

Étude sur les retombées économiques de l'activité des foires et salons en France et en Île- de-France

juin 2011



Sommaire

1 - PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE	P. 3
2 - SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS	P. 9
3 - SALONS ENQUÊTÉS	P. 15
4 - PROFIL DES EXPOSANTS ET DES VISITEURS INTERROGÉS	P. 19
5 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES EXPOSANTS	P. 23
6 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES VISITEURS	P. 32
7 - ESTIMATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES	P. 45
8 - GLOSSAIRE	P. 62
9 - ANNEXES	P. 64

1 - PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE**2 - SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS****3 - SALONS ENQUÊTÉS****4 - PROFIL DES EXPOSANTS ET DES VISITEURS INTERROGÉS****5 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES EXPOSANTS****6 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES VISITEURS****7 - ESTIMATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES****8 - GLOSSAIRE****9 - ANNEXES**

1) Contexte

La mesure des retombées économiques de la filière Foires & Salons, vecteur prépondérant du développement du commerce, est un élément essentiel de la promotion de ce secteur vis-à-vis de ses actionnaires publics & privés et de ses clients. Cette mesure a donc toujours constitué une priorité pour les opérateurs qui ont individuellement ou collectivement développé des méthodes de calcul adaptées à leurs objectifs propres sur la base de méthodologies similaires. On citera, dans l'ordre chronologique, les travaux de la CCIP (étude annuelle Île-de-France), de FSCEF (pas d'études régulières mais calcul au cas par cas), de France Congrès et de plusieurs offices de tourisme.

Compte tenu de cette diversité, le Comité national de pilotage des foires, salons et congrès (CNPFS) a inscrit dans ses priorités l'homogénéisation des méthodes afin de disposer à terme d'un dispositif commun qui pourrait être utilisé par chacun avec des résultats validés par tous.

Un groupe de travail a été mis en place en 2008 à l'initiative de la CCIP, de FSCEF / OJS et du Comité des expositions de Paris (CEP) afin de recenser l'existant en France et à l'étranger et de formuler des recommandations sur les méthodes les plus adaptées et les priorités de mise en œuvre.

Côté **priorités**, le groupe de travail a recommandé :

- de reporter la mise à jour du calcul des transactions et les courants d'affaires générés par les manifestations professionnelles en raison de la difficulté et donc du coût de ce type d'étude. Cela reste toutefois une préoccupation majeure de la profession pour des raisons évidentes de positionnement par rapport à son marché;
- de concentrer l'exercice sur les dépenses des exposants et des visiteurs se tenant sur des sites dédiés et/ou a priori identifiés (sites enregistrés par les préfectures). L'instrument statistique préexistant sur un large champ (chiffres OJS), il restait à actualiser les ratios de dépenses par type de participants.

Côté **méthode (voir méthodologie en annexe page 72)**, c'est la **méthode microéconomique d'évaluation des dépenses** des exposants et des visiteurs, qui a été retenue :

- avantage : elle est plus fine et plus claire qu'un calcul macroéconomique et permet des calculs site par site, place par place, région par région, ce qui permet aux **opérateurs** français qui le souhaitent de mesurer les retombées locales;
- opportunité : le secteur dispose d'un instrument statistique ancien et désormais exhaustif sur le noyau dur et récurrent de l'activité (foires & salons).

Ces conclusions ont été validées par le comité national de pilotage des foires, salons et congrès sur la base d'un rapport confié au cabinet Second Axe.

Le groupe de travail CCIP / FSCEF / CEP a ainsi recommandé la réalisation d'une nouvelle campagne d'enquêtes s'appuyant sur le questionnaire-type proposé par la FSCEF et sur un **échantillon représentatif** de manifestations selon une combinaison de trois critères cumulés de segmentation (la nature du public visé - professionnel ou grand public -, le secteur économique – biens de consommation ou d'équipement-, le caractère national ou international – selon l'arrêté de reconnaissance internationale - de la manifestation).

La méthode d'échantillonnage a été déterminée par la CCIP et FSCEF / OJS. L'échantillonnage a été proposé pour l'Île-de-France par la CCIP et l'échantillonnage régional par l'OJS.

Une enquête-pilote, réalisée fin 2009 sur le salon Pollutec (organisateur Reed Exposition France), au Parc des expositions de Paris-Nord Villepinte) a été coordonnée et financée (15 000 € TTC) par la CCIP et mise en œuvre par les sociétés IPSOS et Médiamétrie. Il s'agissait de tester les modalités d'enquête (in situ pour les visiteurs et par téléphone ex post pour les exposants), la méthode **d'extrapolation des résultats**, le **questionnaire** et la pertinence des informations demandées, **le budget à mettre en œuvre pour disposer des informations sur l'ensemble de l'échantillon représentatif défini**.

Les résultats du test ont été satisfaisants tant au niveau de la cohérence des chiffres fournis, que des taux de réponse obtenus auprès des visiteurs et des exposants, qu'ils soient français ou étrangers. A l'issue de cette phase test, le questionnaire a été affiné à la marge et les modalités d'enquête ont été optimisées.

