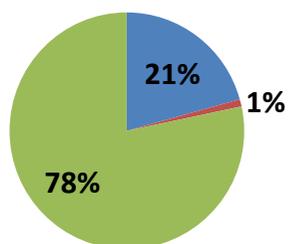
**Pour les étrangers, le voyage individuel reste également majoritaire (87,5%), mais la part des visiteurs voyageant en circuit organisé (croisière fluviale et bus/autocar) est significative (12,5%).**

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

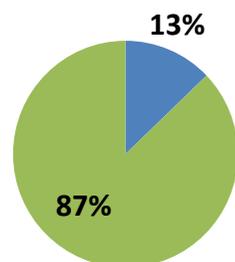
## 3.2. ORGANISATION DU SEJOUR

### ORGANISATION DU VOYAGE DES ETRANGERS

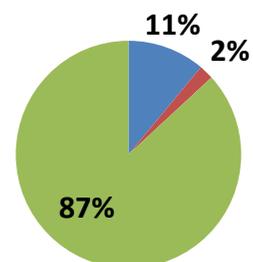
Amérique du Nord



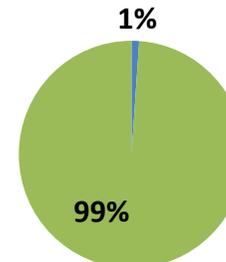
Chine



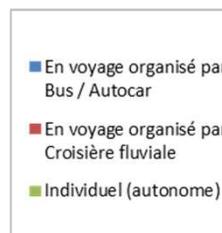
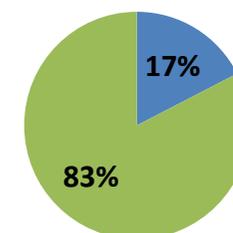
Europe du Nord



Iles Britanniques



Japon - Corée



#### Analyse et commentaires :

Parmi les étrangers, les visiteurs issus d'Amérique du Nord sont ceux qui partent le plus en voyage organisé (22%), suivi par les visiteurs du Japon et de la Corée (17%), et des Chinois à égalité avec les visiteurs d'Europe du Nord (13%).

Les Britanniques voyagent principalement en mode individuel.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.2. ORGANISATION DU SEJOUR

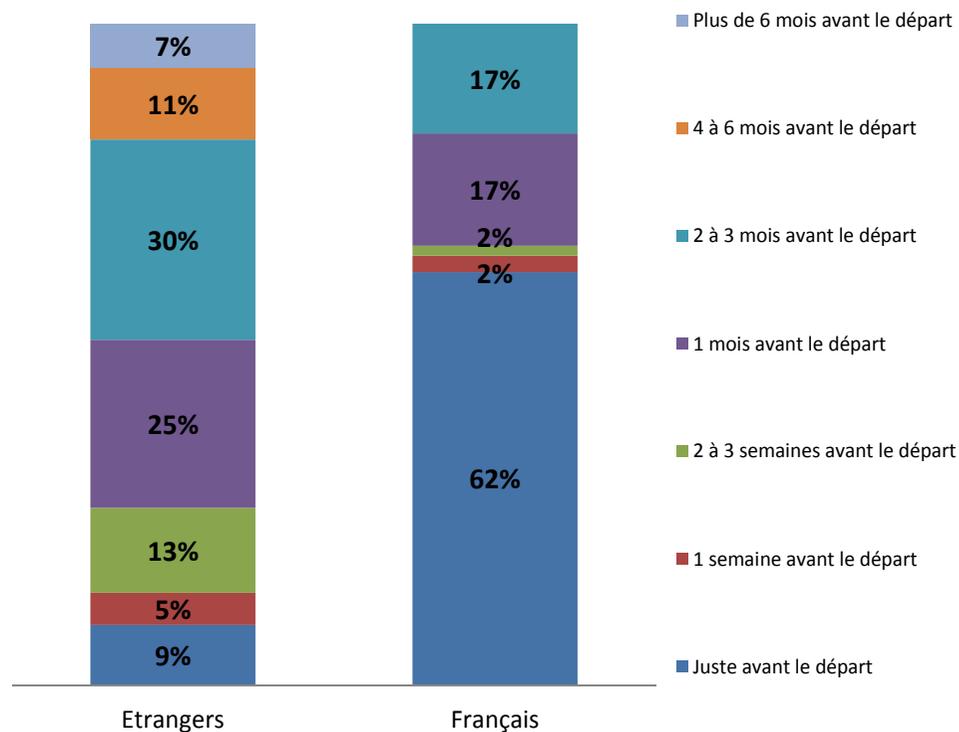
### RESERVATION DU SEJOUR

#### Analyse et commentaires :

Parmi les français, dans 2/3 des cas, les visiteurs réservent au maximum 1 mois avant.

Les visiteurs étrangers s’y prennent globalement plus en avance : les 2/3 de ceux-ci réservent au minimum 1 mois avant.

Date de réservation du voyage par origine des visiteurs



# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

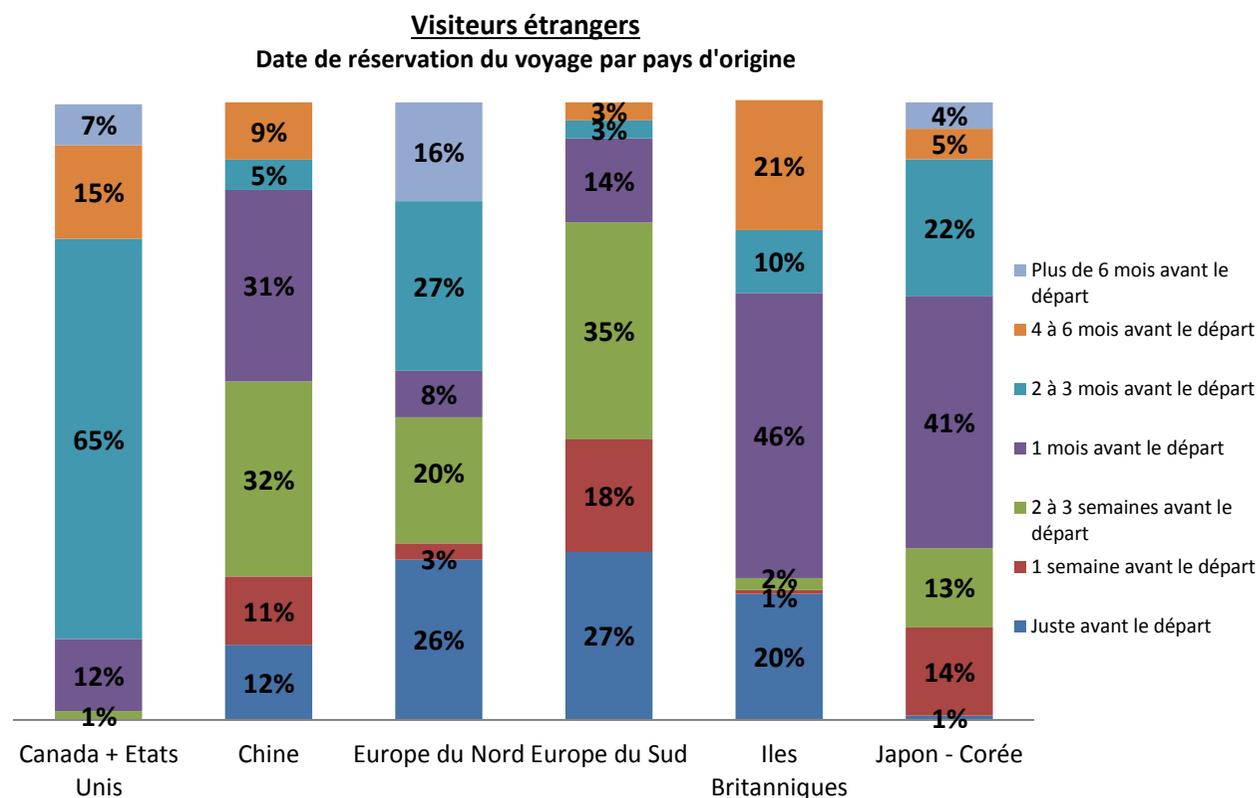
## 3.2. ORGANISATION DU SEJOUR

### RESERVATION DU SEJOUR SELON LE PAYS D'ORIGINE

#### Analyse et commentaires :

Selon les nationalités :

- Ceux qui s'y prennent le plus longtemps à l'avance avec une date de **réservation à 2 mois et plus** sont les visiteurs d'**Amérique du Nord** (87%), puis **d'Europe du Nord** (43%), des **Îles Britanniques** et du **Japon/Corée** (31%).
- Les **Chinois** (86%) et les visiteurs **d'Europe du Sud** (94%) s'y prennent quant à eux majoritairement **au dernier moment, au maximum 1 mois avant le départ.**



# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

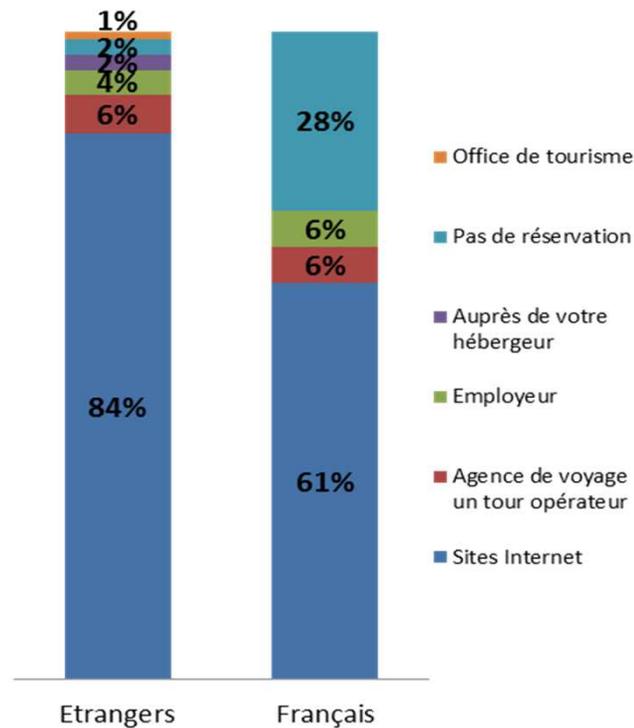
## 3.2. ORGANISATION DU SEJOUR

### MODE DE RESERVATION DU SEJOUR

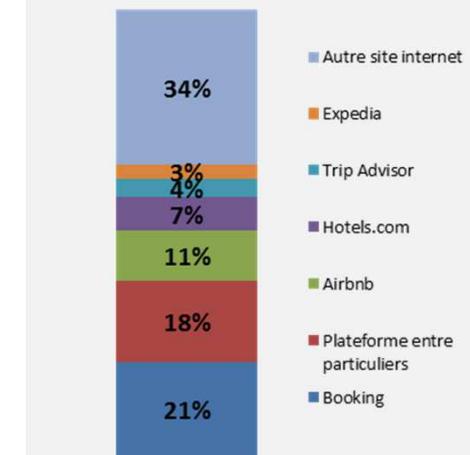
#### Analyse et commentaires :

- Les visiteurs réservent principalement sur Internet :
  - > 84% des étrangers et 61% des Français
- Parmi les sites Internet les plus cités : les plateformes entre particuliers, Booking, Airbnb, Hotels.com

Mode de réservation du séjour



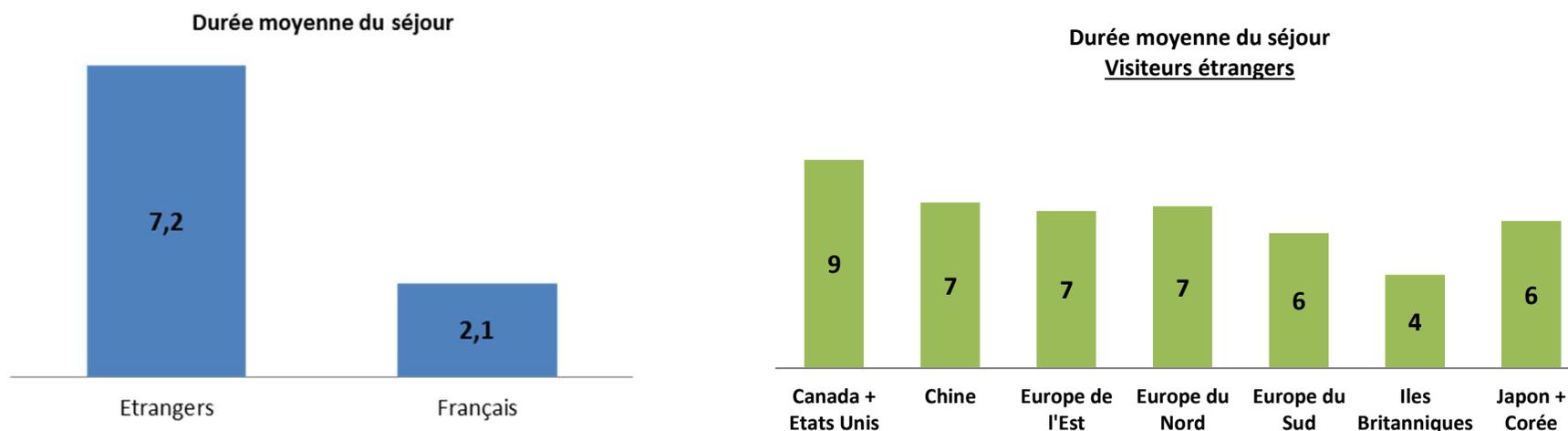
Principaux sites Internet de réservation du séjour



# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.2. ORGANISATION DU SEJOUR

### DUREE MOYENNE DU SEJOUR



#### Analyse et commentaires :

Globalement, la durée totale du séjour (en et hors SPôTT) des visiteurs étrangers est presque 3 fois plus longue (7,2 nuitées) que celle des français (2,1 nuitées), soit **une moyenne de 6,4 nuitées pour l'ensemble des visiteurs.**

Les visiteurs issus **d'Amérique du Nord** sont ceux qui ont une durée de séjour la plus longue avec une moyenne de 9 nuitées. Les visiteurs des **Iles Britanniques** ont au contraire une durée de séjour la plus courte avec une moyenne de 4 nuitées.

Sur la région Ile-de-France, la durée moyenne du séjour est inférieure à celle du SPôTT (3,7 nuitées), avec une moyenne supérieure pour les visiteurs étrangers (4,5 nuits) que pour les Français (3,2 nuits).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

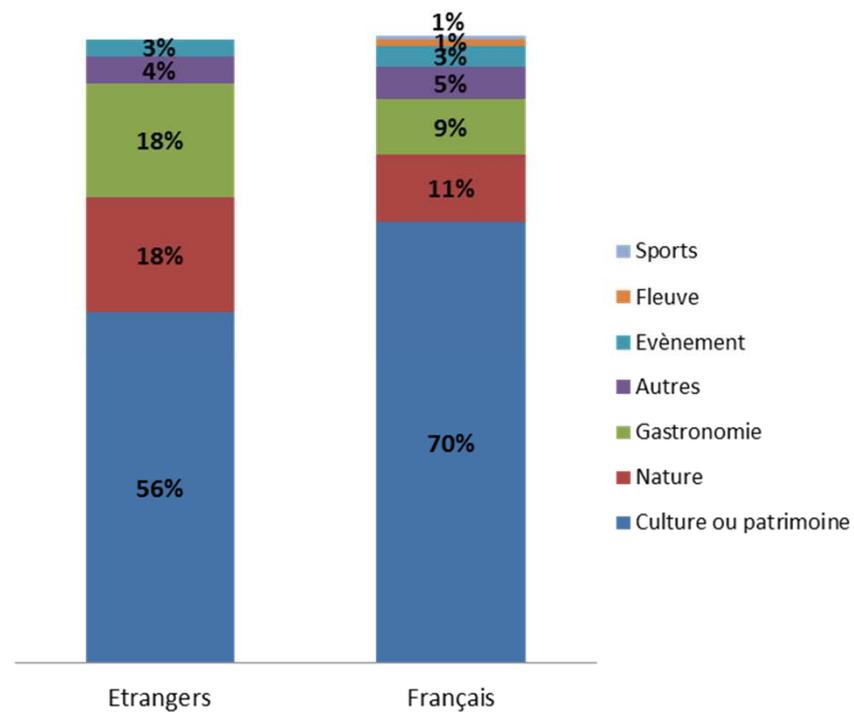
## 3.2. ORGANISATION DU SEJOUR

### MOTIVATION DU SEJOUR

#### Analyse et commentaires :

Les principales activités ayant motivé le séjour des visiteurs sur le territoire SPôTT Seine Aval sont celles liées à la culture et au patrimoine (56% pour les étrangers et 70% pour les Français), à la nature (18% pour les étrangers, 11% pour les Français), et à la gastronomie (18% pour les étrangers, 9% pour les Français).

