

### LES RENDEZ-VOUS ET CONTACTS PROFESSIONNELS, PRINCIPAUX MOTIFS DE DÉPLACEMENTS

33,9 % des touristes français et internationaux viennent à Paris Île-de-France dans le cadre d'un séjour professionnel ou mixte. Près de la moitié de ces séjours (49,6 %) sont occasionnés par des rendez-vous et contacts professionnels, près de 2 sur 10 (17,9 %) par des séminaires et événements d'entreprise et 14,0 % par des études, stages et formations.

### DES VOYAGEURS D'AFFAIRES MAJORITAIREMENT FRANÇAIS

Plus des deux tiers (67,7 %) de la clientèle d'affaires proviennent de France, près d'1 visiteur sur 5 (19,3 %) des marchés européens notamment du Royaume-Uni (2,5 %), d'Italie (2,4 %) et de Belgique (2,4 %) et 13,0 % des marchés lointains principalement des États-Unis (2,2 %), de Chine (1,7 %) et du Maghreb (1,2 %). Pour la clientèle française, les principales régions émettrices sont Auvergne-Rhône-Alpes (17,4 %), Provence-Alpes-Côte d'Azur (10,9 %) et Hauts-de-France (10,5 %).

### UN RECOURS IMPORTANT À L'HÔTELLERIE 3 ÉTOILES

Les sites Internet sont les principaux moyens d'information pour l'hébergement (40,9 %) suivis par les entreprises (36,6 %). Ce sont également les 2 principaux moyens de réservation (avec respectivement 39,8 % et 38,5 %). Près des deux tiers de la clientèle d'affaires (63,0 %) séjournent à l'hôtel. Près de la moitié des touristes (49,8 %) ont choisi un hôtel 3 étoiles et plus d'un quart (26,8 %) un établissement haut de gamme.

### DES VISITES CULTURELLES QUI AGRÈMENT LES DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS

61,8 % des voyageurs professionnels ont visité des musées et monuments lors de leurs déplacements à Paris Île-de-France. 59,4 % en ont profité pour se promener en ville, 34,1 % ont fait du shopping, 26,9 % ont visité des parcs et jardins et 23,5 % ont découvert la gastronomie française. Si 42,1 % des voyageurs d'affaires ont déclaré ne visiter aucun site, 28,4 % se sont rendus à la tour Eiffel, 22,2 % à Notre-Dame de Paris, 21,3 % à l'Arc de triomphe, 21,0 % au musée du Louvre et 20,5 % au Sacré-Cœur de Montmartre.

### DES VOYAGEURS D'AFFAIRES SATISFAITS MAIS EXIGEANTS

Plus de 9 touristes d'affaires sur 10 ont déjà séjourné à Paris Île-de-France (92,0 %) et plus des deux tiers (70,5 %) souhaitent y revenir d'ici 1 à 2 ans. Ils dépensent en moyenne 130 € par jour et par personne dont près de la moitié pour l'hébergement (48,3 %). Au total, ce sont donc 7,9 milliards d'euros de retombées économiques qui sont générés par la clientèle d'affaires. Plus de 9 touristes d'affaires sur 10 sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France (90,5 %).