2) Mise en place d'un partenariat relatif à une étude sur les retombées économiques des foires, salons et congrès en France

En juin 2010, convaincus du caractère stratégique d'une étude sur le secteur pour sa reconnaissance et son développement, **le Comité des Expositions de Paris (CEP), la Chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCIP), Foires, Salons, Congrès et Événements de France (FSCEF), l'Office de Justification des Statistiques (OJS), France Congrès, VIPARIS, Atout France et la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS)**, ont décidé de signer une convention visant à mutualiser des moyens financiers qui permettront de lancer un programme d'enquêtes auprès des participants aux manifestations.

Ce projet s'est fixé pour ambition d'estimer les ratios de dépenses des acteurs de la profession du secteur des Foires & salons et de calculer les retombées économiques directes et celles liées au séjour des visiteurs & des exposants (hors transactions entre visiteurs et exposants). Pour se faire il conviendra d'appliquer ces ratios aux différentes données de participation des manifestations commerciales (surface, nombre d'exposants, nombre de visiteurs).

Les partenaires ont décidé de confier la réalisation des enquêtes terrain à un prestataire (interrogation des visiteurs et des exposants), de traiter eux même les résultats d'enquête et d'estimer les retombées économiques.

Dans ce cadre, la CCIP (avec l'appui de la FSCEF/OJS) a apporté les moyens humains nécessaires pour assurer la réalisation du cahier des charges, le suivi des prestataires retenus pour la réalisation des enquêtes visiteurs et exposants, le traitement statistique des résultats ainsi que le calcul final des retombées économiques.

Suite à cette étude sur le secteur des foires et salons, les partenaires se sont engagés à lancer le même type d'études dans le secteur spécifique des congrès.

3) Méthodologie et mise en œuvre du dispositif d'estimation des retombées économiques (voir annexes page 72)

3.1 Plan de sondage, choix des salons retenus en Île-de-France et en Province pour le recueil des données

Une série d'enquêtes terrain auprès d'exposants et de visiteurs ont été conduites à partir d'un **échantillon représentatif de 20 salons entre septembre 2010 et février 2011**⁽¹⁾. Cet échantillon détaillé en annexe, se veut représentatif⁽²⁾ des salons franciliens et provinciaux en termes de :

- Nature du public accueilli (11 salons professionnels / 9 salons grand public et mixtes),
- Secteurs d'activité (14 salons de biens de consommation et services / 6 de biens d'équipement),
- Audience des visiteurs (11 salons régionaux ou nationaux / 9 internationaux).

Les 20 salons proposés sur le territoire national représentent 17 370 exposants (9 % du nombre total d'exposants) et 2,325 millions de visiteurs (12 % du nombre total de visiteurs en France) sur un an.

Sur la base de cet échantillon de salons,

- **2 690 exposants ont été interrogés** par téléphone (2030 français et 660 étrangers) à l'issue de la manifestation,
- **4 053 visiteurs ont été interviewés** (3141 français et 912 étrangers) sur place en sortie de salons. Le nombre de visiteurs et d'exposants ainsi enquêtés garantie une très grande fiabilité des estimations réalisées.

⁽¹⁾ L'enquête pilote sur le salon Pollutec a été réalisée en décembre 2009.

⁽²⁾ Cette représentativité est basée sur les données OJS 2009-2010 relatives aux surfaces, aux nombre d'exposants et aux nombre de visiteurs.

3.2 Appel d'offre et choix des sociétés retenues pour l'enquête terrain

Les sociétés Médiamétrie pour le volet enquête exposants par téléphone et Ipsos pour la partie enquête visiteurs in situ ont été retenues à l'issue de l'appel d'offres. Ces deux sociétés proposaient un rapport qualité/prix très en phase avec le projet d'ensemble et avaient de surcroît apporté entière satisfaction lors de l'enquête pilote sur le salon pollutec.

3.3 Budget pour la réalisation de l'enquête terrain

Le coût du recueil des données auprès des entreprises exposantes et des visiteurs de salons s'est élevé à 173 000 euros HT.

3.4 Mise en œuvre du calcul des retombées économiques

Dans un premier temps, le traitement des enquêtes a permis de déterminer des ratios de dépenses par visiteur et par m² d'espace loué.

Dans un second temps, ces ratios de dépenses ont été extrapolés à l'ensemble des visiteurs et exposants que les sites d'exposition accueillent chaque année, afin de fournir l'estimation des retombées économiques directes et celles liées au séjour des visiteurs & exposants.

Cette structure de fréquentation des salons par les exposants et visiteurs est recueillie et enregistrée dans la base de données OJS pour la province et OJS-CCIP pour Paris Île-de-France.

Cette méthode développée dans ce calcul pourra être facilement déclinée sur un seul site, sur une seule manifestation ou sur d'autres zones géographiques, par application directe des ratios à la structure d'activité ou en ré-estimant les ratios par une nouvelle campagne d'enquêtes.