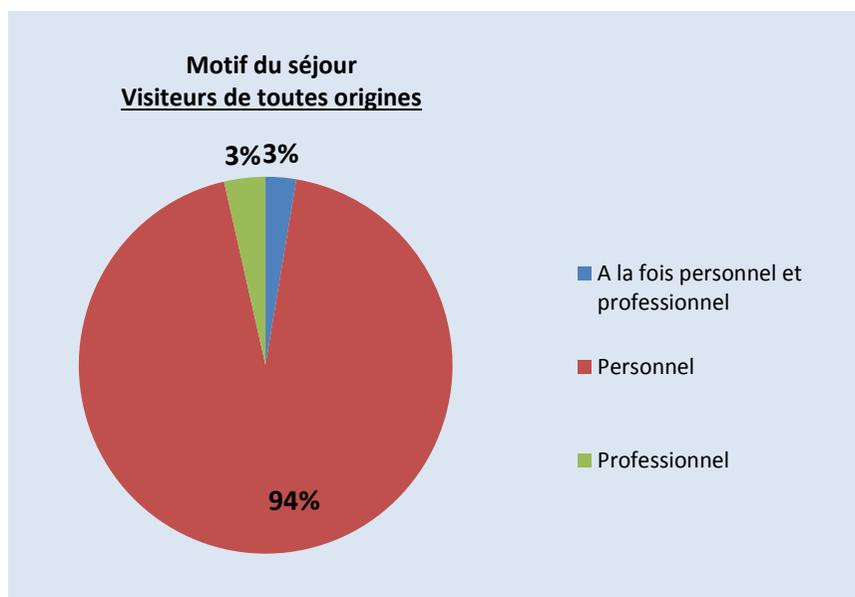
Activités ayant motivé le séjour en Vallée de Seine



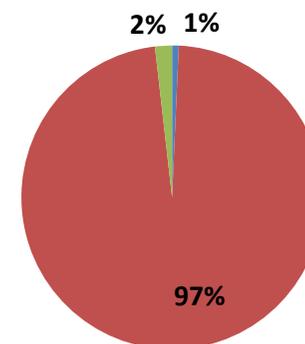
# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.2. ORGANISATION DU SEJOUR

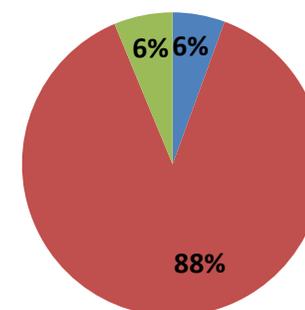
### MOTIF DU SEJOUR



#### Visiteurs français



#### Visiteurs étrangers



#### Analyse et commentaires :

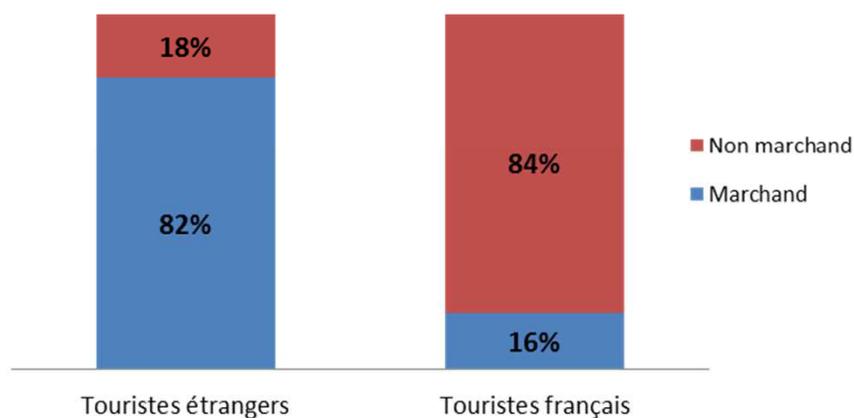
La majorité des visiteurs du territoire SPôTT Seine Aval effectue leur séjour pour un motif personnel (94%), et ce d'autant plus pour les français (97%), que pour les étrangers (88%). La part des visiteurs étrangers ayant un motif de séjour professionnel et/ou personnel et professionnel est relativement significatif (12%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

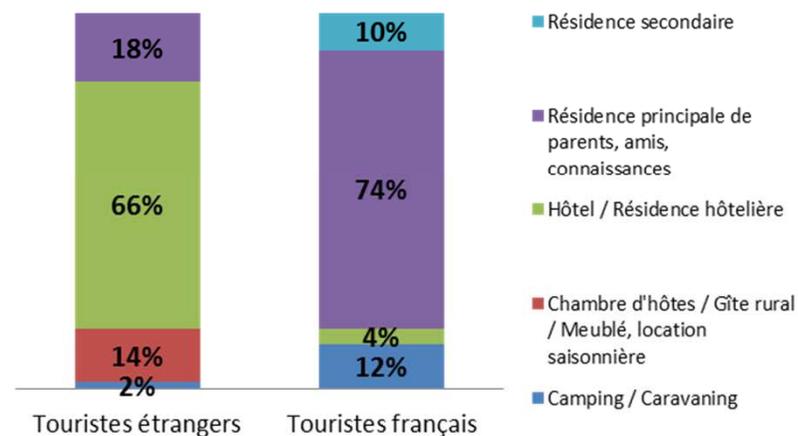
## 3.3. HEBERGEMENT

### MODE D'HEBERGEMENT SELON L'ORIGINE DES VISITEURS

Répartition hébergement marchand/non marchand



Répartition par type d'hébergement



#### Analyse et commentaires :

**La majorité des touristes français visitant le territoire SPÔTT réside dans des hébergements non marchands (84%).**

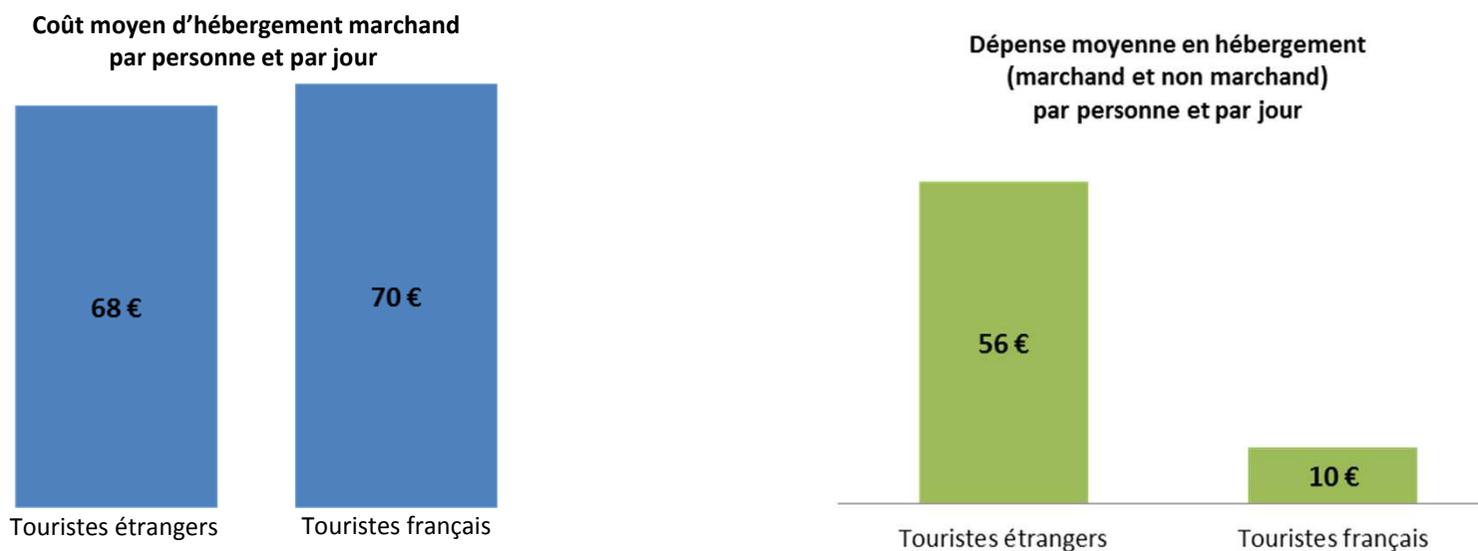
L'enquête sur l'Île-de-France présente un solde quelque peu différent (47%).

**Pour les étrangers, dans 82% des cas, ceux-ci résident dans des hébergements marchands, ce qui coïncide avec l'enquête sur l'Île-de-France qui donne un ratio de 83%.**

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.3. HEBERGEMENT

### ◆ COÛT MOYEN DE L'HEBERGEMENT



#### Analyse et commentaires :

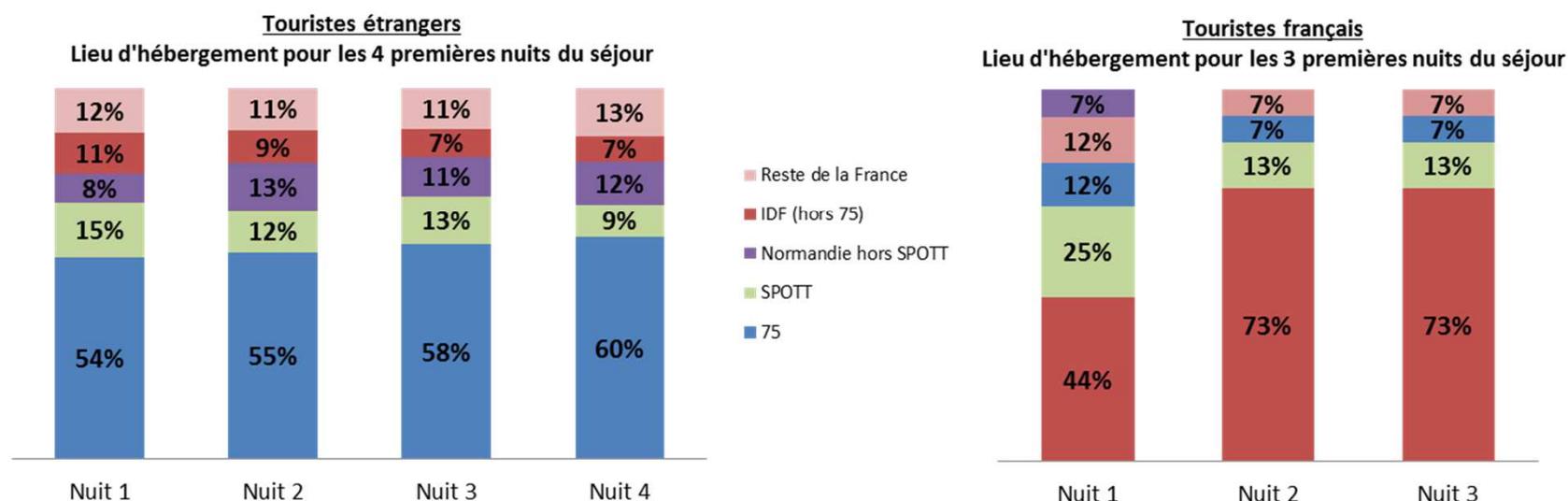
**Le coût moyen d'hébergement marchand des touristes français (70 €) est sensiblement le même que celui des étrangers (68 €).** Il correspond aux coûts pratiqués de manière générale en Ile-de-France, selon les types d'établissement.

Par contre, la **dépense moyenne en hébergement des touristes français (10 €)** est beaucoup plus faible, du fait que ceux-ci dorment majoritairement en hébergement non marchand (résidence secondaire, chez parents ou amis), que celle des **étrangers (56 €)**.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.3. HEBERGEMENT

### DECOMPOSITION DU SEJOUR



#### Analyse et commentaires :

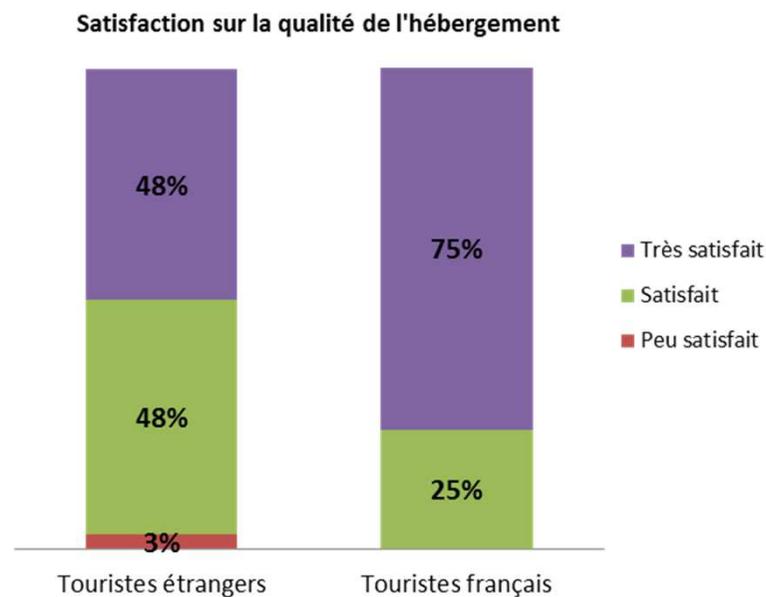
**Les visiteurs étrangers visitant le SPÔTT séjournent principalement à Paris** (pour 50% à 60% d'entre eux), et ce, peu importe à quel moment de leur séjour. Plus de 10% d'entre eux dorment sur le SPÔTT au cours des 3 premières nuits de leur séjour. **Sur un séjour moyen de 7,2 nuitées au total, les étrangers passent généralement 4,3 nuitées sur Paris et 1 nuitée sur le SPOTT.**

**Les Français**, quant à eux, séjournent moins sur Paris (12% la première nuit), **au profit du territoire SPÔTT lui-même (25% d'entre eux la première nuit)**. La majorité d'entre eux dort ailleurs en Ile-de-France (principalement dans les Yvelines hors SPÔTT et dans les Hauts-de-Seine). **Sur un séjour moyen de 2,1 nuitées, les touristes français passent 1 nuitée en Ile-de-France (hors SPÔTT), 0,3 nuitée sur le SPOTT et 0,8 nuitée en dehors de l'Ile-de-France.**

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.3. HEBERGEMENT

### SATISFACTION SUR LA QUALITE DES HEBERGEMENTS



#### Analyse et commentaires :

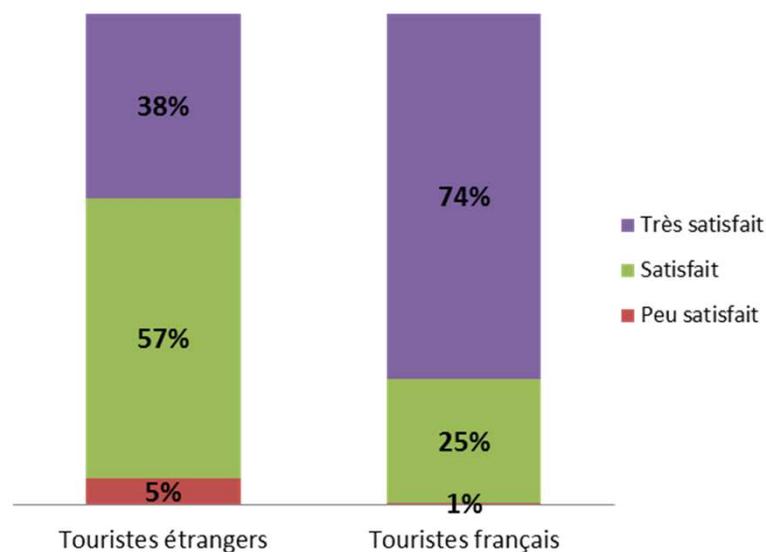
De manière globale, **les touristes sont tous « satisfaits ou très satisfaits » de la qualité des hébergements du territoire SPÔTT Seine Aval (97%)**. Les Français sont cependant plus satisfaits (75% de « très satisfaits ») que les étrangers (48%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.3. HEBERGEMENT

### SATISFACTION SUR LE PRIX DES HEBERGEMENTS

Satisfaction sur le prix de l'hébergement marchand



#### Analyse et commentaires :

Les touristes sont globalement satisfaits du prix des hébergements sur le territoire du SPÔTT.

