

Le tourisme Culturel



Données économiques

 **43,7 millions** de touristes étrangers ont visité un site culturel lors de leur séjour – (2018)

 **9,7 milliards €** de dépenses (2018)

 **53,7 milliards €** de recettes (2018)

Données sur l'offre

- **44 000** monuments et sites protégés
- **45** biens classés par l'UNESCO (15 au patrimoine culturel immatériel)
- **8 000** musées, **1 200** musées labélisés « Musée de France »
- **2 920** sites classés, **41** Grands Sites de France
- **10** parcs nationaux, **51** parcs naturels régionaux
- **500** festivals

Principaux marchés émetteurs

Europe (34% des visites)

- Royaume-Uni
- Espagne
- Italie
- Allemagne
- Benelux
- Suisse

Lointains (15% des visites)

- Amériques Nord / Sud
- Asie
- Océanie



Quelque chiffres sur la filière

37% Des déplacements internationaux relèvent du tourisme culturel

 **75%** Des touristes sont attirés par la culture dans le cadre de leur séjour

2,3% Participation au produit intérieur brut français

+7% De fréquentation dans les sites patrimoniaux français (en 2018)

1,3 millions Emplois directs et indirects

Dynamique de la demande

En France, la culture est facteur d'attractivité

- **55 %** des touristes étrangers réservent un séjour en France sur une motivation culturelle
- **59 %** des touristes de la classe moyenne chinoise désirent visiter des sites culturels ou historiques.
- **97 %** voyagent en Ile-de-France pour visiter monuments patrimoniaux.



Profil voyageurs

■ Le touriste « motivé par la culture »

Il choisit une destination pour les occasions culturelles qu'elle offre.

Profils : **CSP+, urbains ou seniors actifs et retraités**

Marchés :

- Grande-Bretagne
- Belgique (Flandre), Allemagne, Espagne, Italie
- États-Unis, Japon, Canada (Québec).



■ Le touriste « inspiré par la culture »

Il visite des sites culturels et historiques de grande renommée et il est intéressé par les destinations connues et réputées.

Profils : **CSP+ à CSP++**, urbains ou seniors actifs et retraités

Marchés : Brésil, la Russie et la Chine.

■ Le touriste « attiré par la culture »

Il peut prendre part à un événement culturel ou à une visite sans que cela ne constitue le but premier de son voyage.

Profils : **jeunes étudiants et jeunes CSP+**, familles

Marchés : principalement matures et France