Le traitement des résultats mené à bien par la DPTA / DTCS de la CCIP avec l'appui de la FSCEF / OJS sont mis à la disposition de tous les partenaires.

Le budget initial ne correspond pas à une charge annuelle mais à un investissement qui pourra être utilisé pendant 5 à 7 ans avec une simple actualisation des ratios en fonction d'indices d'évolution des prix. Par ailleurs il ne prend en compte que les coûts externes (Médiamétrie et Ipsos), tout les autres travaux étant pris en charge par les promoteurs du projet (DPTA / DTCS et FSCEF / OJS).

3.5 Calendrier des opérations

- **Octobre à Décembre 2009** : mise en place d'une méthodologie pour la réalisation de la mesure des retombées économiques dans le cadre du Cadre du Comité National de Pilotage des Foires et Salons
- **Décembre 2009** : lancement d'un pilote avec l'enquête Pollutec auprès des visiteurs et des exposants du salon
- **Juin 2010** : acceptation de la méthodologie par les membres de la convention sur l'étude des retombées économiques. Ils s'engagent financièrement pour la réalisation des enquêtes.
- **Août 2010** : appel d'offres pour la réalisation des enquêtes. Ipsos est retenu pour la partie exposants et Médiamétrie pour la partie visiteurs.
- **Octobre 2010 – février 2011** : Enquêtes auprès de 20 salons franciliens et provinciaux.
- **Début mars 2011** : transmission par Médiamétrie et d'Ipsos des données brutes issues des enquêtes
- **Première quinzaine de mars 2011**: Tests de cohérence des données brutes reçues et écriture des programmes de traitements des données par la CCIP (DPTA / DTCS)
- **Deuxième quinzaine de mars 2011** : Estimations de ratios de dépenses par visiteur et par m² de stand au niveau national et francilien à partir des 21 enquêtes. Extrapolation à l'ensemble des visiteurs et des exposants (les données sont fournies par OJS-CCIP pour l'Île-de-France et l'OJS pour la province) des ratios pour obtenir une estimation des retombées économiques directes et celles liées au séjour des visiteurs & exposants.
- **Avril 2011**: Préparation du rapport de présentation de l'étude par la CCIP
- **Mai 2011**: échange avec la FSCEF pour la finalisation du rapport
- **Première quinzaine de juin 2011** : Présentation de l'étude aux partenaires de la convention.

1 - PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

2 - SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS

3 - SALONS ENQUÊTÉS

4 - PROFIL DES EXPOSANTS ET DES VISITEURS INTERROGÉS

5 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES EXPOSANTS

6 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES VISITEURS

7 - ESTIMATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

8 - GLOSSAIRE

9 - ANNEXES

SYNTHESE

Le tourisme représente le premier poste excédentaire de la balance des paiements de la France. Générateur d'emploi et de croissance, il est considéré depuis plus de trente ans comme une industrie à part entière au même titre que les secteurs agricole et automobile. **On estime qu'il représente environ 6 % du PIB national et 10 % du PIB francilien.** Le tourisme « dit » d'affaires diffère structurellement du tourisme d'agrément de par sa motivation initiale : la raison principale du déplacement est professionnelle, non motivée en priorité par les attraits purement « touristique » de la destination. Il est cependant très connexe puisque les congressistes ou les visiteurs de salons participent à l'activité touristique et sont des « repeaters » potentiels.

Dans ce contexte, mesurer l'activité des salons, branche importante du tourisme d'affaires apparaît essentiel. En effet, 13 % de l'emploi touristique en Ile-de-France est généré par ce secteur.

➤ Le secteur des foires et salons, générateur de fortes retombées économiques pour la France

La France se situe au 2^{ème} rang sur le plan européen et au quatrième sur le plan mondial pour l'accueil des entreprises exposantes dans les salons internationaux, devancée respectivement par la Chine, les Etats-Unis et l'Allemagne. Paris Île-de-France occupe la place de leader mondial dans l'accueil de visiteurs des salons internationaux avec Milan*.

Le secteur des salons en France représente en 2010 : 5,951 millions de m² de stands loués, 226 000 exposants et 23 millions de visiteurs.

les retombées économiques du secteur des foires et salons sont estimées pour la France en 2010 à 5,8 milliards d'euros.

Cette estimation résulte de la mesure des dépenses des exposants et des visiteurs menée par Médiamétrie et Ipsos auprès de 20 salons à Paris et en province fin 2010. La moitié des retombées économiques correspond à des dépenses directes (location de la surface + stand), l'autre moitié à des dépenses liées au séjour des visiteurs & exposants. Ceci équivaut à un peu moins de 90 000 emplois temps plein.

Les étrangers contribuent fortement aux retombées économiques du secteur en France puisqu'ils génèrent 37 % des dépenses (2,1 milliards d'euros) alors qu'ils ne représentent que 17 % des exposants et 11 % des visiteurs extérieurs à la région de la manifestation.

