



**16 432 000**  
séjours

**62 728 000**  
nuitées

**7,7 milliards**  
d'euros de consommation touristique

**472 €**  
de budget moyen de séjour  
par personne

**71,1%**  
souhaitent revenir  
à Paris Île-de-France  
d'ici 1 à 2 ans

# LES CLIENTÈLES D'AFFAIRES\*

## QUEL PROFIL ?

Les touristes d'affaires ont un âge moyen (42 ans) identique à celui de l'ensemble des clientèles. Ils sont issus des CSP+<sup>1</sup> pour plus de 4 personnes sur 10 (43,1%, +10,1 points), employés pour 26,1% (+0,2 point) et professions intermédiaires pour 8,3% (+0,4 point). Ils proviennent majoritairement de France (66,7%), notamment d'Auvergne-Rhône-Alpes (17,5%), de Provence-Alpes-Côte d'Azur (10,6%) et d'Occitanie (9,9%). Les touristes internationaux sont originaires principalement du Royaume-Uni (3,2%), d'Allemagne (2,6%) et des États-Unis (2,4%).

## QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Ils viennent seuls (60,5%, +25,0 points), entre collègues (15,4%, +10,2 points) ou en couple (10,1%, -15,0 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 82,4% (+3,2 points). Leur séjour fait partie d'un circuit France pour 11,4% (-0,3 point) et d'un circuit Europe pour 8,1% (-2,8 points). Les touristes d'affaires voyagent en individuel non organisé pour 57,9% (-23,2 points). Ils sont 31,7% (+20,9 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise, 6,4% (+2,7 points) à préférer les groupes

organisés et 4,0% (-0,4 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 (50,3%), les séminaires et événements d'entreprise (17,8%), les études, stages et formations (12,5%), les salons, foires et expositions (11,2%) et les congrès, colloques et conventions (8,1%).

## QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de 7 séjours sur 10 (72,8%, +9,1 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 61,5% (51,6% en 3 étoiles et 29,0% en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (3,7%) et les résidences hôtelières (2,9%). Les résidences principales de parents (11,0%) et d'amis (8,4%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

## QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (60,7%), les promenades en ville (58,4%) ainsi que le shopping (32,0%). Les touristes d'affaires effectuent moins d'activités (3,1 activités en

moyenne) que l'ensemble des clientèles (3,7 activités en moyenne). Ils sont ainsi moins intéressés par les visites de parcs et jardins (26,4%, -12,5 points), celles des musées et monuments (-11,4 points), les promenades en ville (-10,5 points), le shopping (-8,7 points), les parcs d'attractions (12,7%, -7,1 points) ou la gastronomie française (24,5%, -4,5 points).

## QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (28,3%), Notre-Dame de Paris (20,8%), le musée du Louvre (20,3%), le Sacré-Cœur de Montmartre (20,1%) et l'Arc de triomphe (18,3%). Plus de 4 touristes d'affaires sur 10 (42,7%, +16,2 points) n'ont visité aucun site touristique pendant leur séjour. Ainsi, ils sont moins nombreux à visiter les "classiques" de la destination, notamment la tour Eiffel (-13,6 points), l'Arc de triomphe (-11,6 points), Notre-Dame de Paris (-11,5 points) ou le musée du Louvre (-10,8 points). Ils sont également moins nombreux à se rendre à Disneyland® Paris (8,4%, -5,8 points), au musée d'Orsay (9,5%, -4,0 points) ou au château de Versailles (6,8%, -3,5 points).

\* Les clientèles d'affaires comprennent les touristes venus pour motifs professionnels et à la fois pour motifs professionnels et personnels.

