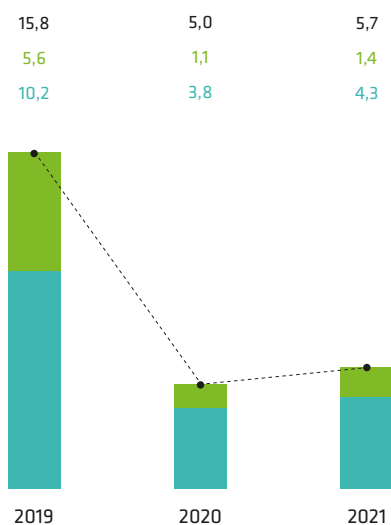


# LE TOURISME D'AFFAIRES

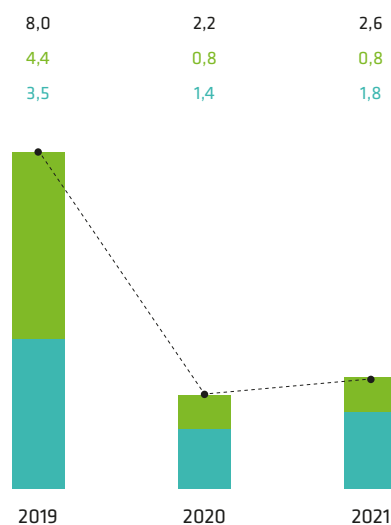
## NOMBRE DE TOURISTES D'AFFAIRES<sup>(1)</sup> EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIONS)

Les touristes d'affaires<sup>(1)</sup> sont à l'origine de 25 % des séjours effectués en 2021.



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

Les touristes d'affaires<sup>(1)</sup> sont à l'origine de 31% de la consommation touristique en 2021.



● Français ● Internationaux ● Global

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

## PRINCIPAUX CHIFFRES 2021

### 5,7

millions de touristes d'affaires, +14 % par rapport à l'année 2020 et -64 % par rapport à 2019

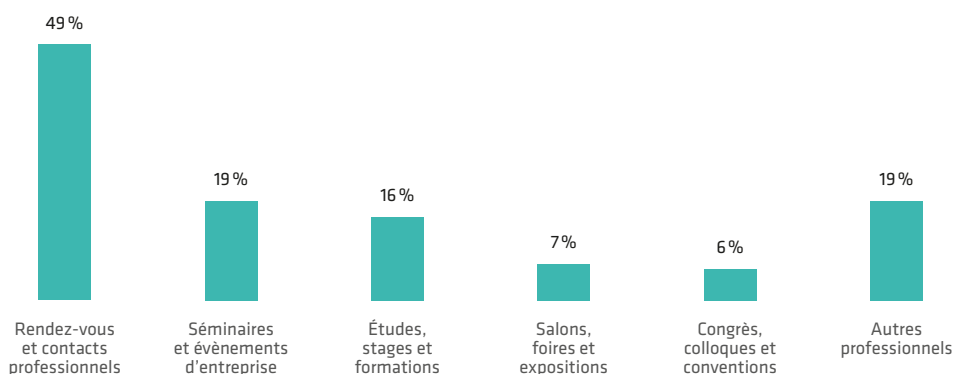
### 21,1

millions de nuitées, +12 % par rapport à l'année 2020 et -67 % par rapport à 2019

### 2,6

milliards d'euros de consommation touristique, +17 % par rapport à l'année 2020 et -67 % par rapport à 2019

## MOTIFS DES SÉJOURS D'AFFAIRES<sup>(2)</sup>



(2) Plusieurs réponses possibles.

## L'ANNÉE 2021 EST SYNONYME DE REPRISE DE L'ACTIVITÉ DES SALONS EN ÎLE-DE-FRANCE.

Si aucun salon n'a pu se tenir en présentiel dans les 21 principaux sites d'exposition et de congrès franciliens entre janvier et mi-juin 2021, les derniers mois de l'année 2021, marqués par un allègement des restrictions sanitaires, ont permis leur reprise.

Le 4<sup>e</sup> trimestre 2021 enregistre d'ailleurs les meilleurs résultats depuis janvier 2020 en matière de fréquentation des visiteurs, en restant toutefois en retrait par rapport à celle constatée en 2019.

### Impact économique de la crise sanitaire sur l'activité salons en 2021<sup>(3)</sup>

> 202 salons en présentiel annulés

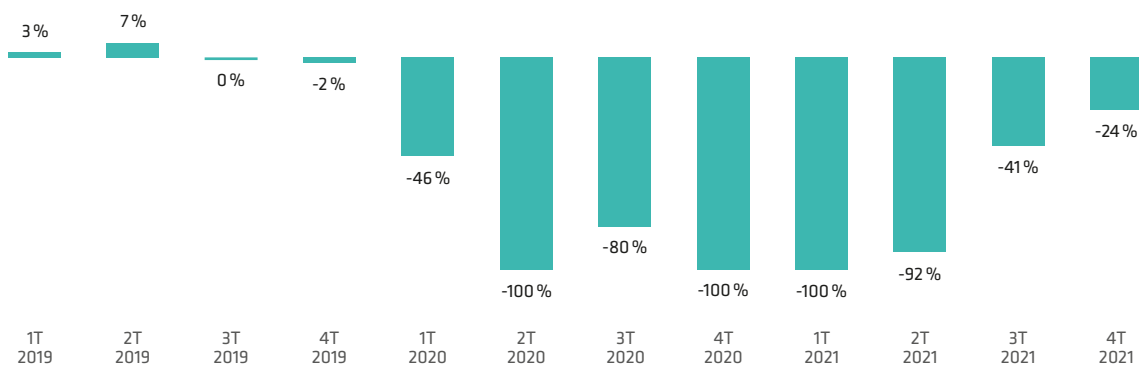
> 4,2 millions de visiteurs ont annulé leur venue

> 2,2 milliards d'euros de retombées économiques perdues pour le territoire

> 9,3 milliards d'euros de ventes non réalisées par les entreprises

(3) résultats provisoires

## ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION DES VISITEURS DES SALONS PROFESSIONNELS FRANCILIENS



## RECOMMANDATIONS MARKETING

→ Proposer des services pour fluidifier l'expérience sur les lieux de rencontre ainsi qu'au sein de la destination dans son ensemble

→ Prendre davantage en considération les dimensions environnementales et numériques dans l'organisation d'événements professionnels

→ Développer le segment *bleisure* particulièrement important pour notre destination