* Source base de données foires et salons dans le Monde gérée par le DTCS / DPTA / CCIP

➤ **Paris Île-de-France occupe une position dominante dans l'hexagone, notamment grâce aux étrangers**

La région capitale accueille près de la moitié des entreprises exposantes et des visiteurs présents sur les salons français, soit 92 000 exposants et 9,6 millions de visiteurs pour 2,350 millions de m² de surface nette louée.

La position dominante de l'Île-de-France est encore plus significative lorsqu'il s'agit des retombées économiques puisque la région capitale génère 68 % du total des retombées économiques nationales, soit 3,9 milliards d'euros. Cela correspond à un peu plus de 60 000 emplois temps plein (69 % des emplois générés par le secteur en France).

En 2010, 27,4 millions de nuitées ont été générées à l'occasion d'un séjour d'affaires à Paris ⁽¹⁾, et 10 % de ces nuitées l'ont été dans le cadre d'un séjour à Paris lors de la visite ou l'animation d'un salon.

La place de Paris prospère en outre grâce aux clientèles internationales : 50 % des dépenses sont générées par des entreprises ou des hommes d'affaires étrangers alors qu'ils ne représentent que 28 % des exposants et 14 % des visiteurs non franciliens.

Par ailleurs, la région capitale s'avère très attractive pour les étrangers car elle accueille 5 visiteurs étrangers sur 6 et les deux tiers des entreprises exposant en France. Ainsi, 91 % des dépenses des étrangers (visiteurs et exposants) en France sont réalisées en Île-de-France.

➤ **Les dépenses des exposants génèrent très majoritairement des retombées « directes »**

L'enquête de Médiamétrie auprès des exposants nous indique **que 90 % de leur budget est consacré à la participation au salon et tous les services liés dont la conception, l'équipement, le montage et le démontage du stand.** Cette dépense dite « directe », ramenée au m² s'élève à 1000 euros pour un exposant étranger sur un salon en France. Elle est 3 fois moindre pour un exposant français. Un exposant dépense 30 % de plus sur un salon à Paris que sur l'ensemble des manifestations nationales. La surface d'un stand étranger en France est de 30m², légèrement supérieure à celle d'un stand français de 27 m².

⁽¹⁾ *source CRT - INSEE*

10 % du budget de l'exposant est lié au séjour du personnel de l'entreprise exposante (transport, hébergement et restauration). Ce sont les dépenses dites « de séjour ». Une personne (qui n'habite pas habituellement dans le département ou la région du salon) travaillant sur un salon en France pour le compte d'une entreprise exposante étrangère dépense 200 euros par jour, transport compris. Ces frais de séjour sont divisés par deux pour un exposant français.

Par ailleurs, l'étude nous indique que parmi les exposants étrangers en France (qui représente 20% du total des exposants), les italiens sont les plus nombreux (1 exposant étranger sur 5). Un peu plus de 50 % des exposants internationaux viennent d'un pays limitrophe à la France (Italie, Espagne, Suisse, Belgique, Allemagne...), la Chine et l'Inde représentant 10 % des exposants étrangers.

➤ **Les visiteurs étrangers sur les salons professionnels internationaux ont par rapport aux visiteurs français des séjours une fois et demie plus long et des dépenses journalières deux fois supérieures**

Les dépenses des visiteurs sont exclusivement liées au séjour. La durée moyenne de séjour d'un visiteur français sur un salon professionnel international est de 2,5 jours. Elle est de 4 jours pour un étranger. Ce dernier dépense un peu plus de 300 euros par jour, transport compris, lorsqu'un français en dépense 2 fois moins (150 euros).

Les visiteurs locaux représentent la première clientèle des salons. En effet, près de 75 % des français visitant un salon dans l'hexagone habitent ou travaillent dans le bassin économique où se tient cette manifestation (60% en Île-de-France).

Concernant les visiteurs internationaux (soit 11 % de l'ensemble des visiteurs extérieurs à la région de la manifestation), les italiens, les espagnols, les britanniques et les belges représentent chacun 10 % de l'ensemble des étrangers présents sur un salon en France. 50 % des visiteurs étrangers sont originaires d'un pays limitrophe à la France. Hors Europe, 6 à 7 % proviennent des BRIC et autant de l'Amérique du Nord.

➤ **L'utilisation des nouveaux ratios (2010) confirme le montant des anciennes estimations tout en indiquant des structures de dépenses différentes**

La comparaison des retombées économiques en 2010 selon l'utilisation des anciens et nouveaux ratios de dépenses nous montre que nous obtenons un montant global assez proche ⁽¹⁾ : Avec les anciens ratios de dépenses estimées en 2000, les retombées économiques en 2010 en Île-de-France seraient estimées à 3,70 milliards d'euros contre 3,95 milliards avec les nouveaux ratios de dépenses 2010 (gain de 250 millions d'euros avec les nouveaux ratios).