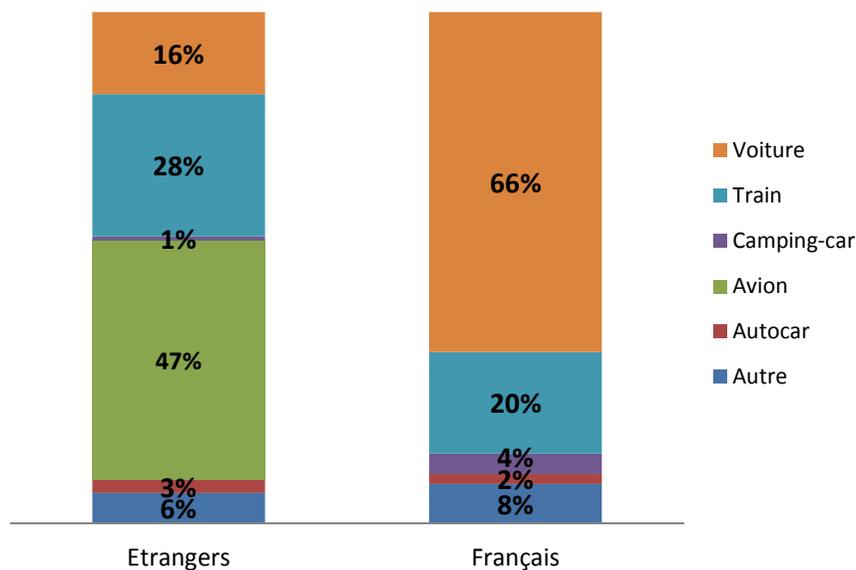
Si les Français sont majoritairement très satisfaits (74%), **les étrangers se montrent un plus sévères avec seulement 38% de visiteurs très satisfaits et 5% de peu satisfaits.**

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.4. TRANSPORT

### PRINCIPAL MODE DE TRANSPORT POUR ARRIVER SUR LE LIEU DU SEJOUR

Principal mode de transport pour arriver sur le lieu du séjour



#### Analyse et commentaires :

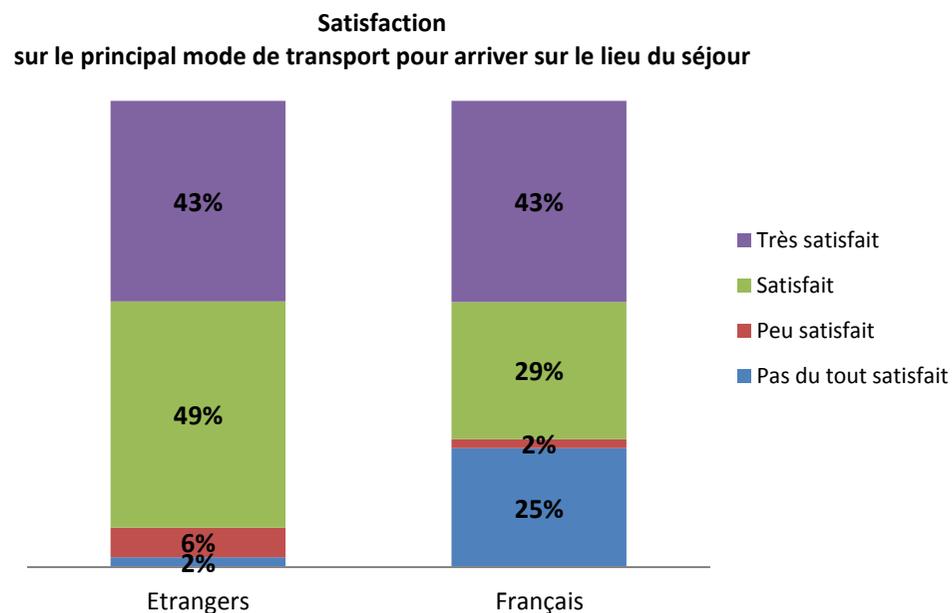
Pour arriver sur le lieu du séjour, **les Français utilisent principalement leur voiture (66%), puis le train (20%)**, les autres moyens de transports restant peu significatifs.

**Les étrangers arrivent majoritairement par avion (47%), puis en train (28%) et enfin en voiture (16%).**

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.4. TRANSPORT

### SATISFACTION SUR LE PRINCIPAL MODE DE TRANSPORT



#### Analyse et commentaires :

La majorité des visiteurs se montrent très satisfaits (43%) sur le mode de transport pour arriver sur le lieu de séjour, à part égale pour les visiteurs étrangers et français (43%).

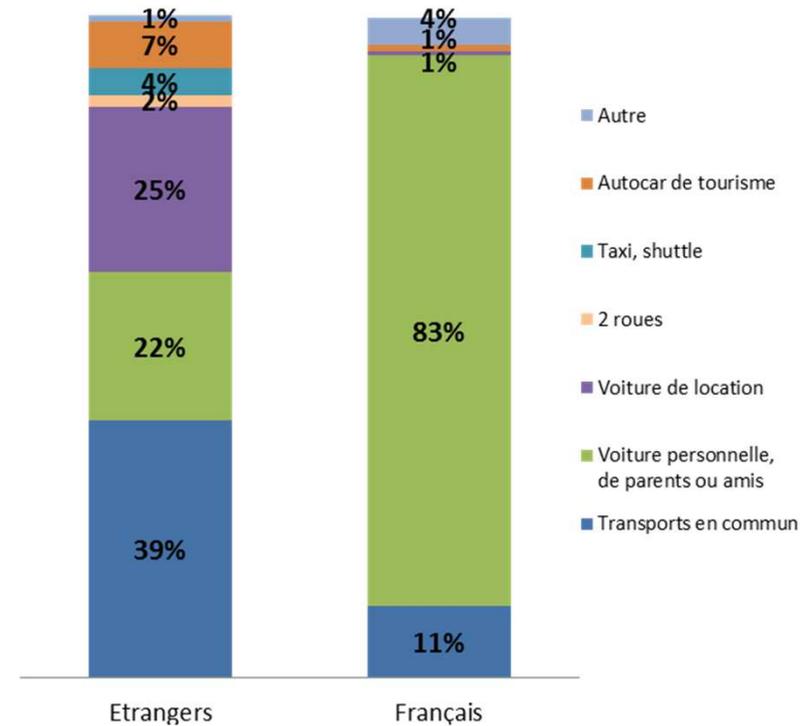
Les visiteurs étrangers sont globalement plus satisfaits que leur homologues français avec seulement 8% de peu ou pas du tout satisfait contre 27% pour les Français.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.4. TRANSPORT

### MODE DE TRANSPORT UTILISE POUR REJOINDRE LE LIEU D'ACTIVITE

Mode de transport utilisé jusqu'au lieu d'activité



#### Analyse et commentaires :

Pour rejoindre le lieu d'activité, **les Français utilisent majoritairement leur véhicule personnel (83%)**, puis en second lieu les transports urbains (11%).

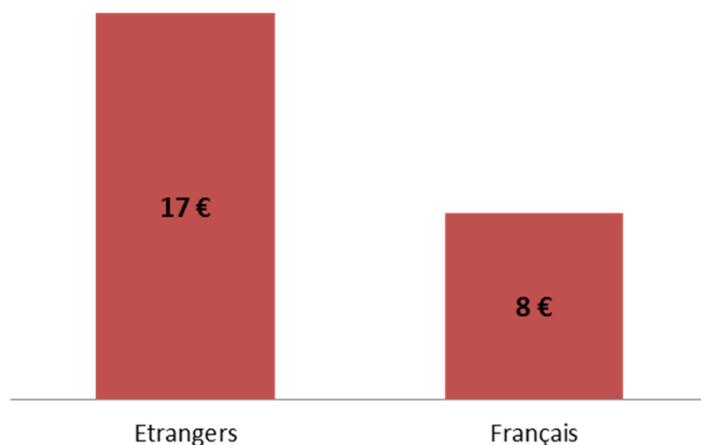
La répartition des transports utilisés par **les visiteurs étrangers est plus équilibrée avec une majorité d'utilisation des transports urbains (39%)**, puis **des voitures de location (25%)**, à part quasi égale avec des voitures personnelles ou prêtées par des amis et proches (22%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

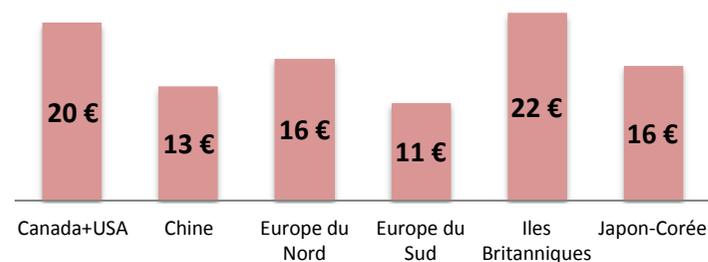
## 3.4. TRANSPORT

### BUDGET MOYEN DE TRANSPORT POUR REJOINDRE LE LIEU D'ACTIVITE

Budget moyen "Transports" par personne et par jour



Visiteurs étrangers  
Budget moyen "Transports" par personne et par jour



#### Analyse et commentaires :

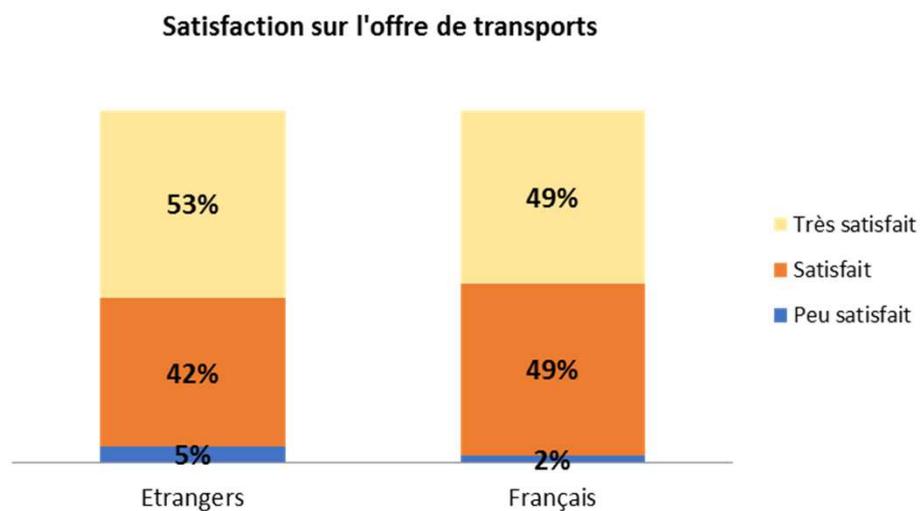
**Pour rejoindre le lieu d'activité, les étrangers dépensent plus de deux fois plus (17 €) que les Français (8 €).**

Parmi les visiteurs étrangers qui dépensent le plus, **les visiteurs des îles Britanniques sont les 1<sup>er</sup> avec 22 € par jour et par personne, suivis par les visiteurs d'Amérique du Nord (20 €).**

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.4. TRANSPORT

### ◆ SATISFACTION SUR L'OFFRE DE TRANSPORT



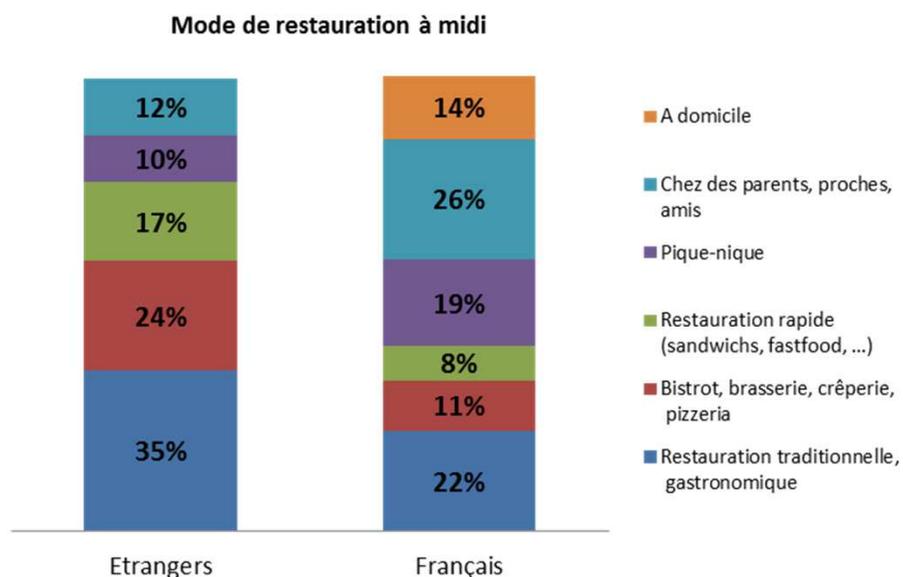
#### **Analyse et commentaires :**

De manière générale, **l'ensemble des visiteurs se montre « très satisfait »** de l'offre de transport jusqu'au lieu d'activité. Le ratio entre les visiteurs « satisfaits » ou « très satisfaits » est quasi égal. Cependant, les visiteurs étrangers sont plus nombreux à être « très satisfaits » de l'offre (53%) que les Français (49%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.5. RESTAURATION

