#ExploreParis

Enquête exclusive

Le grand Paris, territoire de prédilection pour le tourisme de demain

Afin d'anticiper sur les usages de loisirs et de tourisme au sortir de la crise sanitaire actuelle, l'agence départementale de tourisme de la Seine-Saint-Denis et le comité départemental du tourisme du Val-de-Marne¹ ont mené une enquête auprès des 70.000 usagers² de la plateforme **#ExploreParis**³.

Si les résultats de l'enquête augurent d'une reprise prudente des activités de loisirs au lendemain de la période de confinement, elles laissent présager un engouement durable, voire amplifié, pour des formes de tourisme basées sur la proximité, la découverte et l'authenticité , et font du grand Paris une échelle de prédilection pour le développement d'un tourisme soutenable, tourné à la fois vers les habitant·e·s et l'accueil de touristes extérieur·e·s.

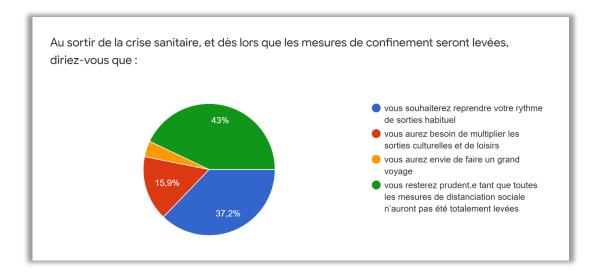
¹ Seine-Saint-Denis Tourisme et Val-de-Marne Tourisme et Loisirs.

² Enquête réalisée en ligne auprès des 70.000 abonné·e·s à la newsletter exploreparis.com. Résultats présentés sur la base des 2.403 réponses recueillies entre le 10 et le 24 avril 2020.

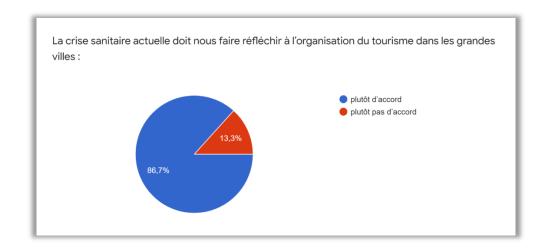
³ **#ExploreParis** a été créé en juin 2018 par la fusion des boutiques en ligne tourisme-valdemarne.com et tourisme93.com, dans le cadre du travail collaboratif qui les unit à l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris, le Département des Hauts-de-Seine, la RATP, le Welcome City Lab, l'IREST et Atout France.

I/ Projets touristiques et de loisirs au sortir du confinement

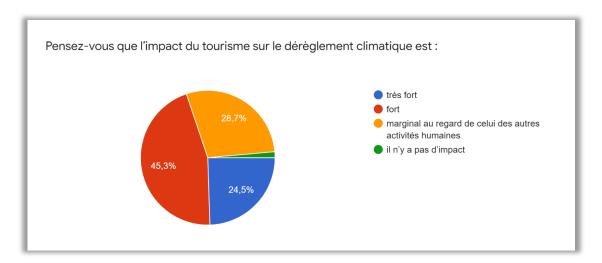
« Au sortir de la crise sanitaire, et dès lors que les mesures de confinement seront levées », 43% des répondant·e·s indiquent qu'il·elle·s « resteront prudent·e·s tant que toutes les mesures de distanciation sociale n'auront pas été levées », tandis que 37% souhaitent pouvoir « reprendre leur rythme de sorties habituel » et que 16% anticipent même « avoir besoin de multiplier les sorties culturelles et de loisirs ». Il est à noter que seul·e·s 4% estiment qu'il·elle·s auront « envie de faire un grand voyage », alors qu'il·elle·s sont 66% à voyager habituellement à l'étranger une ou plusieurs fois par an.



A la question de savoir si « la crise sanitaire actuelle doit faire réfléchir » à la façon dont le tourisme est organisé, notamment « dans les grandes villes », il·elle·s sont une très large majorité (87%) à répondre par l'affirmative.

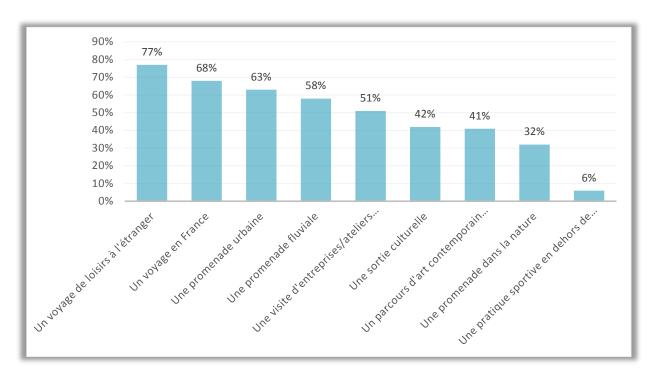


Et ce, d'autant que « *l'impact du tourisme sur le dérèglement climatique* » est jugé fort à très fort par **70%** des répondant·e·s.