⁽¹⁾ *Le bilan de l'activité économiques (nombre d'exposants, de visiteurs etc.) est le même à la base pour le calcul des deux retombées économiques. Il correspond à celui de 2010.*

Analyse et commentaires :

L'observation entre les « nouvelles » retombées économiques 2010 calculées à partir des nouveaux ratios de dépenses (2010) et les « anciennes » estimées en 2010 à partir des anciens ratios de dépenses datant de 2000 fait apparaître les évolutions suivantes* :

Pour les étrangers :

- Nous constatons une augmentation de près de 60 % de la dépense des exposants et des visiteurs étrangers. La dépense accrue dans le domaine lié à l'aménagement et l'animation des stands étrangers indique, qu'en l'espace de 10 ans, la place de Paris s'est fortement internationalisée et industrialisée, permettant de mieux répondre aux demandes mondiales les plus exigeantes. Le doublement de la durée de séjour des étrangers à Paris qui conforte la capitale française comme une destination incontournable dans le domaine des salons a eu pour effet d'augmenter sensiblement les dépenses étrangères d'hôtellerie et de restauration.

Pour les français :

Scénario différent avec une baisse des dépenses globales d'un peu moins de 20%. Cette baisse est due, entre autre, à la diminution des dépenses liées à la création et la gestion du stand. On observe malgré tout un allongement de la durée de séjour des visiteurs français sur les salons Grand Public.

Selon les nouveaux ratios établis en 2010 (versus ancien ratios de 2000), l'estimation des retombées économiques en Île-de-France est supérieure de 250 millions d'euros.

Conclusion :

la place de Paris qui génèrent 68 % des retombées économiques du secteur des foires et salons en France, s'est industrialisée et internationalisée en l'espace de 10 ans. 1 euro de retombées économiques sur 2 dépend désormais des exposants et/ou des visiteurs étrangers (1 sur 3 avec les anciens ratios de 2000). Les étrangers constituent donc aujourd'hui incontestablement le vrai moteur de croissance du secteur.

** Le bilan de l'activité économiques (nombre d'exposants, de visiteurs etc.) est le même à la base pour le calcul des deux retombées économiques. Il correspond à celui de 2010.*

CHIFFRES CLES 2010

En France

- **5,8 milliards d'euros de retombées économiques en 2010 pour le secteur des foires et salons.**
- **37 % des dépenses (2,1 milliards d'euros) sont générées par les exposants et les visiteurs étrangers alors qu'ils ne représentent que 17 % des exposants et 11 % des visiteurs extérieurs à la région de la manifestation.**
- **90 000 emplois temps plein sont générés par l'activité foires et salons.**
- **1 000 euros par m2 de dépenses pour la création, le montage et l'animation d'un stand étranger. Trois fois moins pour un exposant français.**
- **300 euros de dépenses par jour pour un visiteur étranger (transport compris) et 150 euros pour un visiteur français sur un salon professionnel international.**
- **La durée de séjour des visiteurs étrangers est de 4 jours, un tiers de moins (2,5 jours) pour les visiteurs français de salons professionnels internationaux.**

En Île-de-France

- **3,9 milliards d'euros de retombées économiques en Île-de-France pour le secteur des foires et salons, soit 68 % du total national.**
- **50 % des dépenses (soit 1,9 milliard d'euros) sont générées par des entreprises ou des hommes d'affaires étrangers alors qu'ils ne représentent que 28 % des exposants et 14 % des visiteurs non franciliens.**
- **Plus de 60 000 emplois temps plein sont générés par l'activité foires et salons (69 % des emplois de ce secteur en France).**
- **91 % des dépenses des étrangers (visiteurs et exposants) en France sont réalisées en Île-de-France.**
- **3,1 millions de nuitées ont été effectuées en hébergement marchand par des visiteurs et des exposants de salons franciliens.**