### MODE DE RESTAURATION POUR LE DEJEUNER

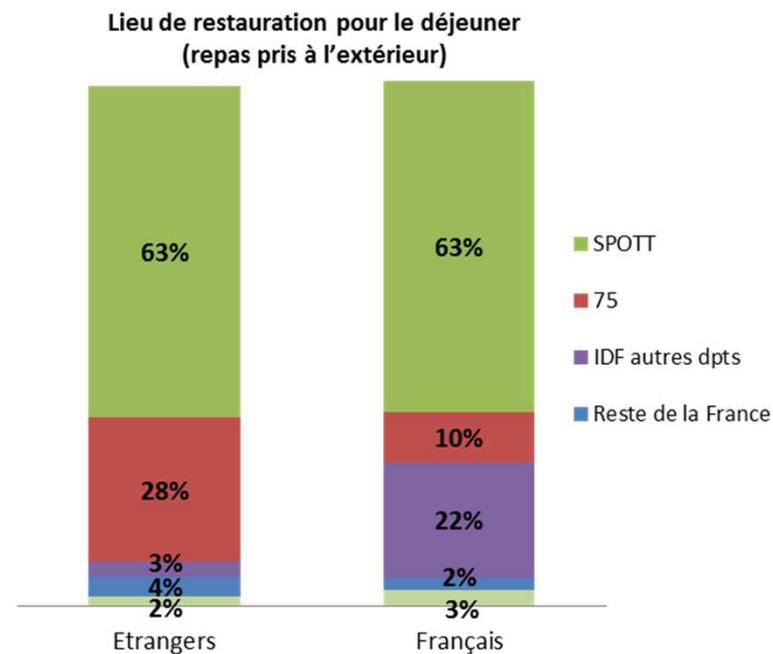


#### Analyse et commentaires :

**Pour leur repas du midi, les Français déjeunent de manière privilégiée chez leurs parents, proches ou amis (26%), puis en restauration traditionnelle/gastronomique (22%), suivi de près par la pratique du pique-nique (19%).**

**Les visiteurs étrangers, quant à eux, ne déjeunent que très peu chez des parents et proches (12%), mais plus majoritairement au restaurant (78%). Ils déjeunent principalement dans les restaurants traditionnels/gastronomiques (35%) et dans les bistrot, brasseries, crêperies, pizzerias (24%).**

### LIEU DE RESTAURATION DU DEJEUNER



#### Analyse et commentaires :

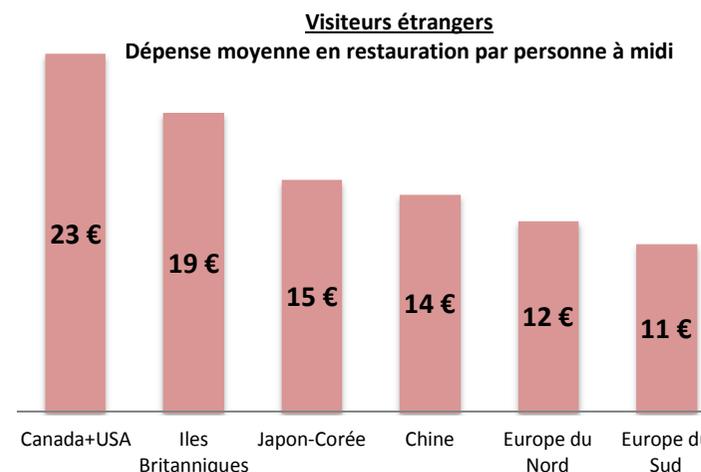
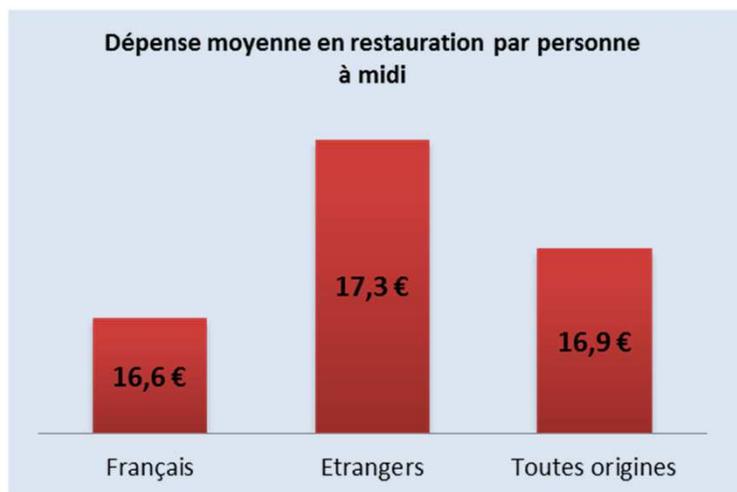
**La majorité des visiteurs du territoire SPÔTT Seine Aval (63%), qu'ils soient Français ou étrangers, déjeune sur le territoire.**

Les étrangers ne restant pas sur le territoire déjeunent quant à eux de manière privilégiée sur Paris (28%). Pour les Français, ils ne sont que 10% à déjeuner sur Paris, et 22% ailleurs en Ile-de-France, principalement dans les Hauts-de-Seine et les Yvelines hors SPÔTT (respectivement 7%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.5. RESTAURATION

### ◆ DEPENSE MOYENNE POUR LA RESTAURATION DU DEJEUNER



#### Analyse et commentaires :

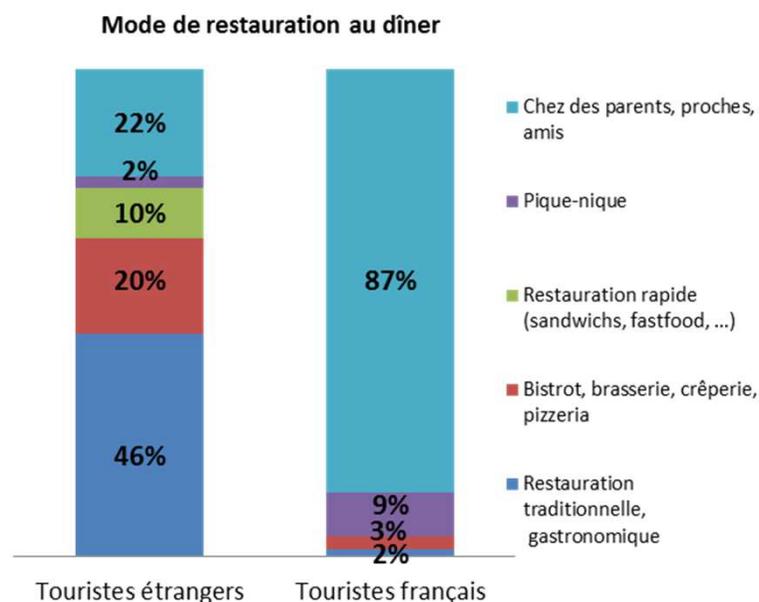
Les visiteurs de toutes origines confondus dépensent en moyenne 17€ par personne pour le repas du midi, pour ceux qui ont choisi de déjeuner en extérieur (hors déjeuner chez les parents, amis).

Les **visiteurs étrangers dépensant le plus pour le déjeuner sont les Nord-Américains (23€ par personne)**, puis les visiteurs des **Iles Britanniques**. Les **Européens du Sud sont ceux qui dépensent le moins (11€)**.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.5. RESTAURATION

### MODE DE RESTAURATION POUR LE DÎNER



#### Analyse et commentaires :

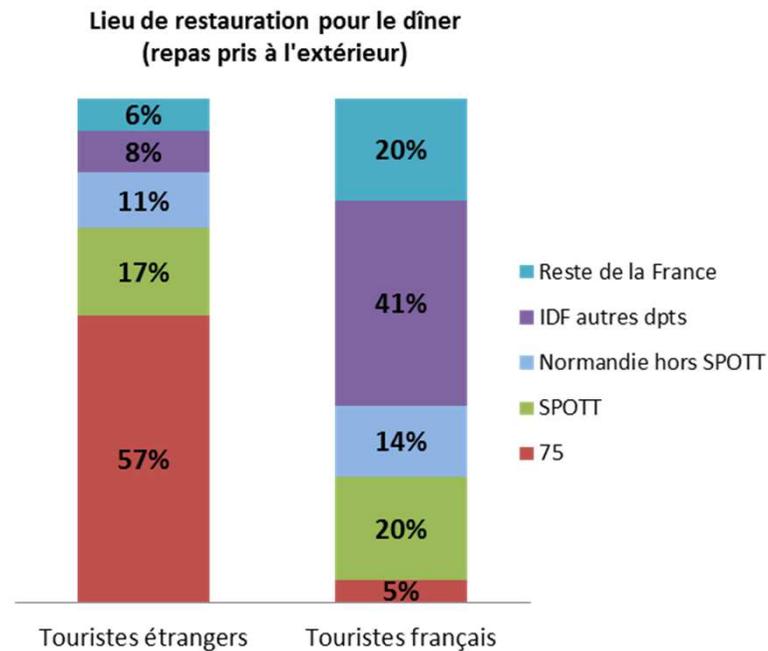
Le soir, près de 90% des visiteurs français dînent chez des parents ou amis ou emportent un pique-nique (9%).

Pour les visiteurs étrangers, les modes de restauration sont plus variés avec une majorité en restaurants traditionnels/ gastronomiques (46%) et bistrots/brasseries (20%), 22% chez des parents ou amis (22%) et 10 % en restauration rapide.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.5. RESTAURATION

### LIEU DE RESTAURATION POUR LE DÎNER



#### Analyse et commentaires :

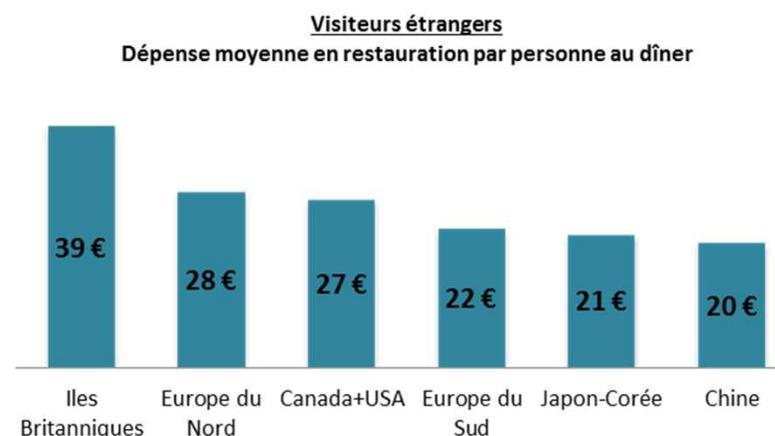
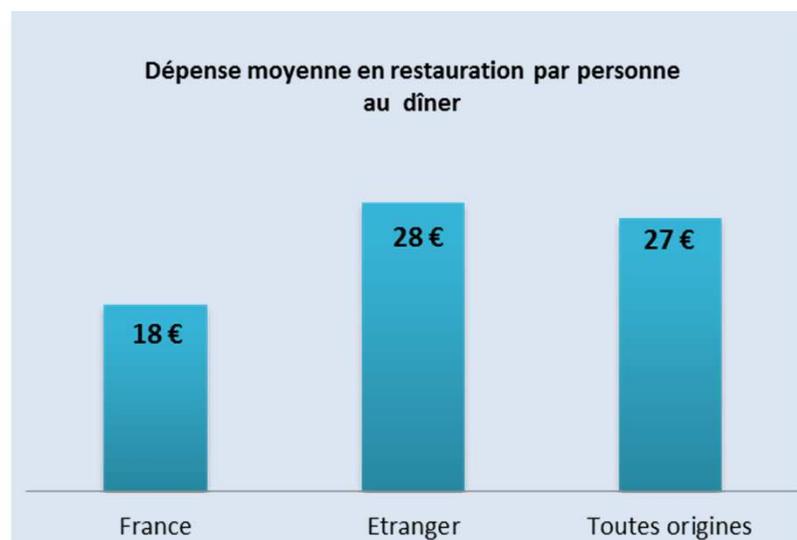
**La majorité des touristes visitant le territoire SPÔTT Seine Aval ne dîne pas sur place** (seulement 17% des étrangers et 20% des Français).

57% des étrangers dînent à Paris, contre seulement 5% des Français qui sont 41% à dîner ailleurs en Ile-de-France.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.5. RESTAURATION

### ◆ DEPENSE MOYENNE POUR LA RESTAURATION DU DINER

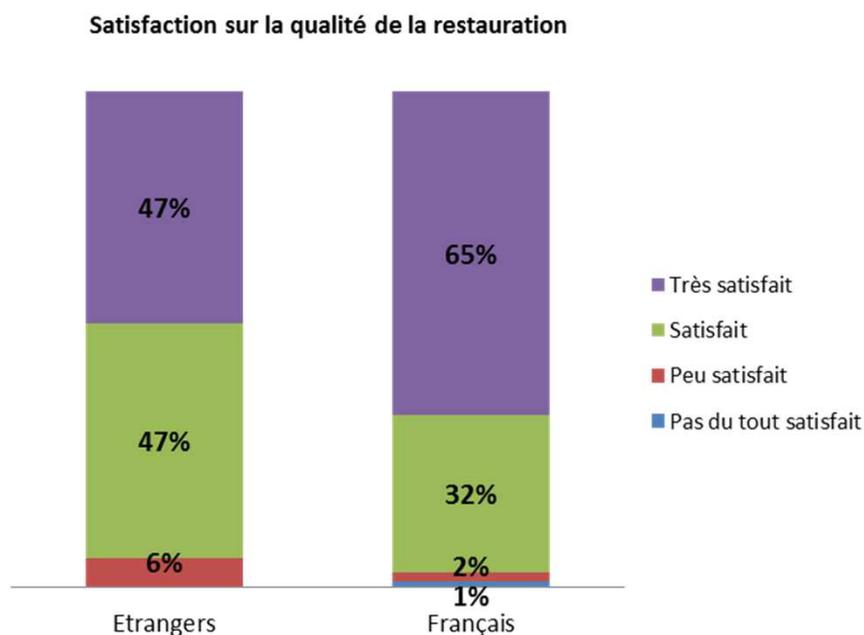


#### Analyse et commentaires :

Parmi les visiteurs du territoire qui dînent en extérieur, la dépense moyenne pour le repas du dîner est de 26 € avec une forte différence entre la dépense moyenne du français (18 €) et celle de l'étranger (27 €).

Parmi les étrangers du territoire, ceux qui dépensent le plus pour le dîner sont les visiteurs des Îles Britanniques (39 €), suivis par, à part quasi égale les Européens du Nord et les Américains du Nord (28 et 27 €).

### SATISFACTION SUR LA QUALITE DE LA RESTAURATION



#### **Analyse et commentaires :**

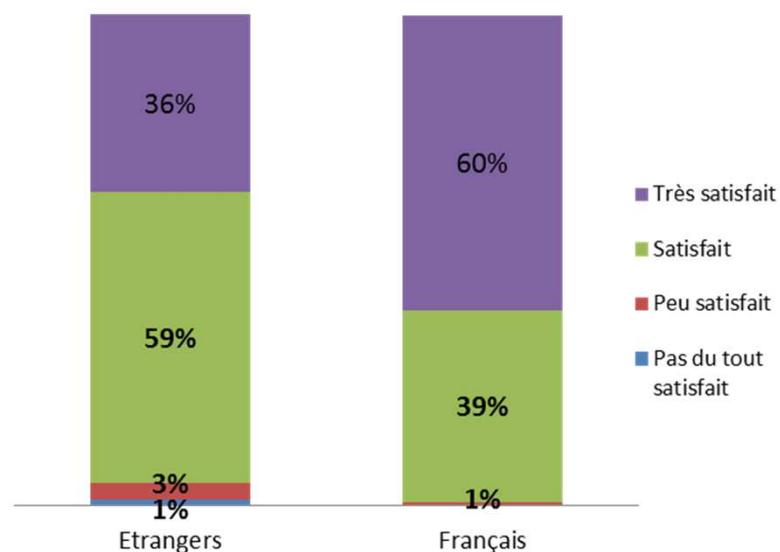
Les visiteurs du territoire SPÔTT Seine Aval sont globalement « très satisfaits » par la qualité de la restauration de leur déjeuner (56%). Cependant, si 2/3 des Français se montrent très satisfaits (65%), seuls la moitié des étrangers répondent à ce même critère (47%)

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.5. RESTAURATION

### SATISFACTION SUR LE PRIX DE LA RESTAURATION

Satisfaction sur le prix de la restauration



#### Analyse et commentaires :

De manière générale, l'ensemble des visiteurs ayant pris un repas sur le territoire SPÔTT Seine Aval sont « satisfaits » ou « très satisfaits » du prix de la restauration.

