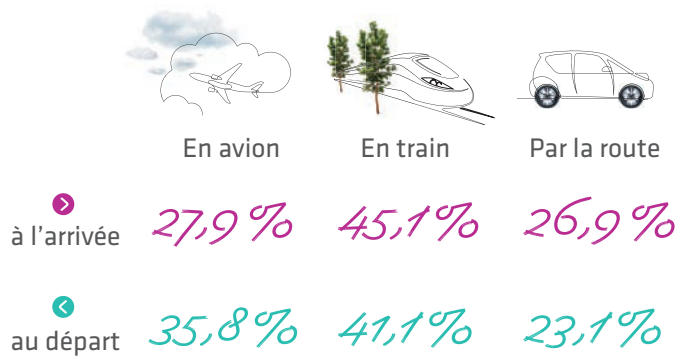


Les clientèles d'affaires*

- > 15 684 000 séjours
- > 63 788 000 nuitées
- > 7,9 milliards d'euros de consommation touristique
- > 505 € de budget moyen de séjour par personne
- > 67,6 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans



MODE DE TRANSPORT



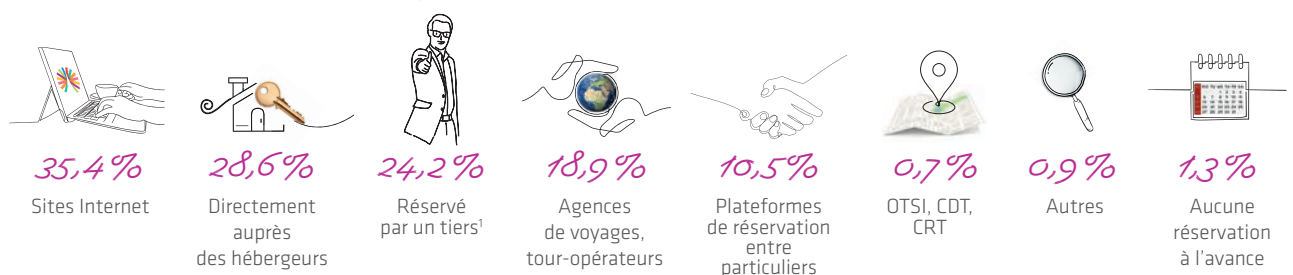
89,7 %
REPEATERS

10,3 %
PRIMO-VISITEURS

La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 79,2 % de repeaters et de 20,8 % de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

PRÈS D'UN QUART DES RÉSERVATIONS EFFECTUÉES PAR UN TIERS¹



Quel profil ?

Les touristes d'affaires ont un âge moyen (42 ans) inférieur à celui de l'ensemble des clientèles (43 ans). Ils sont issus des CSP+¹ pour plus de 4 personnes sur 10 (43,2 %, +10,7 points), des employés pour 25,1 % (-1,3 point) et des artisans, commerçants et chefs d'entreprise pour 8,0 % (+2,1 points). Ils proviennent majoritairement de France (64,7 %), notamment d'Auvergne-Rhône-Alpes (16,7 %), de Provence-Alpes-Côte d'Azur (11,1 %) et de Nouvelle-Aquitaine (9,5 %). Les touristes internationaux sont originaires principalement d'Italie (2,7 %), des États-Unis (2,6 %) et d'Espagne (2,4 %).

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

Quel type de voyage ?

Ils viennent seuls (60,6 %, +24,9 points), entre collègues (13,9 %, +9,3 points) ou en couple (10,8 %, -14,6 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 84,0 % (+4,6 points). Leur séjour fait partie d'un circuit France pour 10,7 % (-2,0 points) et d'un circuit Europe pour 6,4 % (-3,0 points). Les touristes d'affaires voyagent en individuel non organisé pour 56,5 % (-23,5 points). Ils sont 31,3 % (+21,0 points) à effectuer un voyage organisé

par leur entreprise, 7,9 % (+3,3 points) à préférer les groupes organisés et 4,2 % (-0,8 point) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur. Les principaux motifs de leur séjour sont les rendez-vous et contacts professionnels (45,9 %), les séminaires et évènements d'entreprise (17,9 %), les études, stages et formations (13,4 %), les salons, foires et expositions (10,6 %) et les congrès, colloques et conventions (8,1 %).

Quel hébergement ?

Les trois quarts des séjours (75,1 %, +11,6 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 62,5 % (47,8 % en 3 étoiles et 33,9 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (5,1 %) et les résidences hôtelières (2,8 %). Les résidences principales de parents (10,1 %) et d'amis (8,3 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

Quelles activités ?

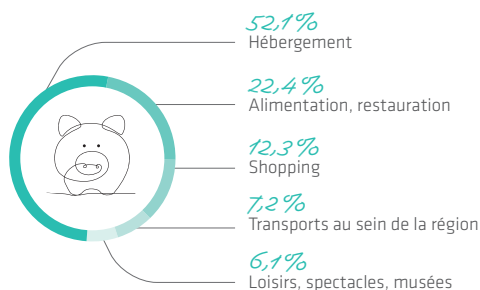
Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (59,1%), les promenades en ville (57,8 %)

ainsi que le shopping (34,2 %). Les touristes d'affaires effectuent moins d'activités (3,2 activités en moyenne) que l'ensemble des clientèles (3,6 activités en moyenne). Ils sont ainsi moins intéressés par les visites de parcs et jardins (26,8 %, -9,8 points), celles des musées et monuments (-9,7 points), les promenades en ville (-8,9 points), les parcs d'attractions (13,7 %, -7,0 points) ou le shopping (-4,7 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (30,5 %), le musée du Louvre (23,0 %), Notre-Dame de Paris (21,1%), l'Arc de triomphe (20,7%) et le Sacré-Cœur de Montmartre (19,7%). Plus de 4 touristes d'affaires sur 10 (40,7 %, +14,8 points) n'ont visité aucun site touristique pendant leur séjour. Ainsi, ils sont notamment moins nombreux à visiter les "classiques" de la destination : la tour Eiffel (-10,7 points), l'Arc de triomphe (-8,7 points), le musée du Louvre (-7,6 points), le Sacré-Cœur de Montmartre (-7,2 points) ou Notre-Dame de Paris (-7,0 points).

PLUS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les touristes d'affaires, dont la dépense moyenne par jour et par personne (124 €) est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles (111 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+5,9 points) et moins importante aux loisirs (-2,5 points).

Leurs particularités

- Principalement issus des CSP+
- Prédominance des séjours en solo ou entre collègues
- Fort recours aux hébergements marchands, notamment à l'hôtel
- Un niveau de satisfaction globalement moins bon
- Plus de réservations effectuées à la dernière minute

Nos suggestions

- Offrir des informations pratiques et un accueil spécifique à cette clientèle soucieuse de l'optimisation de son séjour
- Développer des produits et services pour fidéliser la clientèle d'affaires
- Mieux communiquer sur les offres évènementielles de la destination

DES TOURISTES MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE DE TRANSPORTS ET D'ACCUEIL



88,6%

Ensemble du séjour



93,2%

Sorties et offre culturelle



89,5%

Hébergement



86,7%

Restauration



83,5%

Accueil et information



80,5%

Accessibilité et transports

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 92,1 %.

Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble des clientèles. 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, EUROPLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2019.