1 - PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

2 - SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS

3 - SALONS ENQUÊTÉS

4 - PROFIL DES EXPOSANTS ET DES VISITEURS INTERROGÉS

5 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES EXPOSANTS

6 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES VISITEURS

7 - ESTIMATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

8 - GLOSSAIRE

9 - ANNEXES

Interviews des visiteurs et des exposants réalisées à Paris Île-de-France

dates d'interviews par téléphone	Lieu de la manifestation	Strate	Nom du salon enquêté	dates de la manifestation	Nombre d'exposants présents sur le salon la session précédente	Interviews d'exposants réalisées			Nombre de visiteurs présents sur le salon la session précédente	Interviews de visiteurs réalisées			
						Français	Etrangers	Total		Franciliens	Provinciaux	Etrangers	Total
En janvier 2010	Paris Nord Villepinte	Professionnel international équipement	Pollutec	1 au 4 décembre 2009	1050	120	44	164	31000		108	44	152
20 octobre - 05 novembre 2010	Paris Expo Porte de Versailles	Grand public international	Mondial de l'automobile	2 au 17 octobre 2010	356	55	19	74	1040000	206	150	9	365
	Paris Nord Villepinte	Professionnel international consommation	SIAL	17 au 21 octobre 2010	5174	174	180	354	145000		102	78	180
20 novembre - 05 décembre 2010	Paris Expo Porte de Versailles	Professionnel national Consommation	Salon infirmier	3 au 5 novembre 2010	174	40	0	40	49000		78	6	84
	Paris Expo Porte de Versailles	Grand public national	Salon de la photo	4 au 8 novembre 2010	127	30	0	30	44000		118	9	127
	Paris Expo Porte de Versailles	Professionnel national consommation	Mondial coiffure beauté	6 au 8 novembre 2010	223	55	0	55	32000		67	18	85
	Paris Expo Porte de Versailles	Professionnel national équipement	Le salon de la copropriété	16 au 17 novembre 2010	158	30	0	30	5900		114	4	118
	Paris Expo Porte de Versailles	Professionnel national équipement	Heavent	16 au 18 novembre 2010	536	74	0	74	15000		103	21	124
31 janvier - 14 février 2011	Paris Expo Porte de Versailles	Grand public international	Salon nautique	4 au 12 décembre 2010	942	201	32	233	260000		131	29	160
	Paris Nord Villepinte	Professionnel international équipement	Maison & Objet	21 au 25 janvier 2011	2140	94	110	204	86000		225	228	453
	Paris Expo Porte de Versailles	Professionnel international consommation	Prêt-à-porter	22 au 25 janvier 2011	975	156	129	285	45000		144	133	277
	Espace Champéret	Grand public national	Adrep - Enseignement supérieur	28 au 29 janvier 2011	281	57	0	57	11000		42	11	53
	Paris Expo Porte de Versailles	Grand public national	Salon de la pêche sportive	4 au 6 février 2011	135	34	0	34	12000		150	17	167
Total					12271	1120	514	1634	1775900	206	1532	607	2345

Sources : l'enquête auprès des visiteurs à été réalisée par IPSOS, celle auprès des exposants par Médiamétrie

Interviews des visiteurs et des exposants réalisées en province

Dates d'interviews par téléphone	Lieu de la manifestation	Strate	Nom du salon enquêté	Dates de la manifestation	Nombre d'exposants présents sur le salon la session précédente	Interviews d'exposants réalisées			Nombre de visiteurs présents sur le salon la session précédente	Interviews de visiteurs réalisées			
						Français	Etrangers	Total		Départementaux	Français hors département	Etrangers	Total
20 octobre - 05 novembre	Marseille	Foires Internationales	Foire internationale de Marseille	24 septembre au 04 octobre 2010	1379	305	3	308	355000	188	109	3	300
20 novembre - 05 décembre 2010	Le Havre	Foires nationales	Foire du Havre	06 au 14 novembre 2010	293	63	0	63	15000	224	23	1	248
	Bordeaux	Grand public national	Conforexpo	05 au 14 novembre 2010	914	268	4	272	117000	100	119	1	220
	Saint Etienne	Grand public national	salon de l'étudiant	20 au 21 novembre 2010	85	21	0	21	21000	17	114	1	132
31 janvier - 14 février 2011	Angers	Professionnel national équipement	Sival	11 au 13 janvier 2011	474	105	0	105	21000		238	10	248
	Lyon	Professionnel international équipement	Sirah	06 au 08 février 2011	1732	83	122	205	14000		121	259	380
	Lyon	Professionnel international consommation	Print'or	22 au 26 janvier 2011	225	65	17	82	5000		150	30	180
Total					5102	910	146	1056	548000	529	874	305	1708

Sources : l'enquête auprès des visiteurs à été réalisée par IPSOS, celle auprès des exposants par Médiamétrie

Interviews des visiteurs et des exposants : synthèse France

	Nombre d'exposants présents sur le salon la session précédente	Interviews d'exposants réalisées			Nombre de visiteurs présents sur le salon la session précédente	Interviews de visiteurs réalisées			
		Français	Etrangers	Total		Locaux	Français ne résidant pas dans la région	Etrangers	Total
Salons à Paris Île-de-France	12 271	1 120	514	1 634	1 775 900	206	1 532	607	2 345
Salons en province	5 102	910	146	1 056	548 000	529	874	305	1 708
Salons en France	17 373	2 030	660	2 690	2 323 900	735	2 406	912	4 053

Sources : l'enquête auprès des visiteurs a été réalisée par IPSOS, celle auprès des exposants par Médiamétrie