**33,9 %**

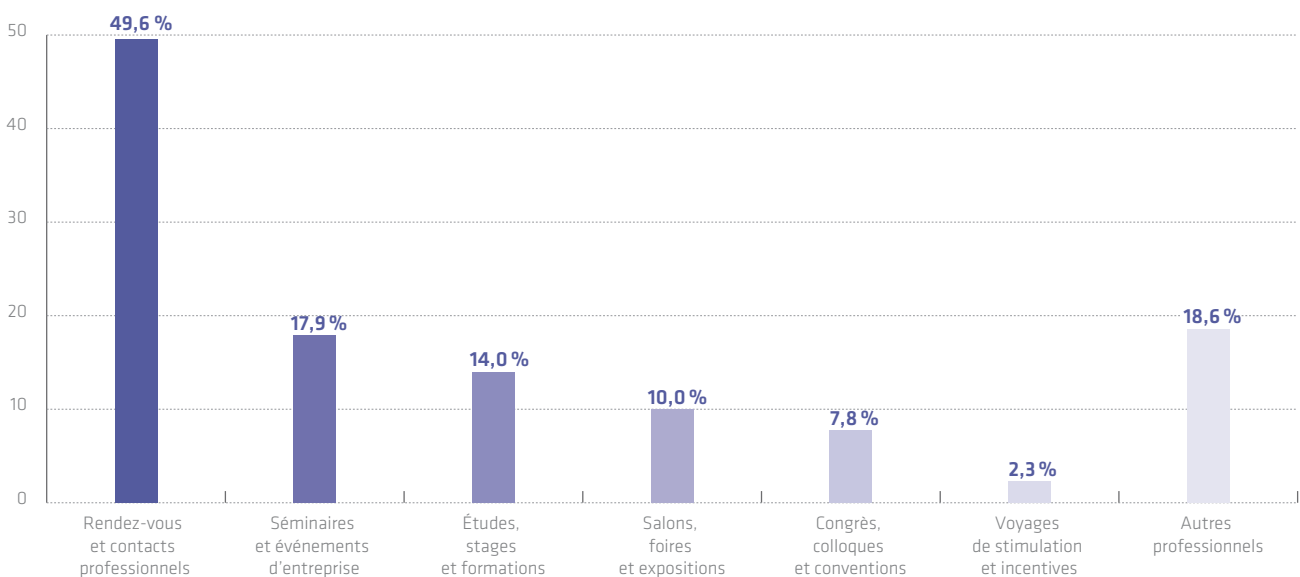
de séjours professionnels et mixtes



**7,9 milliards d'euros**

de recettes générées par la clientèle d'affaires

### MOTIFS DÉTAILLÉS DES SÉJOURS PROFESSIONNELS



Total supérieur à 100% car plusieurs réponses possibles.



### Quel est votre bilan pour 2017, à Paris et dans sa région ?

Il est excellent. Nous avons connu une croissance de 8 % de notre chiffre d'affaires, qui s'est même accélérée ce semestre. Berceau de notre Groupe, Paris et sa région restent pour nous d'une importance stratégique, avec deux tiers de nos 64 lieux de séminaires ou d'événements. Nos clients sont de grands groupes internationaux et notre développement dans les pays voisins a, par une sorte d'essaimage croisé, diversifié notre clientèle, dont 15 % viennent désormais de l'étranger. Autre évolution notable : l'apparition de grandes agences d'événementiel dans notre top 5, directement liée à l'élargissement de notre typologie de lieux, avec les marques City, Campus, College et Event. Or, ces marques sont principalement représentées à Paris et dans sa région.

### La destination garde donc tout son attrait ?

Plus que jamais. Le séminaire "au vert" en Île-de-France, dans un cadre exceptionnel, à portée d'un aéroport, d'une grande gare ou du centre de Paris, fait autant rêver nos clients d'Europe du Nord que le soleil d'Espagne ou d'Italie. L'art de vivre à la française, et notamment la gastronomie, revient d'ailleurs régulièrement en tête de nos questionnaires de satisfaction. Quant à nos clients locaux, la migration actuelle des sièges sociaux parisiens vers la Petite Couronne renforce le côté pratique des abords immédiats de Paris.

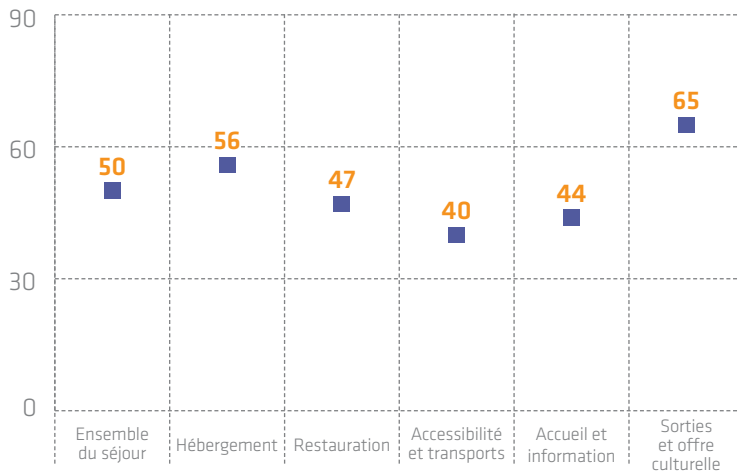
### Quels sont alors les défis qui vous attendent ?

