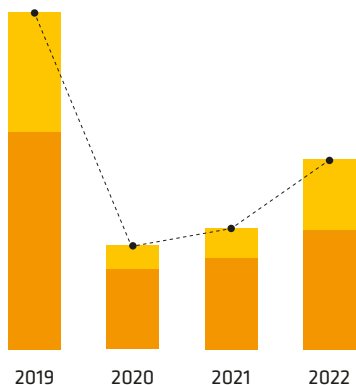


LE TOURISME D'AFFAIRES

NOMBRE DE TOURISTES D'AFFAIRES⁽¹⁾ EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIONS)

Les touristes d'affaires sont à l'origine de 20% des séjours effectués en 2022.

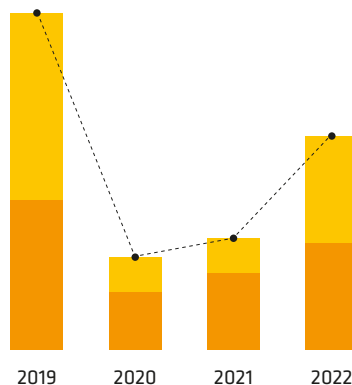
15,8	5,0	5,7	8,9
5,6	1,1	1,4	3,3
10,2	3,8	4,3	5,6



CONSOMMATION TOURISTIQUE EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIARDS D'€)

Les touristes d'affaires sont à l'origine de 25% de la consommation touristique en 2022.

8,0	2,2	2,6	5,0
4,4	0,8	0,8	2,5
3,5	1,4	1,8	2,5



● Français ● Internationaux ● Global

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

8,9

millions de touristes d'affaires, +57% par rapport à l'année 2021 et -43% par rapport à 2019

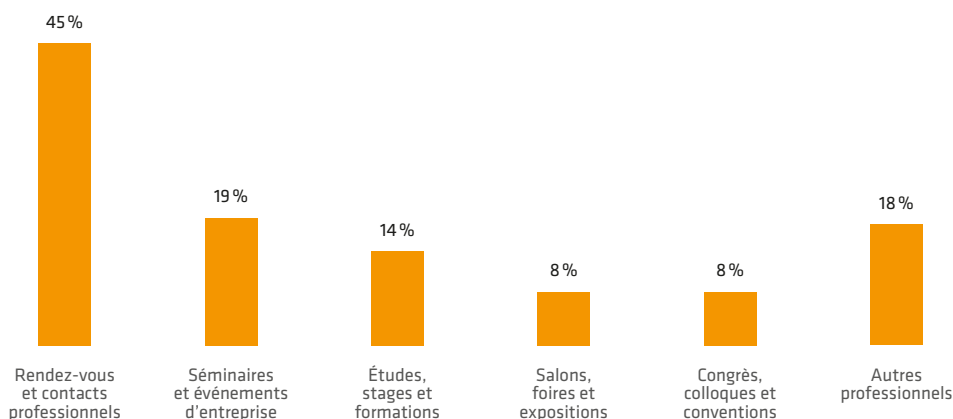
40,3

millions de nuitées, +91% par rapport à l'année 2021 et -37% par rapport à 2019

5,0

milliards d'euros de consommation touristique, +91% par rapport à l'année 2021 et -37% par rapport à 2019

MOTIFS DES SÉJOURS D'AFFAIRES



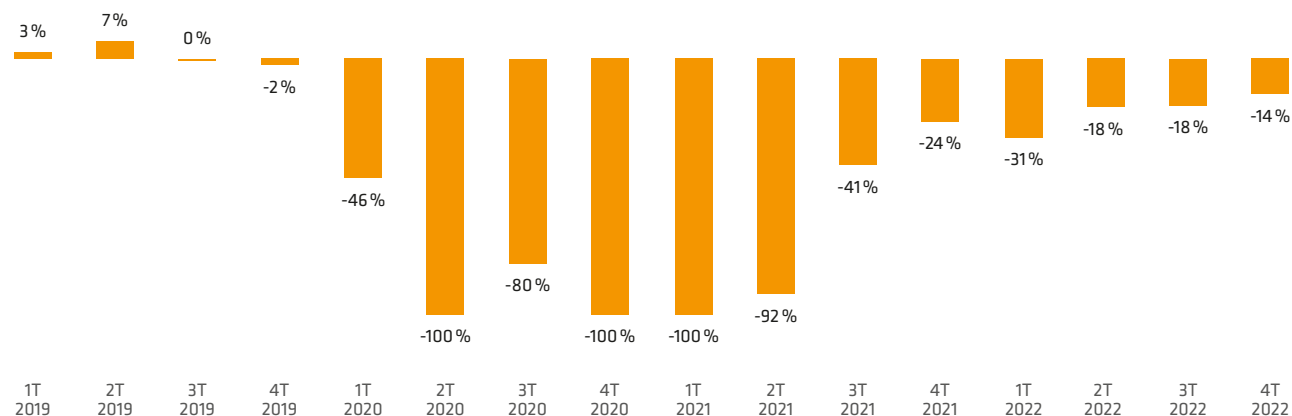
L'ANNÉE 2022 SE SITUE DANS LA CONTINUITÉ DE LA REPRISE AMORCÉE EN 2021

Les salons franciliens ont enregistré de bons résultats en 2022, même si l'activité n'a pas encore totalement retrouvé les niveaux d'avant la crise sanitaire. La tendance, nettement orientée à la hausse, constitue un signal encourageant. Bien qu'aucun salon n'ait été annulé, l'impact des chocs successifs aura toutefois été non négligeable. En effet, le nombre d'exposants et de visiteurs, en particulier étrangers, n'a pas retrouvé les niveaux observés habituellement.

Impact économique de la crise sanitaire sur l'activité salons en 2022

- > **Aucun salon annulé**
- > **2,6 millions de visiteurs ont annulé leur venue**
- > **1,1 milliard d'euros de retombées économiques perdues pour le territoire**
- > **4,4 milliards d'euros de ventes non réalisées par les entreprises**

ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION DES VISITEURS DES SALONS PROFESSIONNELS FRANCILIENS (2019 À 2022)⁽²⁾



RECOMMANDATIONS MARKETING

- Proposer des services digitaux innovants permettant de renforcer son attractivité et sa compétitivité
- Optimiser l'offre de transport et l'accessibilité des sites de congrès et d'exposition pour améliorer l'expérience client
- Développer de nouveaux services : des espaces de coworking dans les sites d'exposition, des activités de team building en marge des salons...

(1) Touristes venus pour motifs affaires et à la fois pour motifs affaires et loisirs.

(2) Pour 2022, le baromètre compare l'activité des salons s'étant tenus le trimestre écoulé aux mêmes manifestations de l'édition 2018 (dernière année paire comparable) pour les salons annuels, biennaux ou triennaux. De très nombreux salons ayant été annulés en 2020 et 2021, il est statistiquement impossible de comparer l'activité 2022 par rapport à celle de 2020 ou celle de 2021.

Sources : CCI Paris Île-de-France, dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, et auprès des touristes venus par la route - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SNCF Voyageurs, EUROSTAR, Thalys, FlixBus (BVA), résultats 2019-2022.