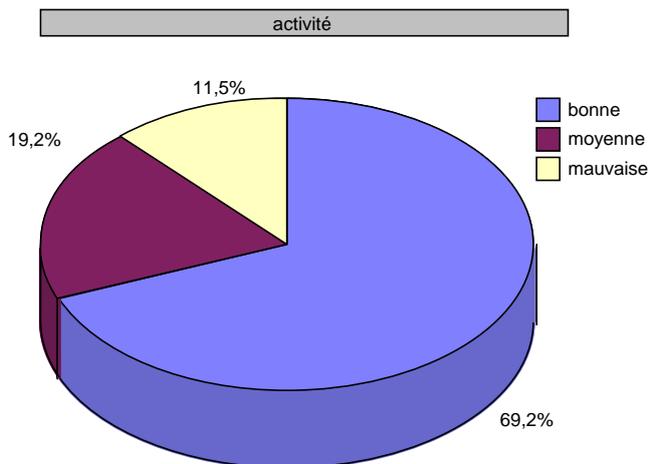


## Les principaux résultats de l'enquête en ligne sur le Tourisme d'affaires

Afin de réaliser un état des lieux de la filière et de mesurer l'évolution par rapport à 2010, une **enquête en ligne a été réalisée en janvier 2012** auprès des 170 établissements du département. **Les résultats portent sur l'année 2011.** Il est à noter que le taux de participation est faible puisque seulement 15% des établissements ont répondu au questionnaire.

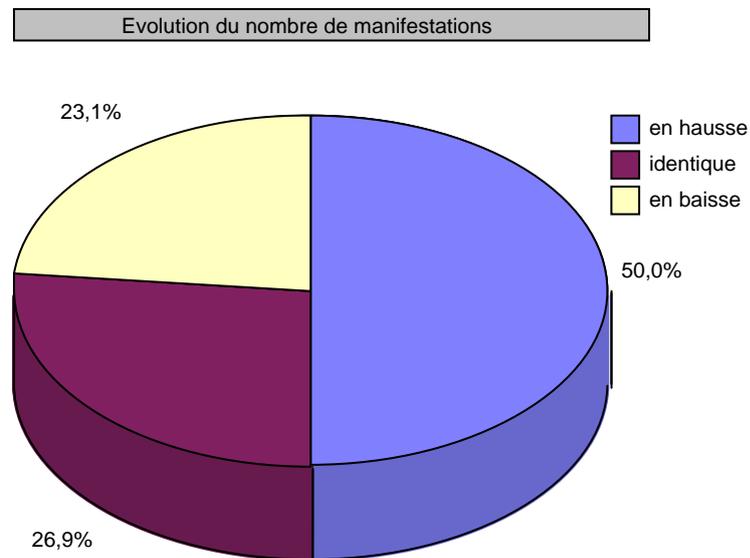
### *Les caractéristiques des manifestations*

En 2011, **69% des professionnels du tourisme d'affaires dans le Val-de-Marne ont jugé leur activité « bonne ».** Cette part augmente de 4 points par rapport à 2010.



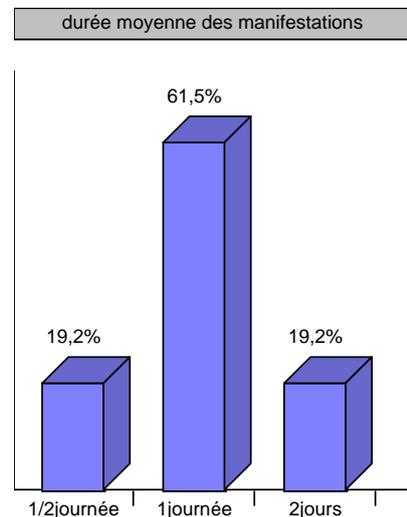
En 2011, un établissement val-de-marnais a accueilli en moyenne **211 manifestations** toutes typologies confondues. Ce nombre est en forte hausse (+ 90%) par rapport à 2010.

Les séminaires arrivent en tête des manifestations organisées avec 169 séminaires en moyenne par établissement, suivis des manifestations événementielles (40 en moyenne par établissement), des Conventions/ Congrès (19) et des incentives (10).



**Par rapport à 2010, le nombre total de manifestations est en hausse pour la moitié des établissements.** Ce sont notamment les séminaires et les évènements qui ont tendance à augmenter.

Le nombre moyen de participants par manifestation est de **71 personnes** (en hausse de 78% par rapport à 2010). Ce sont les évènements qui accueillent le plus grand nombre de participants en moyenne (150), suivis des conventions congrès (122) et des incentives (113).



**Pour plus de 6 sites sur 10, les manifestations durent en moyenne 1 journée.**

**Les mois de juin, octobre, mai et septembre sont les plus actifs en termes de tourisme d'affaires.**

**Le prix moyen d'une journée d'études est de 51 euros (stable par rapport à 2010) et le prix moyen du forfait résidentiel est de 135 euros (- 7% par rapport à 2010).**

### *La clientèle affaires*

**La clientèle tourisme d'affaires val-de-marnaise est originaire en priorité des autres départements d'Ile-de-France hors Paris (32%), du Val-de-Marne (30%), de Paris (25%), et du reste de la France (13%). La clientèle étrangère représente une part infime.**

**La clientèle affaires est issue en majorité du secteur banques/assurances (26%) et du secteur pharmaceutique/cosmétique (24%).**

### *Concurrence*

**La concurrence directe se fait majoritairement à l'échelle de la région Ile-de-France (50%) et au plan départemental (42%).**

### *Les résultats de l'étude*

Les actions dans lesquelles les sites souhaitent s'inscrire dans les réflexions menées par le service Affaires sont par ordre d'importance la réalisation de mailings ciblés, le développement d'une offre affaires combinée (réunion + repas, séminaire + soirée de gala, etc...), la participation à des salons professionnels et un travail sur l'image de la destination.