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



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	25,2%	46,0%	28,8%
Départ	31,6%	42,7%	25,7%



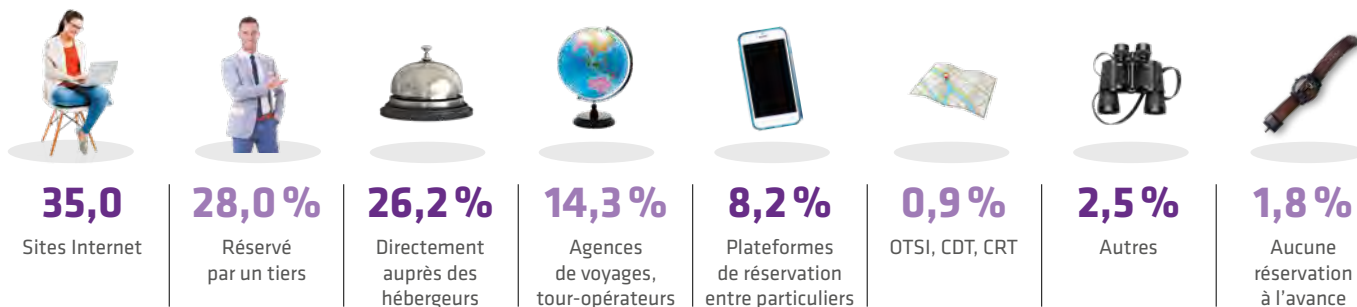
**90,8%**  
Repeaters

**9,2%**  
Primo-visiteurs

La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 79,3% de repeaters et de 20,7% de primo-visiteurs.

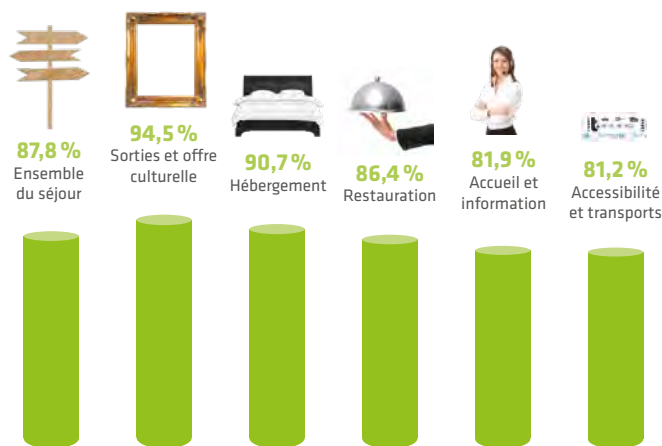
Période de référence : les 5 dernières années.

### PLUS D'UN QUART DES RÉSERVATIONS EFFECTUÉES PAR UN TIERS<sup>1</sup>



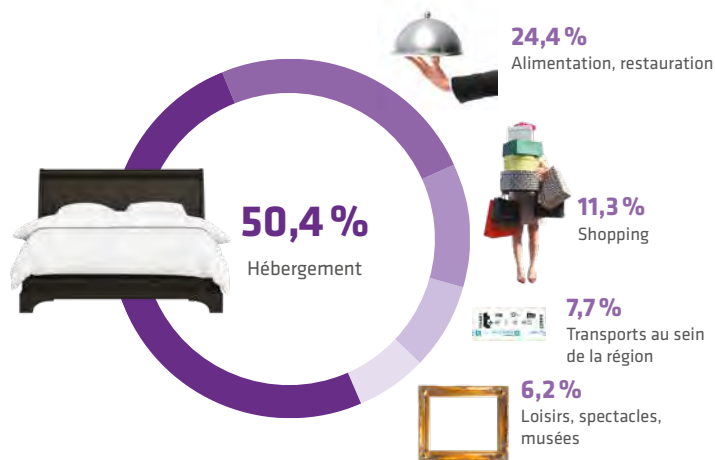
Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.  
1 - Entreprises, parents, amis.

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



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 92,0%.

### 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 (113 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+7,5 points) et moins importante au shopping (-3,8 points) et aux loisirs (-3,1 points).

### Leurs particularités

- Principalement issus des CSP+
- Prédominance des séjours en solo ou entre collègues
- Fort recours aux hébergements marchands notamment à l'hôtel
- Peu d'activités pratiquées et de sites touristiques visités

- Budget de séjour plus important dédié principalement à l'hébergement

### 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 l'offre événementielle de la destination