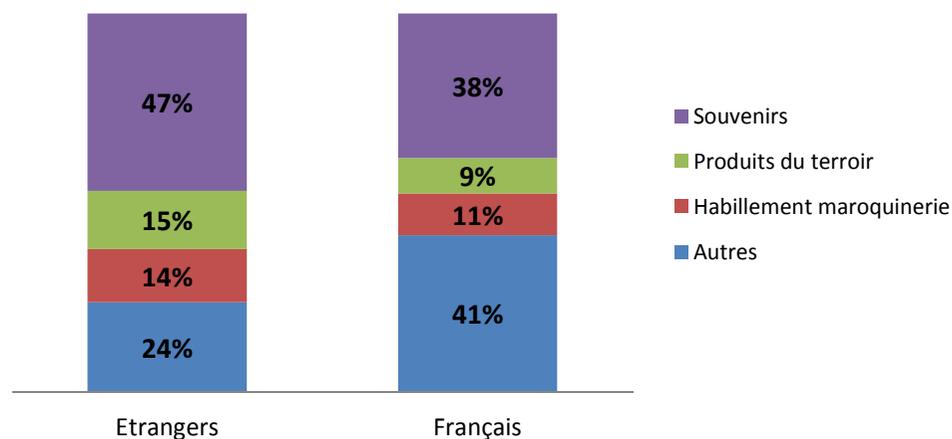
Les Français sont cependant plus nombreux à être « très satisfaits » (60%), que les étrangers (36%). Ces derniers sont 4% à n'être pas satisfaits.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.6. SHOPPING

### REPARTITION DES POSTES DE SHOPPING

Quels produits avez-vous achetés durant votre séjour ?



#### Analyse et commentaires :

De manière générale, les visiteurs du territoire achètent majoritairement des souvenirs, notamment les étrangers (47%).

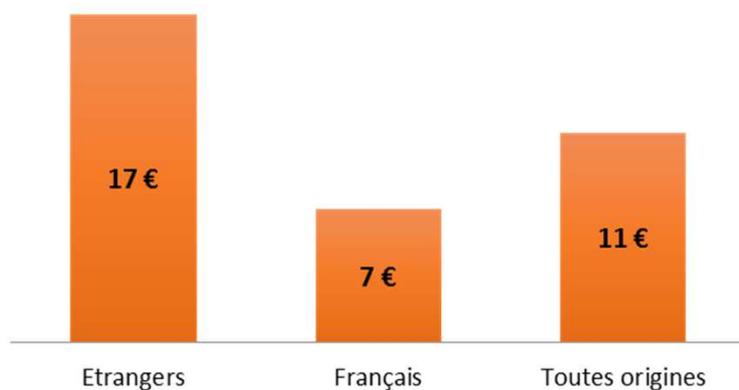
Pour ces derniers, la part des produits du terroir (15%) est quasi égale à celle des produits d'habillement et de maroquinerie (14%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

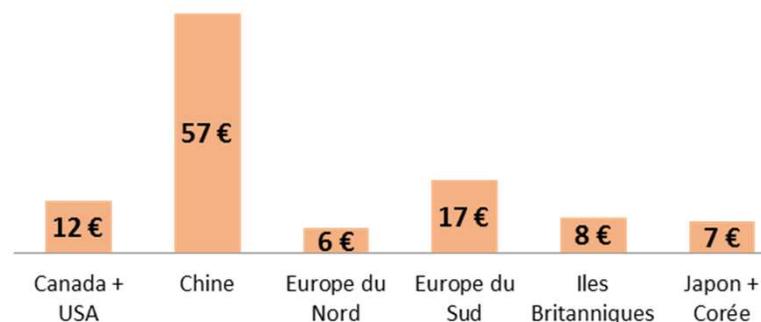
## 3.6. SHOPPING

### BUDGET SHOPPING

Budget moyen "shopping"  
par personne et par jour



Visiteurs étrangers  
Budget moyen "shopping" par personne et par jour



#### Analyse et commentaires :

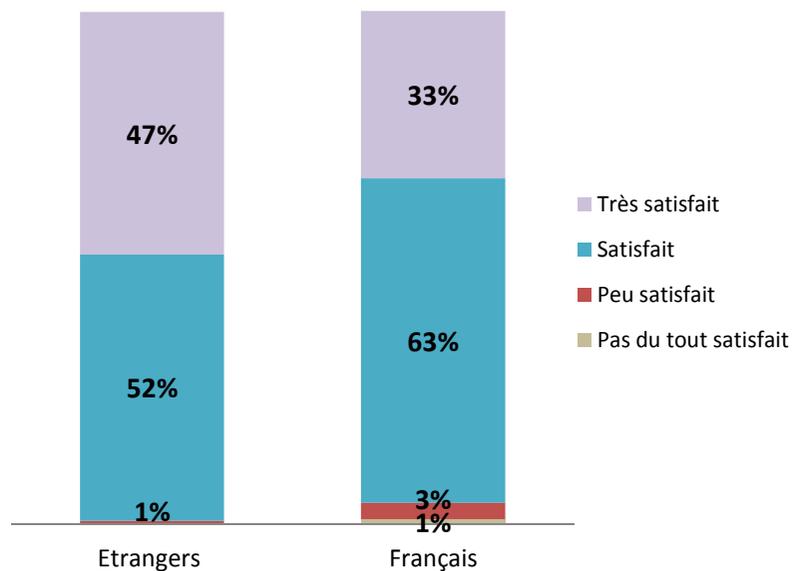
Parmi les visiteurs qui ont effectué ou non des achats, **les étrangers dépensent en moyenne plus de deux fois plus (17€) que les français (7€)**. Parmi les visiteurs étrangers qui dépensent le plus, les Chinois sont largement en tête (57€), suivis par les Européens du Sud (17€) et les Américains du Nord (12€).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.6. SHOPPING

### SATISFACTION SUR L'OFFRE SHOPPING

Satisfaction sur l'offre shopping



#### Analyse et commentaires :

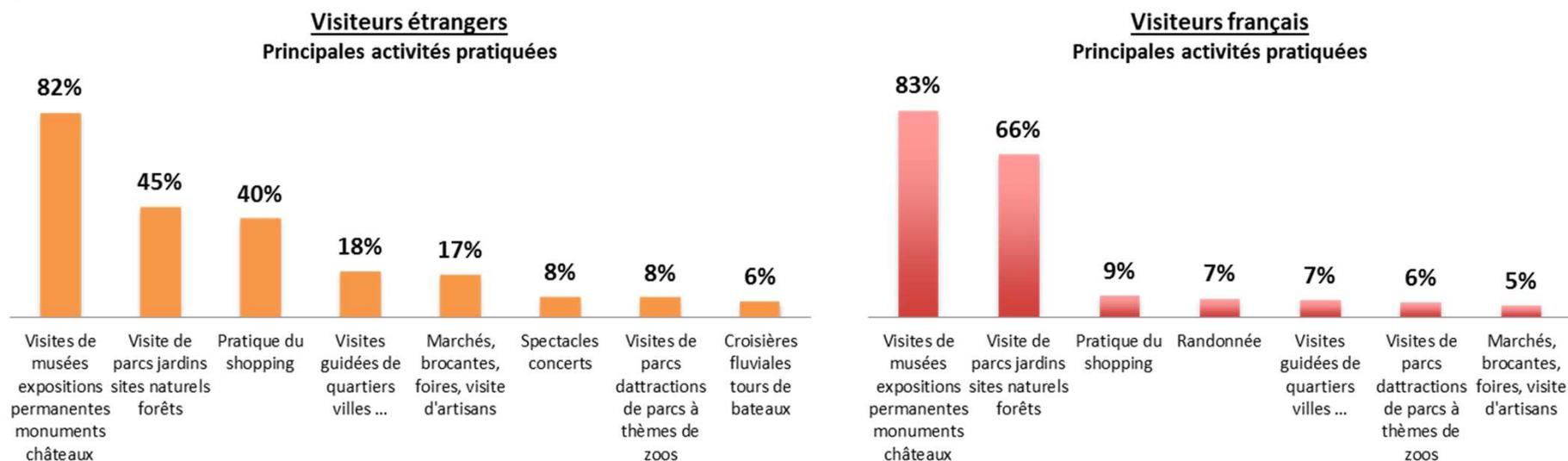
**Concernant l'offre shopping, les visiteurs de la destination sont globalement « satisfaits » (59%).**

Les étrangers sont plus nombreux à se montrer « très satisfaits » (47%) par rapport aux Français (33%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.7. ACTIVITÉS

### REPARTITION DES ACTIVITES PRATIQUEES



#### Analyse et commentaires :

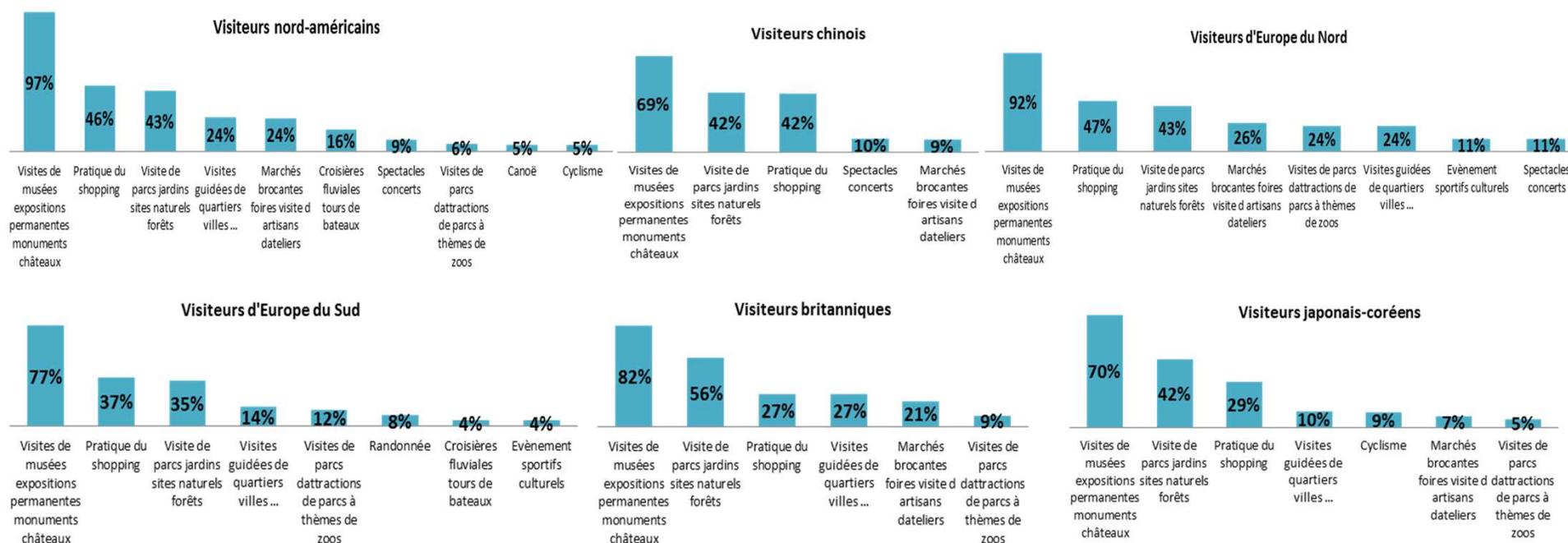
Pour les visiteurs étrangers et français, le top 3 des activités pratiquées sont identiques : visite de musées et monuments (82 et 83%), la visite de parcs et jardins (45 et 66%), puis le shopping (40 et 9%). Pour les visiteurs étrangers, les visites guidées de ville ou quartiers (18%) et la pratique des marchés et brocantes (17%) est significative et intéressante à mentionner.

Sur la région Ile-de-France, la 1<sup>ère</sup> activité pratiquée concerne la visite de musées et monuments (71%), suivie par la promenade en ville (62%), le shopping (42%), la visite des parcs et jardins (36%) et la découverte de la gastronomie française (24%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.7. ACTIVITÉS

### REPARTITION DES ACTIVITES PRATIQUEES PAR LES VISITEURS ETRANGERS



#### Analyse et commentaires :

**Les activités des visiteurs étrangers sont sensiblement les mêmes, quelle que soit leur origine géographique :** les visites de musées et monuments sont en tête, devant la visite de parcs et jardins, la pratique du shopping et les visites guidées de quartiers ou villes.

Les Nord-Américains se distinguent cependant par leur participation à des croisières fluviales (16%), ainsi que les Européens du Sud (4%). Les Japonais-Coréens, les Nord-Américains et les Européens du Sud ont également une pratique sportive notable (canoë, cyclisme, randonnée), et 4% des Européens du Sud participent à des événements sportifs ou culturels.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.7. LIEUX DE VISITE

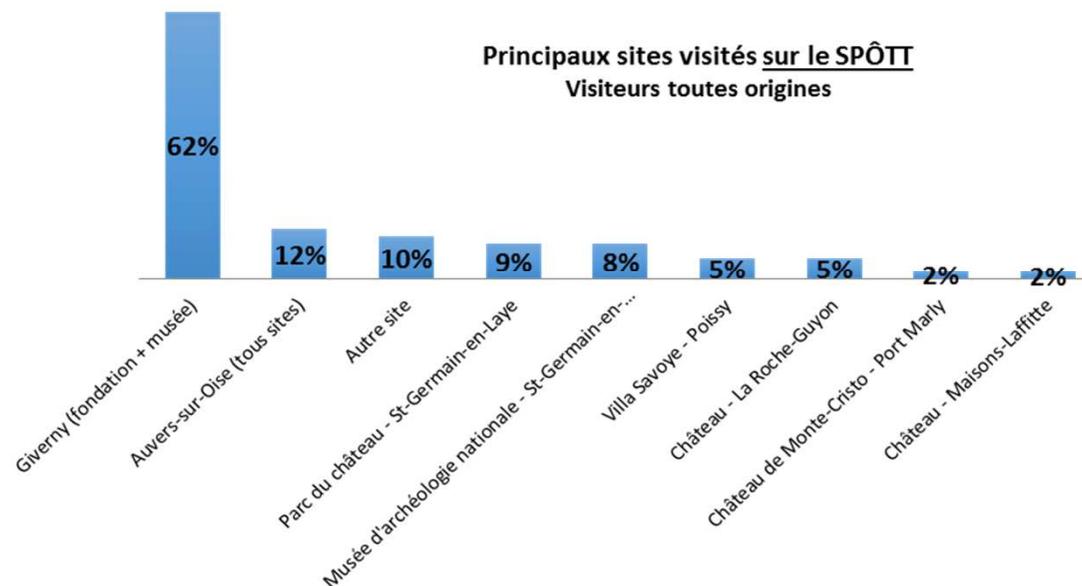
### PRINCIPAUX SITES VISITES TOUS VISITEURS CONFONDUS

#### Analyse et commentaires :

Pour les visiteurs de toutes origines confondues, **le premier site visité sur le SPÔTT est de manière très visible Giverny (musée et fondation confondus) avec 62%.**

Deux grands sites se positionnent par la suite à environ 10% des visites : **Auvers-sur-Oise et le domaine de Saint-Germain-en-Laye.**

Les sites de **Villa Savoye et La Roche-Guyon** sont quant à eux fréquentés par **5% des visiteurs**, tandis que ceux de **Monte-Cristo et Maisons-Laffitte** restent relativement confidentiels à **2%**.



# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.7. LIEUX DE VISITE

### PRINCIPAUX SITES VISITES PAR LES ETRANGERS

#### Analyse et commentaires :

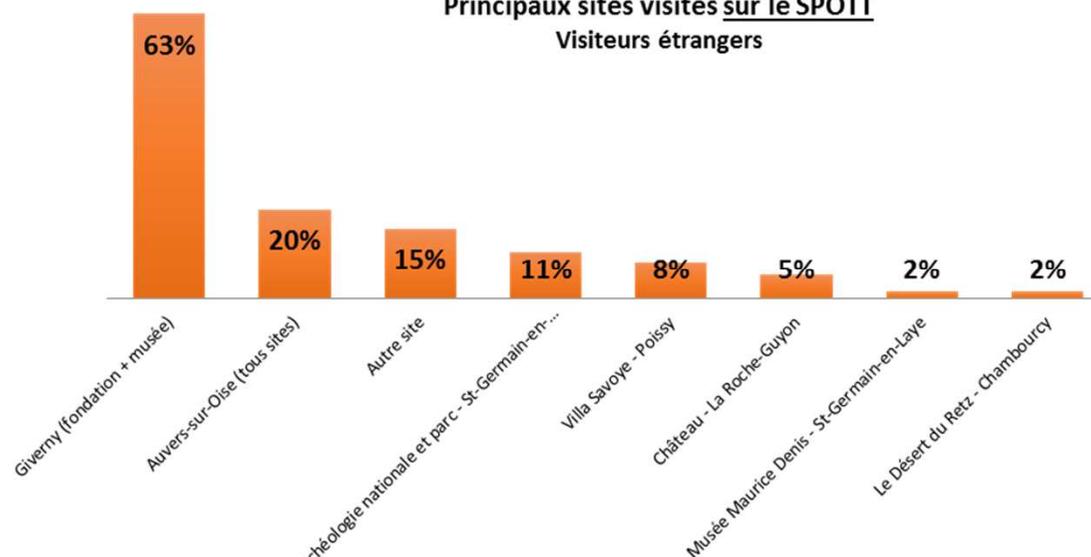
L'analyse détaillée des sites visités **par les étrangers** coïncide en grande partie avec la moyenne tous visiteurs confondus, avec une **même répartition sur les principaux sites de Giverny, Auvers-sur-Oise et du domaine de Saint-Germain-en-Laye.**

La ville d'**Auvers-sur-Oise** est plus plébiscitée avec **20%** de visites par les étrangers (au lieu de 12%), ainsi que la **villa Savoye** qui gagne 3 points par rapport à la moyenne. Le **château de La Roche-Guyon** est visité par **5%** des étrangers.

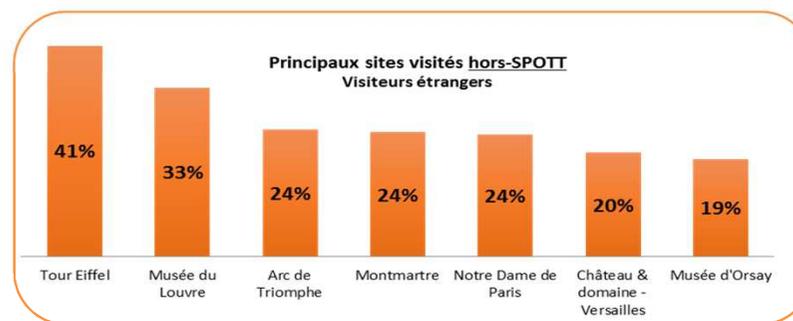
Parmi les sites suivants visités sur le SPÔTT, se distinguent le **musée Maurice Denis à St-Germain-en-Laye** et le **Désert de Retz à Chambourcy à 2%**, invisibles dans la moyenne globale tous visiteurs confondus.

Seulement 1% des visiteurs étrangers déclarent visiter les châteaux de Monte-Cristo et de Maisons-Laffitte, au même niveau que les Collégiales de Mantes et Poissy.

Principaux sites visités sur le SPÔTT  
Visiteurs étrangers



Principaux sites visités hors-SPÔTT  
Visiteurs étrangers



# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.7. LIEUX DE VISITE

### PRINCIPAUX SITES VISITES PAR LES FRANCAIS

#### Analyse et commentaires :

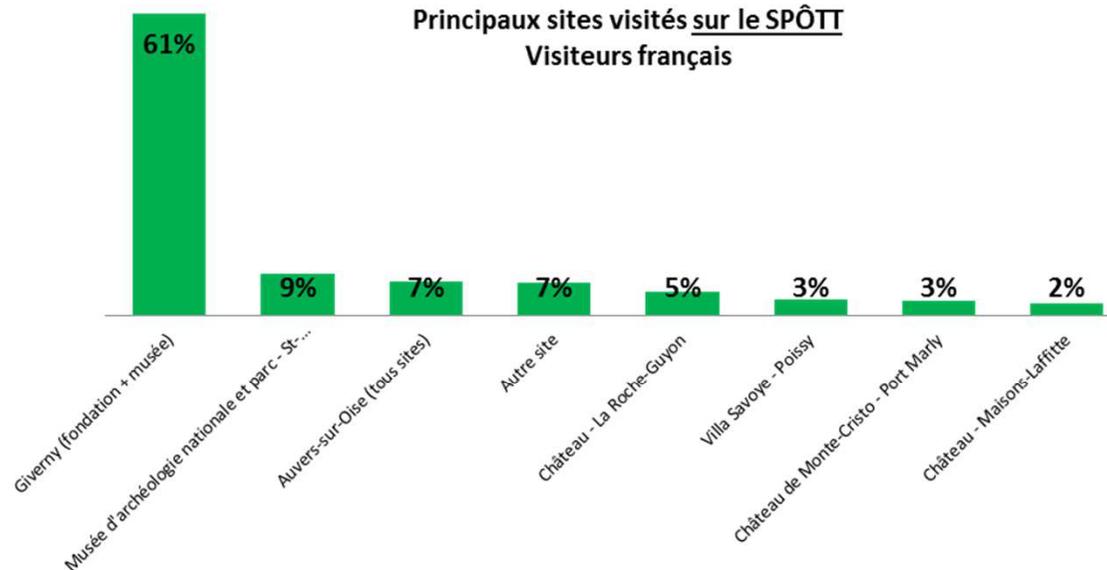
Pour les visiteurs Français, Giverny reste le site le plus visité avec 61% des visites.

Les deux autres points d'intérêt majeurs restent le **domaine de Saint-Germain-en-Laye (9%)** et celui d'**Auvers-sur-Oise (7%)**, puis celui de **La Roche-Guyon (5%)**.

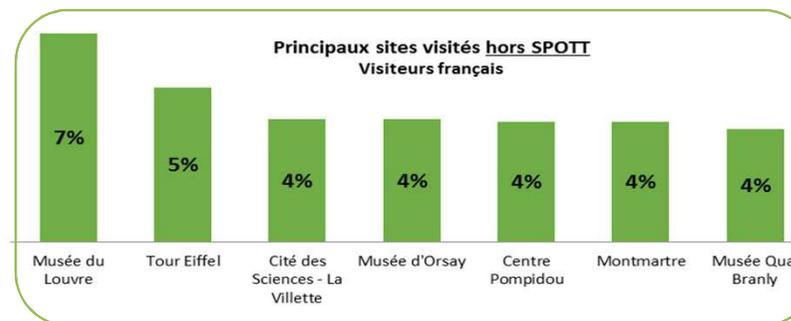
Enfin, à moins de 5%, se distinguent les sites **de la villa Savoye, de Monte Cristo et de Maisons-Laffitte**.

1% des visiteurs français déclarent visiter la Villa Fournaise, le musée de la Batellerie et le musée Maurice Denis, au même niveau que les Collégiales de Mantes et de Poissy.

Principaux sites visités sur le SPÔTT  
Visiteurs français



Principaux sites visités hors SPOTT  
Visiteurs français

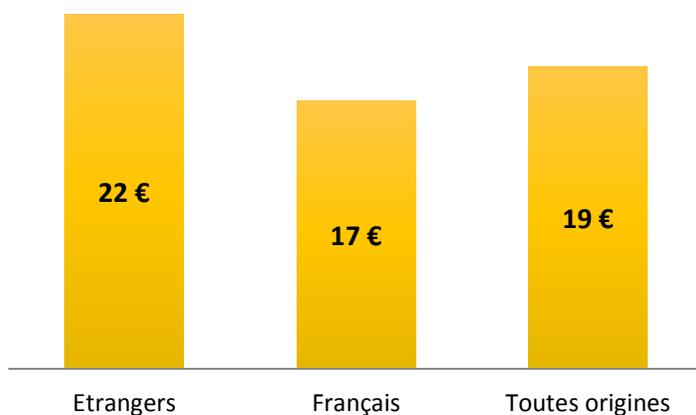


# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

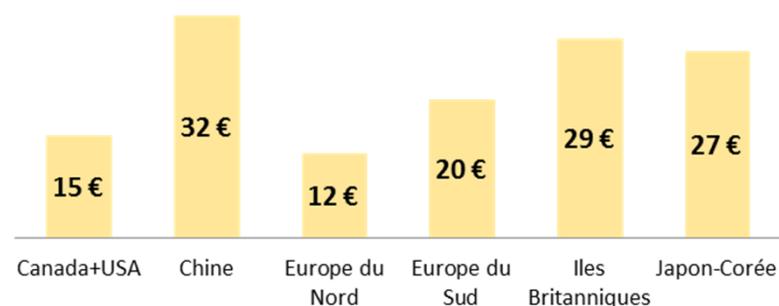
## 3.7. ACTIVITÉS

### BUDGET MOYEN DES ACTIVITES

Budget "Activités" par personne et par jour



Visiteurs étrangers  
Budget moyen "Activités" par personne et par jour



#### Analyse et commentaires :

**Concernant les activités, les étrangers dépensent nettement plus (22€) que les français (17€).**

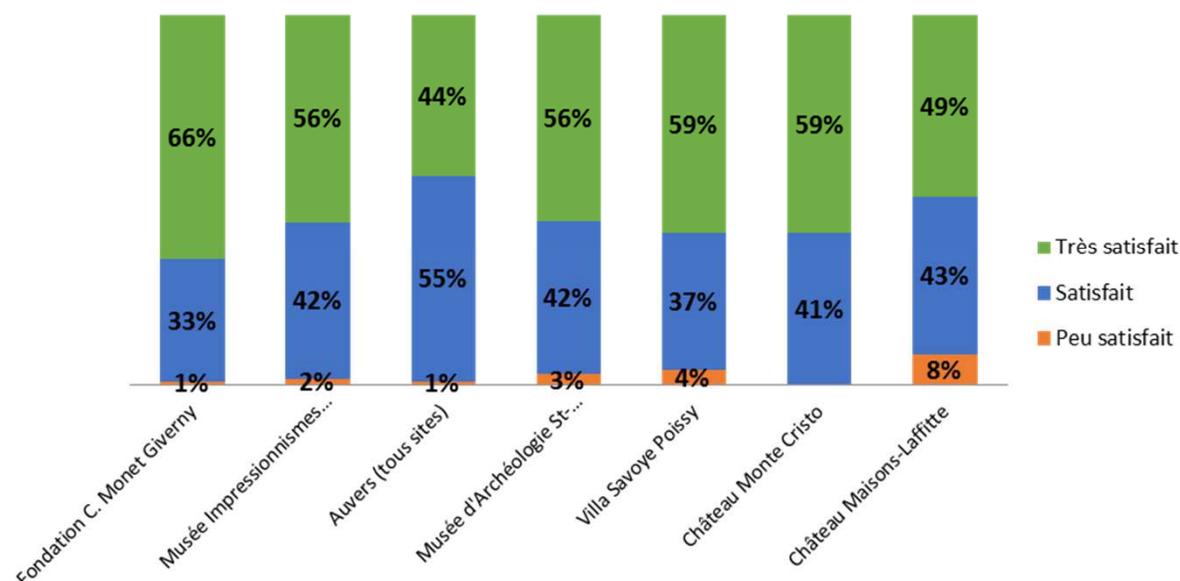
Parmi les visiteurs étrangers, ceux qui dépensent le plus sont les Chinois avec 32€ par jour et par personne, suivis de près par les visiteurs des Iles Britanniques (29€), et les Japonais et Coréens (27€).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.7. ACTIVITÉS

### SATISFACTION SUR L'ACCUEIL DES SITES FREQUENTES

Satisfaction sur l'accueil dans les principaux sites fréquentés sur le SPOTT  
Visiteurs de toutes origines



#### Analyse et commentaires :

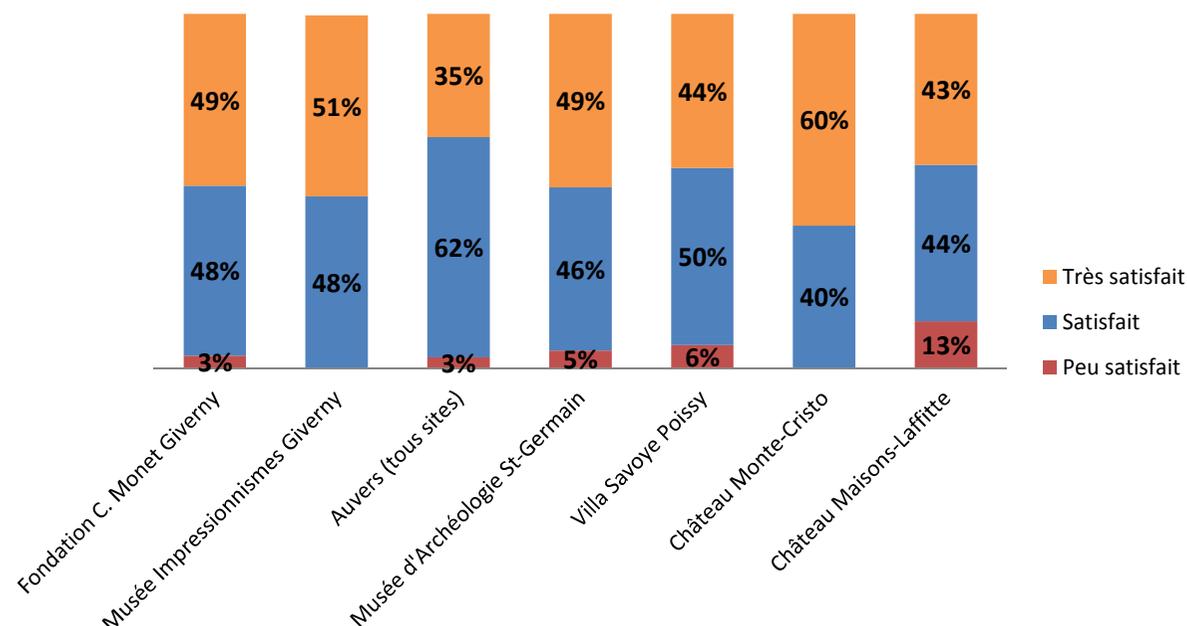
De manière générale, l'ensemble des visiteurs s'est montré très satisfaits ou satisfaits de la qualité de l'accueil dans les principaux sites fréquentés. La Fondation Claude Monet se positionne en tête en termes de satisfaction sur la qualité de l'accueil (66%), puis à égalité viennent la Villa Savoye et le Château de Monte Cristo (59%), suivis de très près par le musée des Impressionnismes et le domaine de Saint-Germain-en-Laye (56%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.7. ACTIVITÉS