1 - PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

2 - SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS

3 - SALONS ENQUÊTÉS

4 - PROFIL DES EXPOSANTS ET DES VISITEURS INTERROGÉS

5 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES EXPOSANTS

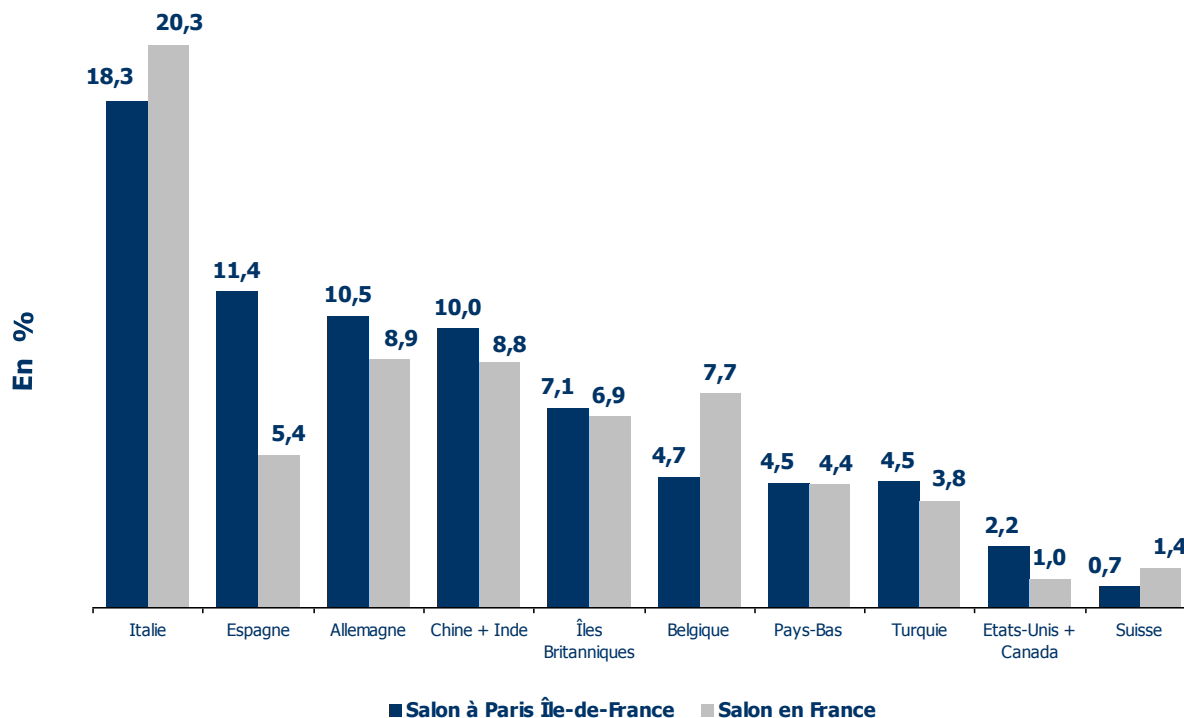
6 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES VISITEURS

7 - ESTIMATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

8 - GLOSSAIRE

9 - ANNEXES

Profil des exposants étrangers (10 principaux pays émetteurs)



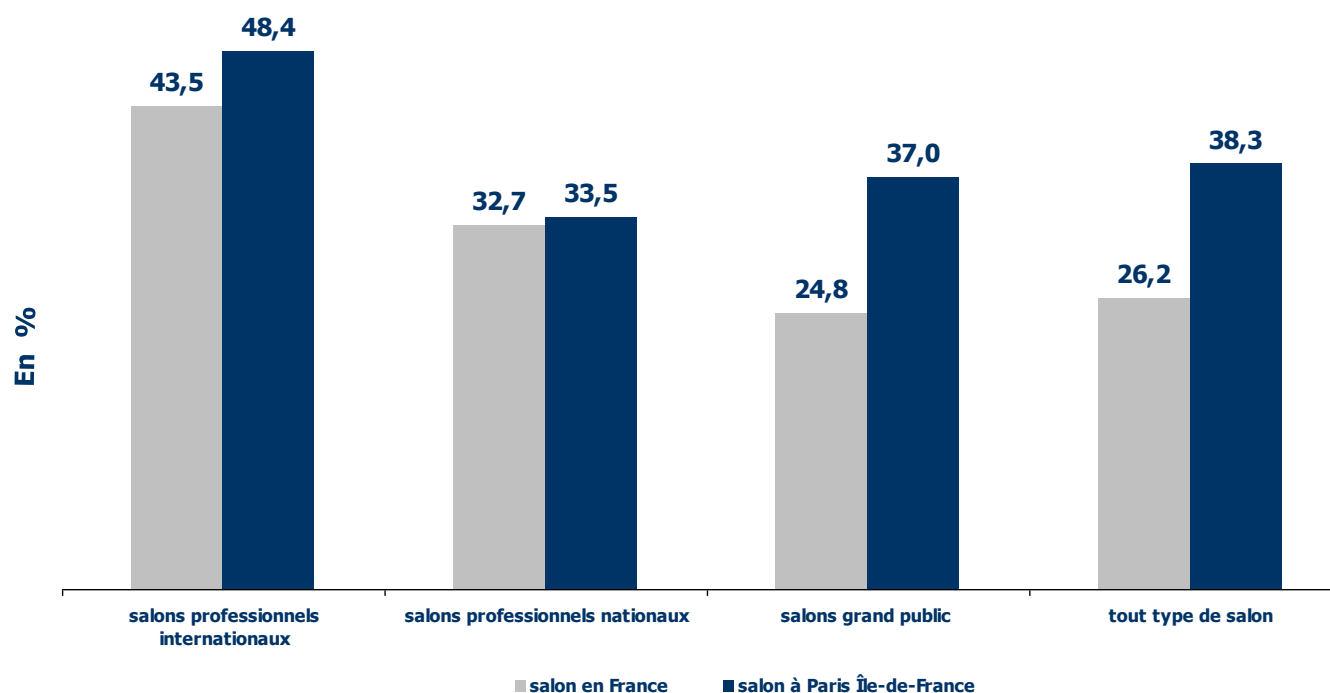
■ Analyse et commentaires :