À la fois préserver la singularité de notre "ADN", qui tient avant tout dans la "chaleur ajoutée" de nos équipes, et continuer à nous diversifier, avec une nouvelle marque, Home, portée par des lieux créés dans des entreprises désireuses d'offrir notre univers à leurs collaborateurs, tout en partageant leurs espaces de réunions avec d'autres entreprises. Le Metropolitan, boulevard Berthier, en donne une bonne idée : c'est une véritable invitation au voyage, aux frontières des nouvelles pratiques collaboratives.

### Béatrice Bonnet

Directrice du Développement Commercial et de la Stratégie du Groupe Châteauform'

### NIVEAU DE SATISFACTION



Indice de satisfaction = % très satisfaits + 1/2 % satisfaits - 1/2 % insatisfaits - % très insatisfaits  
 Pour information :  
 Échelle ordonnée : 90 Indice excellent / 60 Indice satisfaisant / 30 Indice mauvais

	LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES FRANÇAISE	LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES INTERNATIONALE
Nombre de séjours	11,0 millions	5,3 millions
Durée de séjour	3,0 nuits	5,2 nuits
Repeaters	97,9 %	79,8 %
Séjours à l'hôtel	60,6 %	68,0 %
Satisfaction	89,6 %	92,5 %
Dépense moyenne par jour et par personne	115 €	148 €
Budget moyen du séjour par personne	348 €	768 €
Consommation touristique	3,8 milliards d'euros	4,0 milliards d'euros
Intention de revenir d'ici 1 à 2 ans	72,7 %	65,9 %

### Nos suggestions

- Développer des produits et services pour fidéliser la clientèle d'affaires
- Offrir des informations pratiques et un accueil spécifique à cette clientèle soucieuse de l'optimisation de son séjour
- Porter une attention particulière à la propreté, à la sécurité ainsi qu'au rapport qualité-prix de l'hébergement

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les axes d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROPLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2017.

## MOTIFS DÉTAILLÉS

### RENDEZ-VOUS ET CONTACTS PROFESSIONNELS

**49,6 %** > LE PLUS IMPORTANT SEGMENT DE LA CLIENTÈLE PROFESSIONNELLE

Part des séjours professionnels	49,6 %	
Part de la clientèle française	70,3 %	+2,6 points
Durée de séjour	2,8 nuits	-1,0 nuit
Repeaters	94,8 %	+2,8 points
Information par l'entreprise	41,2 %	+4,6 points
Réservation par l'entreprise	42,9 %	+4,4 points
Hébergement marchand	77,8 %	+3,6 points
Sites visités		
- Tour Eiffel	21,0 %	-7,4 points
- Notre-Dame de Paris	17,6 %	-4,7 points
- Sacré-Cœur de Montmartre	16,7 %	-3,8 points
Dépense moyenne par jour et par personne	161 €	+24,1 %
Budget moyen du séjour par personne	446 €	-7,8 %
Taux de satisfaction	90,9 %	+0,4 point
Intention de revenir d'ici 1 à 2 ans	70,7 %	+0,1 point

### SÉMINAIRES ET ÉVÉNEMENTS D'ENTREPRISE

**80,1 %** > LA PROPORTION LA PLUS IMPORTANTE DE CLIENTÈLE FRANÇAISE

Part des séjours professionnels	17,9 %	
Part de la clientèle française	80,1 %	+12,4 points
Durée de séjour	3,1 nuits	-0,6 nuit
Repeaters	93,4 %	+1,3 point
Information par l'entreprise	44,9 %	+8,2 points
Réservation par l'entreprise	47,6 %	+9,0 points
Hébergement marchand	81,2 %	+6,9 points
Sites visités		
- Tour Eiffel	26,4 %	-2,0 points
- Notre-Dame de Paris	18,5 %	-3,7 points
- Sacré-Cœur de Montmartre	18,2 %	-2,2 points
Dépense moyenne par jour et par personne	151 €	+13,0 %
Budget moyen du séjour par personne	468 €	-3,6 %
Taux de satisfaction	91,6 %	+1,1 point
Intention de revenir d'ici 1 à 2 ans	73,7 %	+3,1 points