### SATISFACTION SUR LE PRIX DES SITES FREQUENTES

Satisfaction sur le prix d'entrée des principaux sites fréquentés  
Visiteurs de toutes origines



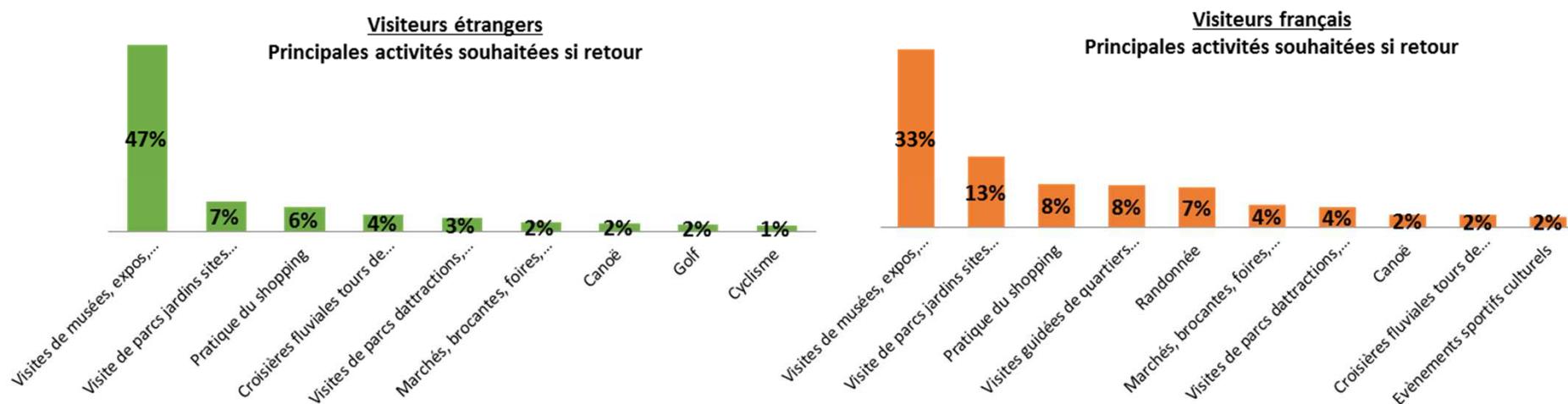
#### Analyse et commentaires :

De manière générale, l'ensemble **des visiteurs s'est montré très satisfaits ou satisfaits sur le prix de l'entrée des principaux sites fréquentés. Le château de Monte Cristo se positionne en 1<sup>er</sup> (60%)**, suivi par le musée des Impressionnismes à quasi égalité avec la Fondation Claude Monet et le domaine de Saint-Germain (~50%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.7. ACTIVITÉS

### ◆ SOUHAITS D'ACTIVITES SI RETOUR



#### Analyse et commentaires :

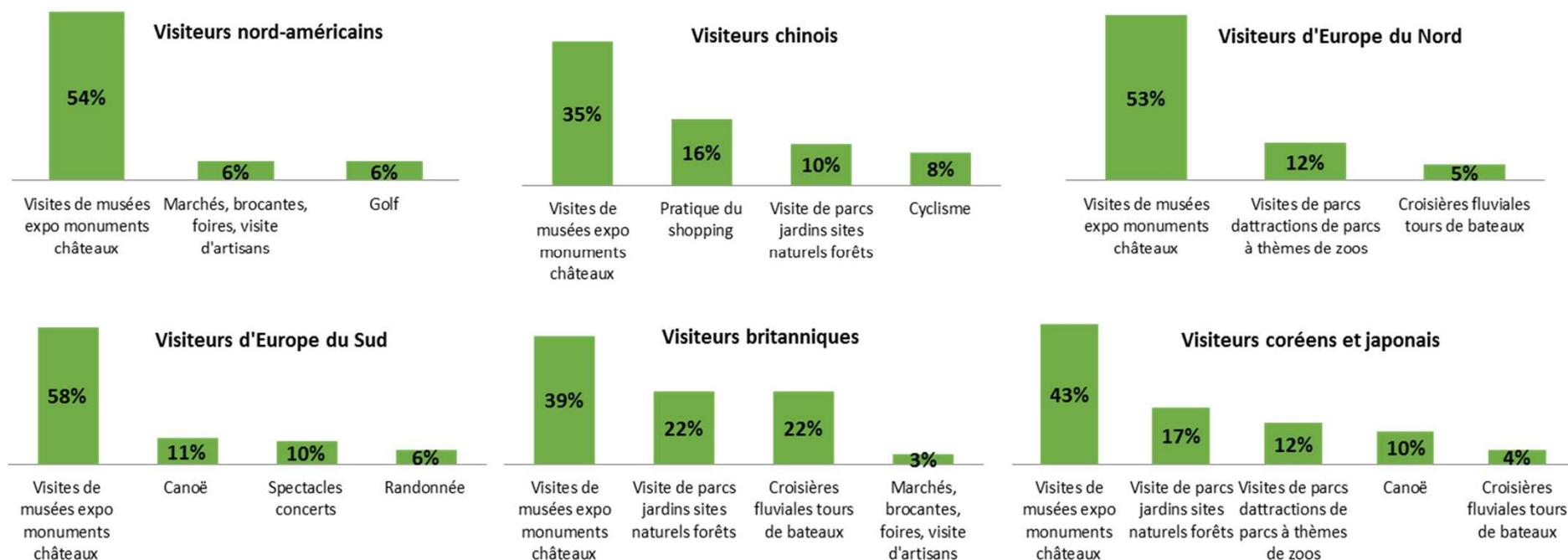
En cas de retour, les **visiteurs étrangers** souhaiteraient principalement visiter des **musées et monuments (47%)**, des **parcs, jardins et sites naturels (7%)**, et faire du **shopping (6%)**. Ils sont également intéressés par les **croisières fluviales (4%)** ou par la **visite de parcs d'attraction-zoos (3%)**. Les activités souhaitées ensuite concernent les marchés-brocantes (2%) puis la pratique d'activités sportives de type canoë, golf, cyclisme.

Les **visiteurs français**, quant à eux, souhaiteraient poursuivre les **visites de musées ou de sites (33%)**, de **parcs et jardins (13%)**, ainsi que **pratiquer le shopping (8%)**, et participer à des **visites guidées de villes ou quartiers (11%)**.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.7. ACTIVITÉS

### SOUHAITS D'ACTIVITES SI RETOUR, SELON L'ORIGINE DES VISITEURS ETRANGERS



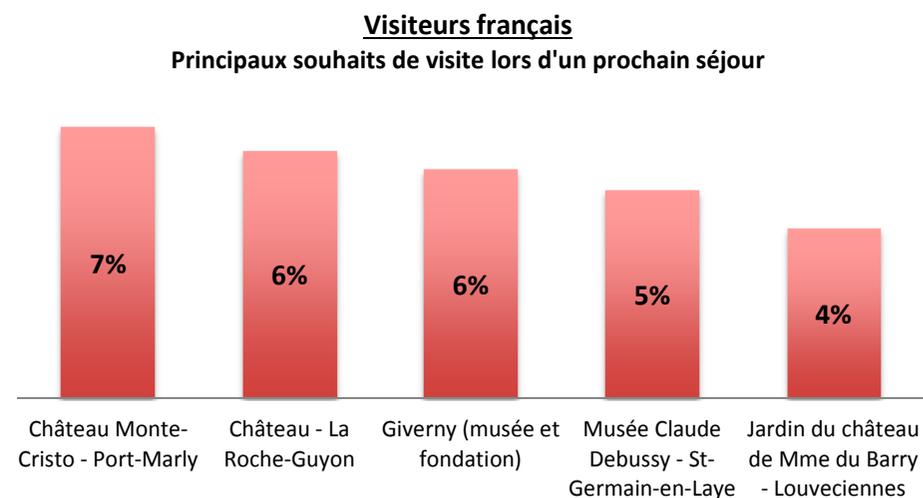
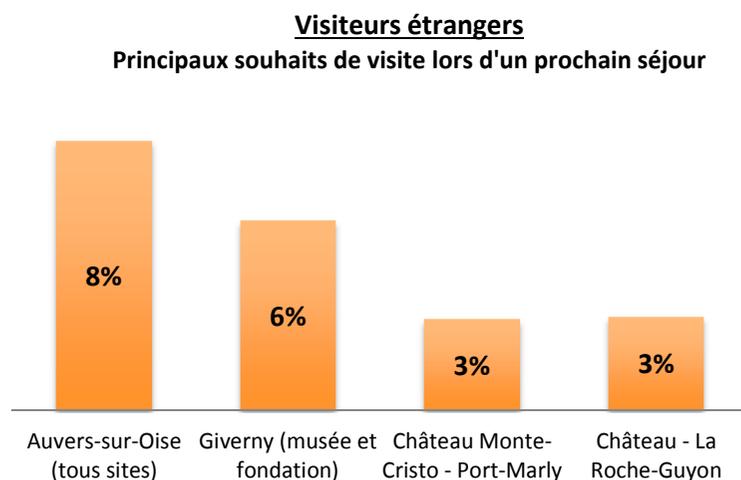
#### Analyse et commentaires :

En dehors des visites de musées et monuments, les centres d'intérêt des étrangers en cas de retour varient quelque peu : golf et marchés- visite d'artisans pour les Nord-Américains ; shopping, visite de parcs et jardins et cyclisme pour les Chinois ; parcs d'attraction-zoos et croisières fluviales pour les Européens du Nord ; canoë, spectacles et randonnée pour les Européens du sud ; parcs et jardins, croisières et marchés-visite d'artisans pour les Britanniques ; parcs et jardins, parcs d'attraction-zoos, canoë et croisières fluviales pour les Coréens et Japonais.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.7. LIEUX DE VISITE

### SOUHAITS DE VISITE SI RETOUR



#### Analyse et commentaires :

**En cas de retour, les visiteurs étrangers souhaiteraient principalement visiter Auvers-sur-Oise (8%), Giverny (6%), puis le château de Monte-Cristo et celui de la Roche-Guyon (3%).**

**Les visiteurs Français, quant à eux, souhaiteraient d'abord visiter Monte-Cristo (7%), la Roche-Guyon et/ou Giverny (6%), puis le musée Claude Debussy (5%) ainsi que le jardin du château de Mme Du Barry.**

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.7. LIEUX DE VISITE

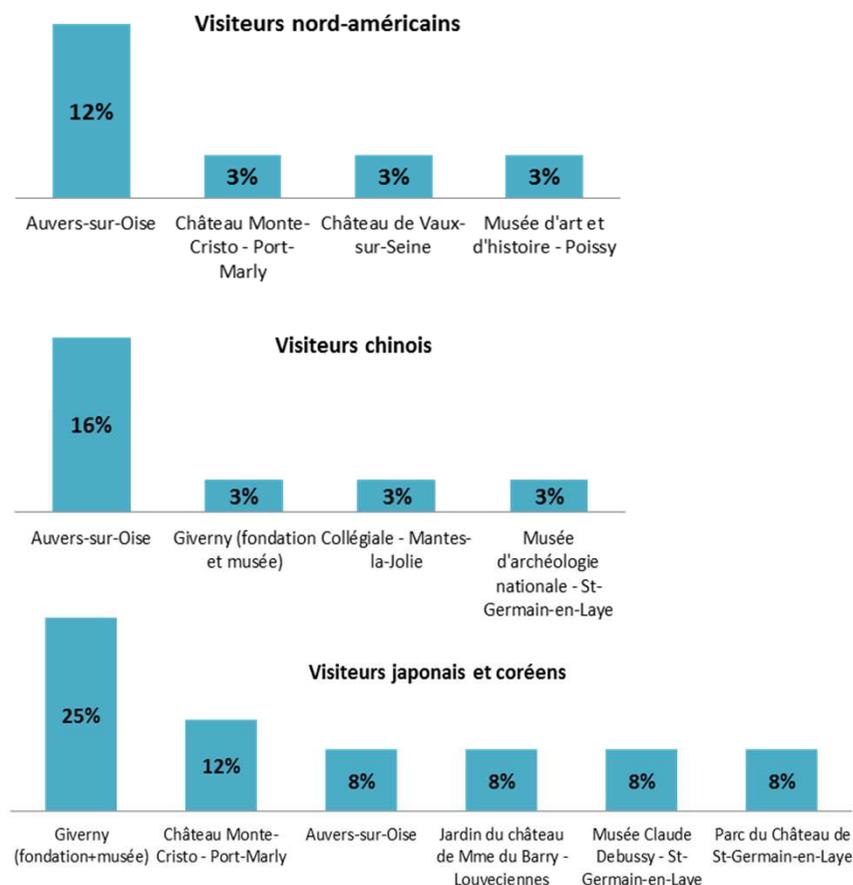
### SOUHAITS DE VISITE DES ETRANGERS NON EUROPEENS SI RETOUR

#### Analyse et commentaires :

En cas de retour, les visiteurs nord-américains souhaiteraient en priorité visiter **Auvers-sur-Oise**, puis les châteaux de Monte-Cristo et Vaux-sur-Seine ainsi que le musée d'art et d'histoire de Poissy.

Les visiteurs chinois mettent également **Auvers-sur-Oise** en priorité, devant **Giverny**, la collégiale de Mantes-la-Jolie et le musée d'archéologie nationale de St-Germain-en-Laye.

Quant aux visiteurs japonais et coréens, leurs centres d'intérêt sont multiples : **Giverny** arrive en tête des souhaits de visite, suivi du **château de Monte-Cristo**, puis d'**Auvers-sur-Oise**, du jardin du château de Mme du Barry, du Musée Claude Debussy et du parc du château de St-Germain-en-Laye



# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.7. LIEUX DE VISITE

### SOUHAITS DE VISITE DES VISITEURS ETRANGERS EUROPEENS SI RETOUR

#### Analyse et commentaires :

En cas de retour, les **Britanniques** ont pour souhait de visiter principalement **Auvers-sur-Oise** et le **château de Monte-Cristo**.

Les **visiteurs d'Europe du Nord** placent à égalité **Auvers-sur-Oise**, le **château de Monte-Cristo**, le musée d'Archéologie de **St-Germain-en-Laye** et **Giverny**.

Quant aux **visiteurs d'Europe du Sud**, c'est **Giverny** qu'ils placent en tête de leurs souhaits de visite, devant le **château de Maisons-Laffitte**, la **Collégiale de Poissy**, puis le jardin du château de **Mme du Barry** et le musée **Claude Debussy**.