II/ Tourisme et proximité

Si, sans surprise, les répondant·e·s font entrer les voyages de loisirs à l'étranger (77%) et les voyages en France (66%) dans le champ du tourisme, il est significatif de noter que les personnes interrogées y placent également, pour la majorité d'entre elles, les promenades urbaines (63%), les promenades fluviales (58%), et les visites d'entreprises (51%). Quoique minoritaire, une proportion significative de répondant·e·s place également les sorties culturelles (42%), les parcours urbains d'art contemporain et de street-art (41%) et même les promenades dans la nature (32%) au rang d'activité touristique.



Il est à noter, parce que c'est une surprise, que la distance par rapport à son lieu de domicile, ou même le fait de passer au moins une nuit en dehors de chez soi, ne constituent pas des critères pour juger du caractère touristique d'une activité ou du sentiment d'être en vacances.

Ainsi, **65%** des répondant·e·s sont en désaccord avec l'affirmation selon laquelle « *si je ne passe pas une nuit en dehors de chez moi, je n'ai pas l'impression de faire du tourisme* », et **74%** avec celle selon laquelle « *si je ne voyage pas loin de chez moi, je n'ai pas l'impression d'être en vacances* ».





Ce sentiment de faire du tourisme même près de chez soi, ou même dans le cadre d'une « excursion »⁴, n'est pas le fait d'un public qui n'aurait pas, par ailleurs, le goût du voyage, puisque parallèlement, **87**% des répondant·e·s estiment que « *les voyages à l'étranger sont essentiels pour s'ouvrir sur le monde* ».



_

⁴ Les définitions officielles de l'Organisation Mondiale du Tourisme différencient *le tourisme* (qui comprend au moins une nuitée en dehors de chez soi) et *l'excursion* (qui ne comprend pas de nuitée)

III/ Tourisme et Grand Paris

L'enseignement le plus spectaculaire de cette enquête est que le tourisme à Paris se vit à l'échelle du grand Paris.

A cet égard, il n'est pas anodin que l'affirmation qui recueille l'assentiment le plus élevé, quasi unanime (99%), est celle selon laquelle « le périphérique ne doit pas être une barrière pour découvrir les richesses patrimoniales de la Région parisienne ».



Ce résultat est d'autant plus significatif, que les répondant·e·s à notre enquête se répartissent de manière équilibrée entre habitant·e·s de Paris intra-muros (26% des répondant·e·s), habitant·e·s des départements de la petite couronne (53%), habitant·e·s de grande couronne (13%), les touristes français.e·s ou étranger.e·s en constituant une part plus marginale (8%).

Les répondant·e·s sont convaincus à **87%** qu'il y a près de chez eux « *de nombreux sites d'intérêt touristique qu'il·elle·s ne connaissent pas* » et sont par ailleurs enclin·e·s, pour **88%**, à privilégier pour leurs loisirs les lieux où il y a peu de touristes.

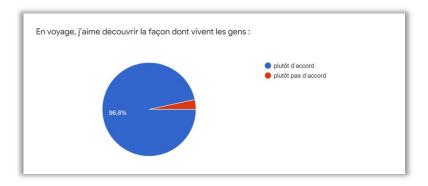




Il est à noter que, bien que très majoritairement francilien·ne·s, les répondant·e·s ne formulent pas cette observation uniquement pour eux·elles-mêmes, mais considèrent au contraire à **92**% qu'il est

important de « mieux faire connaître aux touristes étranger·e·s ce qu'il y a à voir en dehors du centre de Paris ».

En écho, il·elle·s sont également unanimes (97%), à déclarer lorsqu'il·elle·s voyagent « aimer découvrir la façon dont vivent les gens ».