### ÉTUDES, STAGES ET FORMATIONS

**37,8 %** > LA PROPORTION LA PLUS IMPORTANTE D'HÉBERGEMENT NON MARCHAND

Part des séjours professionnels	14,0 %	
Part de la clientèle française	70,3 %	+2,6 points
Durée de séjour	6,9 nuits	+3,2 nuits
Repeaters	91,8 %	-0,3 point
Information par Internet	43,0 %	+2,0 points
Réservation par Internet	42,0 %	+2,2 points
Hébergement marchand	62,2 %	-12,0 points
Sites visités		
- Tour Eiffel	44,4 %	+16,0 points
- Notre-Dame de Paris	36,6 %	+14,4 points
- Sacré-Cœur de Montmartre	35,3 %	+14,8 points
Dépense moyenne par jour et par personne	82 €	-36,6 %
Budget moyen du séjour par personne	566 €	+17,0 %
Taux de satisfaction	93,1 %	+2,6 points
Intention de revenir d'ici 1 à 2 ans	70,9 %	+0,4 point

### SALONS, FOIRES ET EXPOSITIONS

**93,1 %** > LE MEILLEUR TAUX DE SATISFACTION GLOBALE

Part des séjours professionnels	10,0 %	
Part de la clientèle française	73,1 %	+5,4 points
Durée de séjour	3,5 nuits	-0,2 nuit
Repeaters	94,4 %	+2,3 points
Information par Internet	53,7 %	+12,8 points
Réservation par Internet	50,6 %	+10,8 points
Hébergement marchand	75,2 %	+1,0 point
Sites visités		
- Tour Eiffel	29,4 %	+1,0 point
- Notre-Dame de Paris	25,7 %	+3,5 points
- Sacré-Cœur de Montmartre	25,0 %	+4,5 points
Dépense moyenne par jour et par personne	148 €	+14,0 %
Budget moyen du séjour par personne	524 €	+8,4 %
Taux de satisfaction	93,1 %	+2,6 points
Intention de revenir d'ici 1 à 2 ans	77,7 %	+7,2 points

## CONGRÈS, COLLOQUES ET CONVENTIONS

**60,2 %** > LA PROPORTION LA PLUS IMPORTANTE DE VISITEURS ISSUS DES PCS+<sup>1</sup>

Part des séjours professionnels	7,8 %	
Part de la clientèle française	69,9 %	+2,2 points
Durée de séjour	3,5 nuits	-0,2 nuit
Repeaters	91,6 %	-0,5 point
Information par Internet	50,4 %	+9,5 points
Réservation par Internet	46,4 %	+6,6 points
Hébergement marchand	75,1 %	+0,9 point
Sites visités		
- Tour Eiffel	33,6 %	+5,2 points
- Musée du Louvre	25,7 %	+4,7 points
- Notre-Dame de Paris	25,5 %	+3,3 points
Dépense moyenne par jour et par personne	165 €	+26,9 %
Budget moyen du séjour par personne	573 €	+18,5 %
Taux de satisfaction	92,6 %	+2,1 points
Intention de revenir d'ici 1 à 2 ans	76,1 %	+5,6 points

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

## VOYAGES DE STIMULATION ET INCENTIVES

**76,7 %** > LA PROPORTION LA PLUS IMPORTANTE DE CLIENTÈLE INTERNATIONALE

Part des séjours professionnels	2,3 %	
Part de la clientèle internationale	76,7 %	+44,4 points
Durée de séjour	4,6 nuits	+0,9 nuit
Repeaters	67,5 %	-24,5 points
Information par Internet	56,1 %	+15,2 points
Réservation par Internet	54,2 %	+14,3 points
Hébergement marchand	85,6 %	+11,3 points
Sites visités		
- Tour Eiffel	70,7 %	+42,3 points
- Musée du Louvre	67,8 %	+46,8 points
- Notre-Dame de Paris	57,8 %	+35,6 points
Dépense moyenne par jour et par personne	144 €	+10,9 %
Budget moyen du séjour par personne	668 €	+38,1 %
Taux de satisfaction	91,8 %	+1,3 point
Intention de revenir d'ici 1 à 2 ans	65,0 %	-5,6 points

Les données exprimées en « points » sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle d'affaires.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2017.