COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Avril 2026



RENCONTRES DEPARTEMENTALES DU TOURISME :

DÉCRYPTER LES FLUX 2025 ET LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES

Ce mardi 7 avril 2026, Seine-et-Marne Attractivité a réuni près de deux cents acteurs touristiques à l'occasion des Rencontres départementales du tourisme, organisées au Musée Safran à Réau.

Espace unique retraçant l'histoire de la propulsion aéronautique et spatiale depuis 1905, le Musée Safran a offert un cadre propice à la réflexion sur les enjeux actuels du secteur.
Cet événement annuel a rassemblé élus, institutionnels et professionnels du secteur autour d'un objectif commun : décrypter les dynamiques de fréquentation et les enjeux liés aux clientèles internationales, et partager des leviers d'action pour renforcer l'attractivité de la destination Seine-et-Marne.

Un contexte international sous tensions : quels impacts sur les flux touristiques ?
Cette matinée, animée par **Ludovic Dublanchet,** s'est ouverte par les interventions de **Didier Parent**, responsable du Musée Safran, de **Pascal Gouhoury**, Président de Seine-et-Marne Attractivité, et de **Jean-François Parigi,** Président du Département de Seine-et-Marne.

Invité d'honneur de cette édition, **Adam Oubuih**, Directeur général d'Atout France, a apporté un éclairage stratégique sur les effets des tensions géopolitiques actuelles sur les flux touristiques internationaux. Il a rappelé que, dans un contexte mondial marqué par l'instabilité, les arbitrages des voyageurs évoluent rapidement, avec une attention accrue portée à la sécurité, à l'accessibilité des destinations et à la lisibilité de l'offre touristique.

Il a enfin rappelé **l'importance,** pour les professionnels et les destinations, **de travailler leur visibilité, leur lisibilité et leur capacité à se différencier**, dans un environnement concurrentiel où les clientèles internationales se montrent toujours plus attentives à la qualité de l'expérience proposée.



Des tendances de fréquentation en mutation
Sylvie Lahuna, directrice de Seine-et-Marne Attractivité, a présenté les tendances 2025. Après une année 2024 marquée par une fréquentation exceptionnelle liée aux Jeux Olympiques, **l'activité revient à un niveau plus classique, avec une légère baisse des nuitées (-5 %).**

Parmi les évolutions observées, on note une progression des réservations de dernière minute, notamment liée aux conditions météorologiques, ainsi qu'une durée moyenne de séjour stable autour de deux nuits. La fréquentation étrangère globale enregistre une légère baisse (-3 % vs 2024), partiellement compensée par la progression de certains marchés, notamment britannique (+3 % vs 2024) et espagnol (+9 % vs 2024).

Le poids des clientèles de proximité reste déterminant. Les Franciliens représentent à eux seuls plus de 58 % de la clientèle française, confirmant l'attractivité de la Seine-et-Marne, qui offre rivières, forêts, sites patrimoniaux et dépaysement aux portes de Paris.

Certaines clientèles spécifiques se distinguent également, comme les **touristes allemands** amateurs d'activités de pleine nature ou encore les **visiteurs néerlandais**, particulièrement actifs et friands de séjours en plein air. **Consulter la fiche du marché allemand et la fiche du marché néerlandais**

Les touristes espagnols, quant à eux, viennent en famille en Seine-et-Marne **principalement pour visiter Disneyland Paris ®**. Leur séjour, souvent planifié longtemps à l'avance, ne prévoit généralement pas d'autres visites dans la région, si ce n'est une journée à Paris.. Disneyland Paris®, première destination touristique en Europe, a récemment **inauguré une extension majeure de son second parc,** prochainement renommé **Disney Adventure World**. Cette évolution s'inscrit dans une dynamique continue d'innovation, visant à renouveler l'expérience proposée aux visiteurs - dont 55 % sont internationaux - et à maintenir l'attractivité du site.

Autre évolution notable, des marchés émergents, notamment chinois, brésiliens, indiens et canadiens, poursuivent leur montée en puissance.

Ces clientèles se dirigent principalement vers Disneyland Paris®, tout en contribuant, pour certaines d'entre elles, à une diffusion de la fréquentation vers les sites touristiques du sud du Département. Elles expriment par ailleurs **des attentes élevées en matière de qualité de service, d'expériences et d'hébergements** haut de gamme.

Ces évolutions traduisent des mutations durables des pratiques touristiques. Elles soulignent l'importance, pour les acteurs du territoire, d'adapter leurs actions de communication et de marketing afin de mieux capter, orienter et fidéliser ces clientèles.

Regards croisés sur les clientèles internationales : attentes et enjeux d'adaptation

Une table ronde a permis d'approfondir les spécificités de plusieurs marchés clés, en présence **d'Eugenio Raez, consultant BtoB en Grande-Bretagne, de Jean-Charles de Vogüé, représentant du Château de Vaux-le-Vicomte, et de Caroline Désert, Manager OTA à Disneyland Paris®.**

Le marché britannique, premier marché international du territoire, se caractérise par une forte appétence pour les expériences authentiques : rencontres avec des artisans, ateliers, dégustations et immersion dans l'art de vivre à la française. Très mobiles, ces visiteurs accordent une grande importance à la qualité de l'accueil et des prestations.

Consulter la fiche marché britannique

Le marché américain se distingue quant à lui par une clientèle exigeante, en quête d'expériences exclusives et personnalisées. Jean-Charles de Vogüé souligne l'importance d'un travail de long terme avec les intermédiaires et d'une organisation irréprochable pour répondre aux attentes d'une clientèle à la fois exigeante et aisée.

Consulter la fiche du marché américain

Les intervenants ont enfin rappelé **l'importance croissante des outils numériques et des réseaux sociaux en langue anglaise** dans la promotion des offres touristiques à l'international.



Les échanges ont également mis en évidence des enjeux transversaux, parmi lesquels **la maîtrise de l'anglais comme standard d'accueil, la digitalisation des parcours clients, le développement d'expériences innovantes et la question de la mobilité, notamment sur le « dernier kilomètre »**.

Sur ce point, Seine-et-Marne Attractivité a indiqué qu'un groupe de travail réunissant les acteurs concernés serait organisé dans le courant de l'année afin d'engager une réflexion collective et de faire émerger des solutions concrètes.

À travers cette édition 2026 des Rencontres départementales du tourisme, **Seine-et-Marne Attractivité confirme son engagement aux côtés des professionnels** pour mieux comprendre les évolutions du secteur, renforcer l'attractivité du territoire et adapter l'offre touristique aux attentes des clientèles.
Pour accompagner cette démarche, l'agence met à disposition des acteurs des **fiches marchés dédiées aux principales clientèles internationales** présentes sur le territoire (britannique, allemande, belge, néerlandaise et américaine).

Les consulter en ligne sur le site pro de Seine-et-Marne Attractivité

Contact Presse :

Soeraja Van Riel
LD. 01 60 39 60 65/
Mobile 06 38 95 13 04
soeraja.vanriel@attractivite77.fr

A propos de Seine-et-Marne Attractivité

Seine-et-Marne Attractivité œuvre au développement et à la promotion du territoire, en accompagnant les acteurs locaux dans la structuration et la valorisation de l'offre touristique.