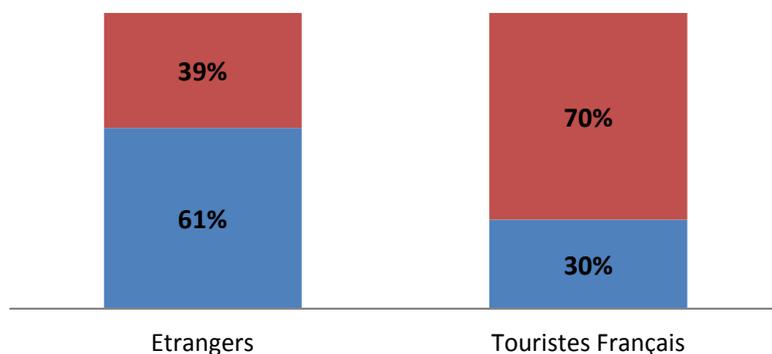


# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

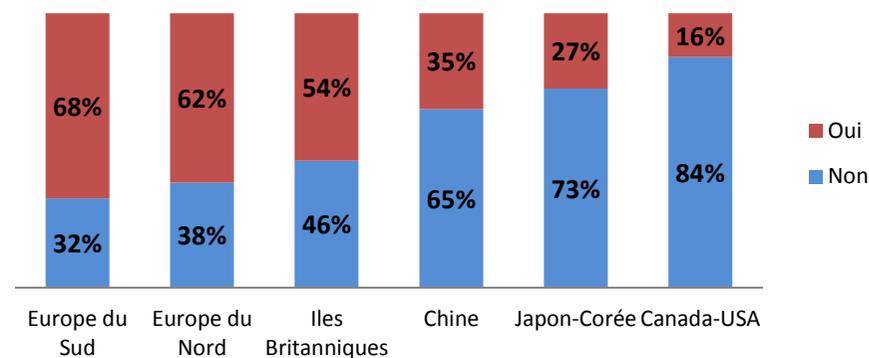
## 3.8. SATISFACTION GENERALE

### HABITUDE DE LA DESTINATION « ILE-DE-FRANCE »

Avez-vous l'habitude de venir en région Paris-Ile-de-France ?



Avez-vous l'habitude de venir en région Paris Ile-de-France ?  
Visiteurs étrangers par origine



#### Analyse et commentaires :

Si les visiteurs français ont globalement l'habitude de venir sur la destination Ile-de-France (70%), la majorité des visiteurs étrangers sont des primo-visiteurs (61%).

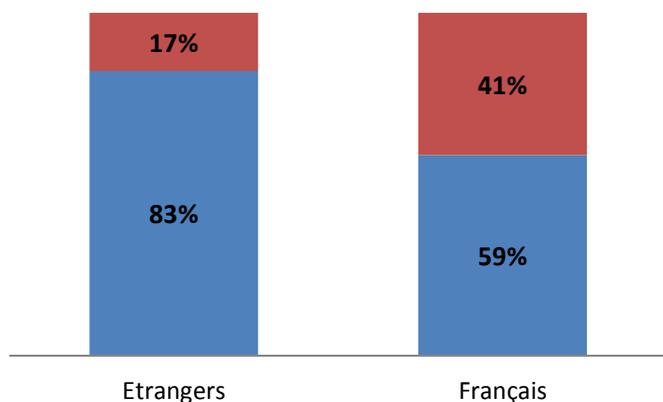
Parmi les étrangers, ceux qui pratiquent le plus souvent la destination Ile-de-France sont les Européens du Sud (68%) et les visiteurs d'Europe du Nord (62%), suivis de près par les Britanniques (54%), soit les destinations les plus proches.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

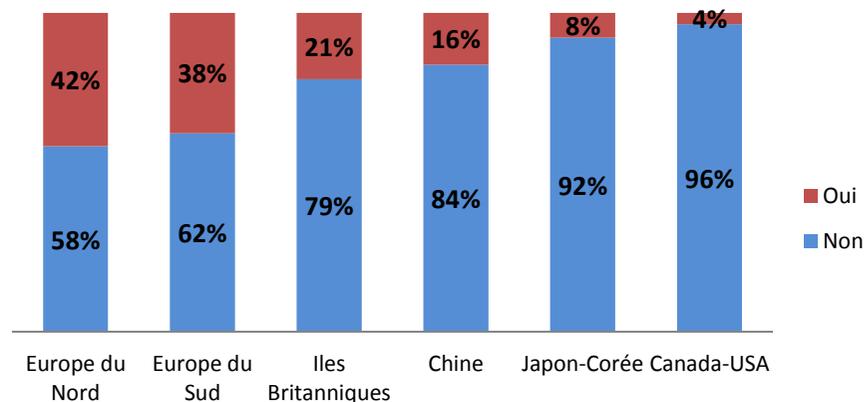
## 3.8. SATISFACTION GENERALE

### HABITUDE DE LA DESTINATION « VALLEE DE SEINE »

Avez-vous l'habitude de venir en Vallée de Seine ?



Avez-vous l'habitude de venir en Vallée de Seine ?  
Visiteurs étrangers par origine



#### Analyse et commentaires :

De la même manière que sur la destination Ile-de-France, **la majorité des visiteurs étrangers sont des primo-visiteurs (83%)**. Par contre, les **visiteurs français** habitués ou non sont à quasi-égalité avec **une majorité légère sur les non habitués (59%)**.

Parmi les étrangers, **ceux qui pratiquent le plus souvent la destination sont les Européens du Nord (42%) et les Européens du Sud (38%)**, suivis par les visiteurs des îles Britanniques (21%), donc les destinations les plus proches.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.8. SATISFACTION GENERALE

### SOUHAITS DE RETOUR EN « VALLEE DE SEINE »

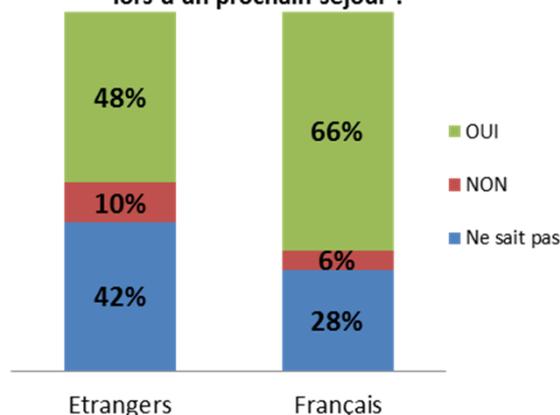
#### Analyse et commentaires :

**48% des visiteurs étrangers et 66% des visiteurs français envisagent de revenir en Vallée de Seine lors d'un prochain séjour.**

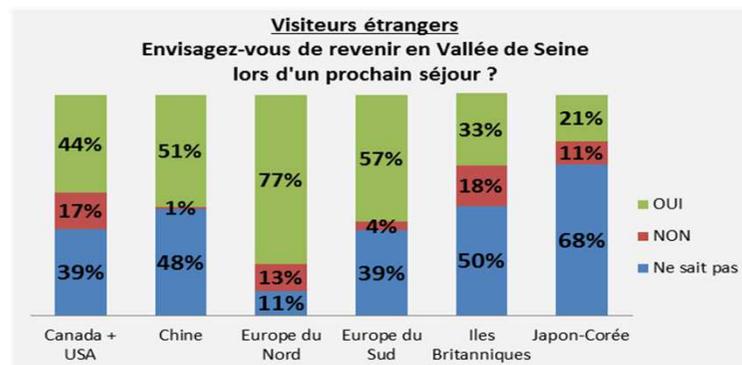
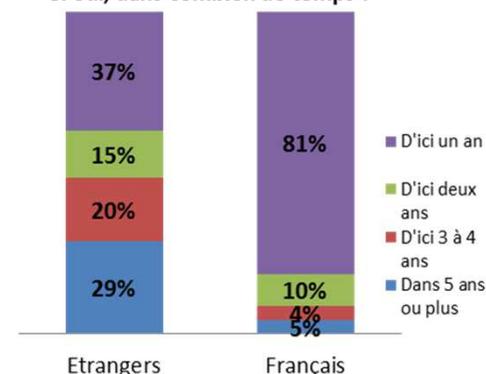
52% des étrangers et 91% des Français intéressés par un retour prévoient un nouveau séjour **dans les 2 ans.**

Les visiteurs **d'Europe du Nord** sont les plus nombreux à souhaiter revenir (**77%**), devant ceux d'Europe du Sud (57%), de Chine (51%), d'Amérique du Nord (44%), puis des îles britanniques (33%) et du Japon et de la Corée (21%).

Envisagez-vous de revenir en Vallée de Seine lors d'un prochain séjour ?



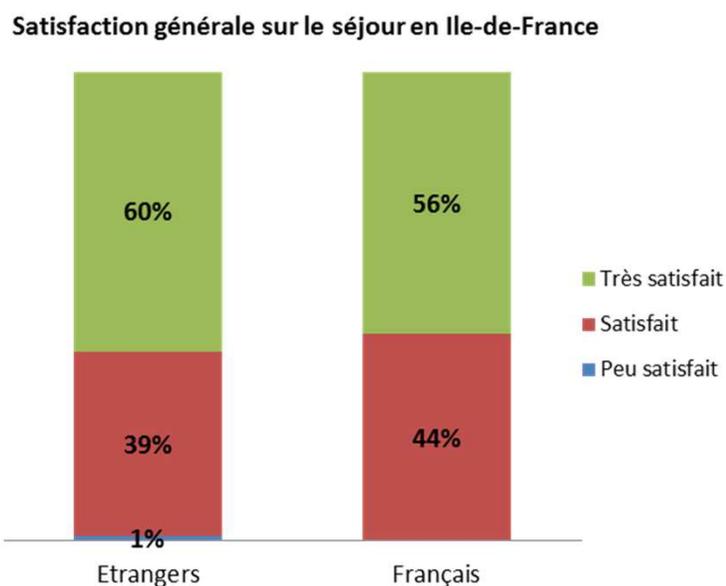
Si oui, dans combien de temps ?



# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.8. SATISFACTION GENERALE

### SATISFACTION GENERALE SUR LE SEJOUR EN ILE-DE-FRANCE



#### Analyse et commentaires :

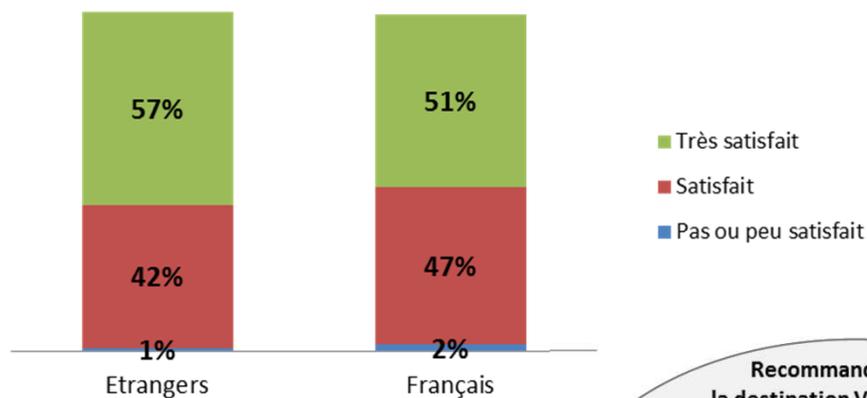
De manière générale, les visiteurs se montrent « très satisfaits » par leur séjour en Ile-de-France , plus particulièrement des étrangers (60%).

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.8. SATISFACTION GENERALE

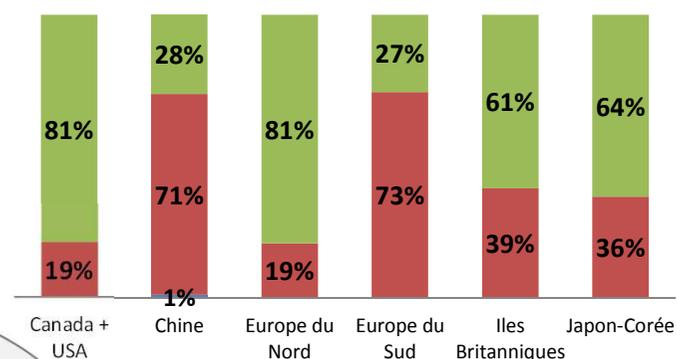
### SATISFACTION GENERALE SUR LE SEJOUR EN VALLEE DE SEINE

Etes-vous satisfait(e) de votre séjour en Vallée de Seine ?

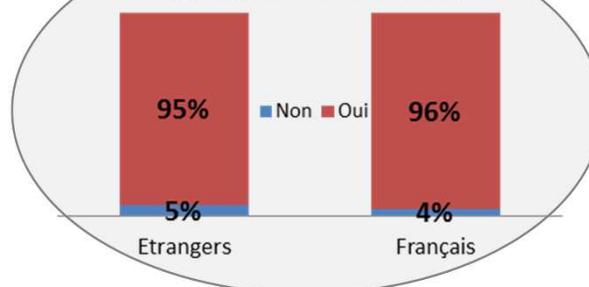


Etes-vous satisfait(e) de votre séjour en Vallée de Seine ?

Visiteurs étrangers par origine



Recommanderiez-vous la destination Vallée de Seine ?



#### Analyse et commentaires :

De manière générale, les visiteurs se montrent « satisfaits ou très satisfaits » par leur séjour en Vallée de Seine (99%), et ils sont près de 96% à recommander la destination. A noter : le taux de satisfaction des Américains et des Européens du Nord : 81% de « très satisfaits ».

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.9. DEPENSES GLOBALES

### ◆ DEPENSE MOYENNE

Dépense moyenne des visiteurs par jour et par personne

Dépenses	Etrangers	Français	Excursionnistes français	Touristes français
Dejeuner	15 €	10 €	10 €	12 €
Dîner	22 €	2 €	1 €	3 €
Transport	17 €	8 €	8 €	11 €
Shopping	17 €	7 €	7 €	6 €
Activité	22 €	17 €	17 €	14 €
Hébergement	56 €	1 €		10 €
	<b>149 €</b>	<b>45 €</b>	43 €	56 €

#### Analyse et commentaires :

**La moyenne des dépenses quotidiennes des visiteurs sur la destination SPÔTT Seine Aval révèle un plus fort taux de dépense des étrangers (149 €), par rapport aux Français (45 €).**

Les chiffres de la région Ile-de-France coïncident pour le taux de dépense des étrangers (146 €), mais pas pour celui des Français (83 €). Cette différence s'explique notamment par la présence importante d'excursionnistes sur le SPÔTT (dînant et dormant chez eux) ainsi que par le fait que les touristes français du SPÔTT sont nombreux à dîner et à être hébergés chez des proches.

# ENQUETE CLIENTELE SUR SITES CULTURELS

## 3.10 RETOMBÉES ECONOMIQUES SUR LE TERRITOIRE

### RETOMBÉES ECONOMIQUES SUR LE SPÔTT

#### 788 454 visiteurs uniques

173 322 habitants du SPÔTT  
331 482 excursionnistes français  
42 563 touristes français  
241 088 touristes étrangers

#### Budget moyen par personne et par jour

. Excursionnistes français : 43 €  
. Touristes français : 56 €  
. Touristes étrangers : 149 €

Visiteurs	Dépenses sur SPÔTT	Dépenses pour l'ensemble du séjour (en France)
Excursionnistes français	14 253 717 €	14 253 717 €
Touristes français	2 672 924 €	6 963 224 €
Touristes étrangers	58 343 221 €	281 060 030 €
<b>Total</b>	<b>75 269 863 €</b>	<b>302 276 971 €</b>

#### Analyse et commentaires :

Le nombre de visiteurs uniques sur le territoire du SPÔTT est estimé à près de 789 000, pour un total d'entrées sur les principaux sites qui s'élève à 868 000 (en 2016).

Les retombées économiques engendrées par les visiteurs (hors habitants du SPÔTT) sont estimées à environ 75 M€ euros sur le territoire du SPÔTT, et à un peu plus de 300 M€ pour l'ensemble du séjour en France.

**77% de ces retombées proviennent de la clientèle étrangère.**



**TOUT SAVOIR  
SUR VOTRE CCI :  
[www.cci78-idf.fr](http://www.cci78-idf.fr)  
0800 012 112**

Contacts :

Christophe HORTUS, responsable du Pôle Etudes Territoriales  
[chortus@cci-paris-idf.fr](mailto:chortus@cci-paris-idf.fr)

Esthel KOBROSLI, chargée d'études  
[ekobrosli@cci-paris-idf.fr](mailto:ekobrosli@cci-paris-idf.fr)



**CCI VERSAILLES-YVELINES**  
PARIS ILE-DE-FRANCE