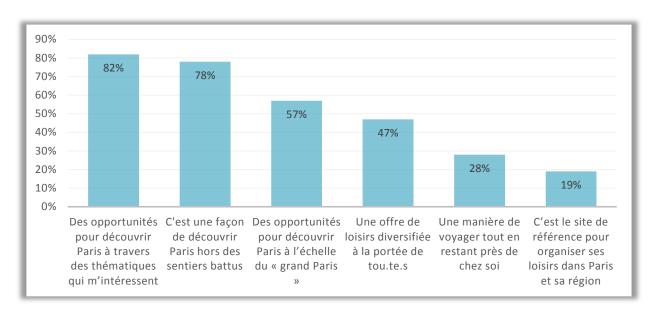


Autant de résultats qui expriment les attentes autour d'un tourisme profondément renouvelé – authentique, humain, accessible – et néanmoins de qualité. On peut y lire une invitation, pour les professionnels du tourisme à Paris et dans sa région, à donner plus de place au Paris *insolite*, plus loin de l'hyper-centre touristique classique, et à en promouvoir partout les expressions, y compris auprès d'une clientèle internationale.

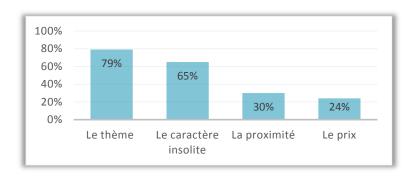
IV/ Tourisme et #ExploreParis

Pour finir, des questions portaient sur le contenu de l'offre de la plateforme #ExploreParis.

D'abord reconnue pour présenter « des opportunités pour découvrir Paris à travers des thématiques variées » (82%), ou comme manière de « découvrir Paris hors des sentiers battus » (78%), elle est largement associée à « la découverte de Paris à l'échelle du "grand Paris" » (57%)



On y apprend aussi que parmi les critères les plus prescripteurs pour l'inscription à une visite, se trouvent l'intérêt de son thème (79%) puis son caractère insolite (65%). La proximité (30%) et le prix (24%)⁵ apparaissent comme des critères secondaires pour les répondant·e·s. Il ne s'agit donc pas d'un tourisme bas de gamme, ou simplement en bas de chez soi, mais bien d'un tourisme de découverte pour lequel on est prêt à traverser Paris et sa région.



Une autre question nous apprend que pour traverser Paris et sa région, le moyen privilégié est sans conteste *les transports en commun tous modes* (65%, dont 9% *exclusivement le métro*). Seul·e·s 17% utilisent leur véhicule pour ce type de sorties.

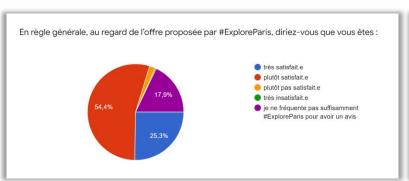
8

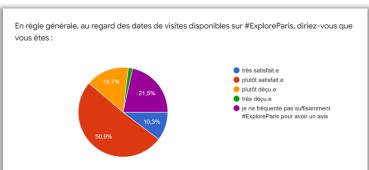
⁵ les prix proposés dans **#ExploreParis** sont relativement peu élevés et, les répondant·e·s estiment l'offre « *au juste prix* » (à 76%) ou « *peu chère* » (à 9%)

Il est intéressant également de constater que ce type de tourisme *grand parisien* intéresse tous les publics, équitablement répartis dans à peu près toutes les catégories ou configurations : **29%** s'y inscrivent *seul-e-s*, **29%** *en couple*, **17%** *avec des ami-e-s*, **6%** *avec des enfants*, tandis que les autres répondant-e-s (**19**%) disent mixer *indistinctement toutes les façons possibles*.



Si l'offre d'#ExploreParis suscite une satisfaction unanime (97% des répondant-e-s qui disent « fréquenter suffisamment la plateforme pour avoir un avis », dont 30% de très satisfait-e-s), la satisfaction est moindre quant aux dates proposées ou disponibles (78% de ceux.elles qui ont un avis, parmi lesquel-le-s 13% de très satisfait-e-s), avec 22% d'utilisateur-trice-s ayant un avis qui se disent déçu-e-s ou très déçu-e-s sur ce point. Il convient de noter sur ce dernier point que les partenaires d'#ExploreParis peinent parfois à proposer de nombreuses dates pour une visite et certaines des visites proposées revêtent, par leur nature même, un caractère exceptionnel (visites d'entreprises, ouverture de lieux insolites non ouverts généralement au grand public...).





La juxtaposition de ces résultats souligne l'absolue nécessité qu'il y a à soutenir non seulement le développement et la promotion des formes touristiques expérientielles, à la rencontre des gens qui vivent et travaillent sur les territoires mais aussi les acteurs qui les portent dans #ExploreParis et qui sont pour beaucoup encore éloignés du monde du tourisme. On le voit, ces formes de tourisme répondent fortement aux attentes des visiteurs et ce, particulièrement dans la période post-crise sanitaire.