Les exposants italiens sont les étrangers les plus nombreux sur les salons français et franciliens : 1 exposant étranger sur 5 est transalpin. Les autres nationalités exposantes sont dans l'ordre décroissant allemande, indienne et chinoise réunies, britannique, belge, formant chacune entre 7 et 9 % du total des exposants étrangers.

A l'image des visiteurs étrangers, on constate que la moitié des exposants étrangers sur les salons français proviennent de pays limitrophes à l'hexagone (idem pour les salons de Paris Île-de-France). 4 % sont turcs.

Particularité parisienne : les exposants espagnols constituent la deuxième nationalité derrière les italiens les salons parisiens (11,4 %) alors qu'ils ne représentent que 5,4 % des exposants étrangers sur le plan national.

Pourcentage des visiteurs français ne résidant pas dans la région ou le département de la manifestation

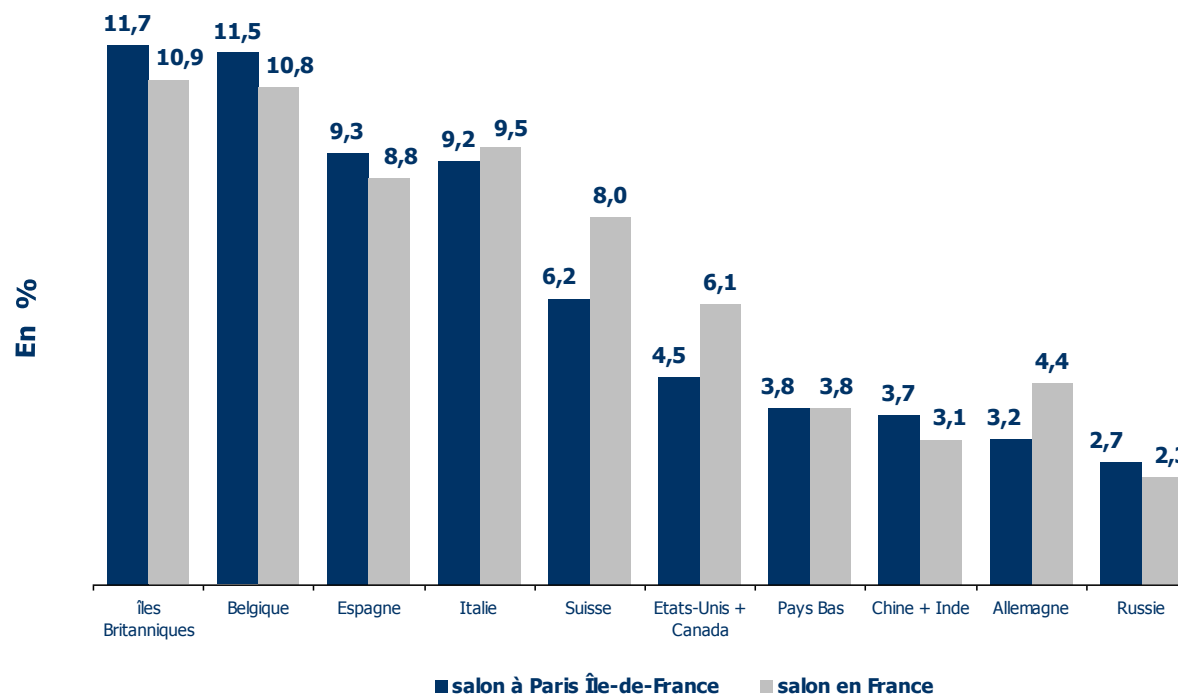


■ Analyse et commentaires :

27 % des français visitant un salon ne résident pas dans la région ou le département où se tient la manifestation. Cette proportion est bien plus forte à Paris : 38 % des visiteurs sont provinciaux. Cette différence s'explique essentiellement par la tenue de salons grand public à Paris qui par leur caractère « international », attirent une clientèle française au-delà de la région francilienne.

Les salons internationaux professionnels déplacent les français des 4 coins de l'hexagone puisqu'un visiteur sur deux n'habite pas sur place. A l'inverse, la clientèle des salons grand public sur le territoire national est massivement locale (3 visiteurs sur 4).

Profil des visiteurs étrangers interrogés (10 principaux pays émetteurs)



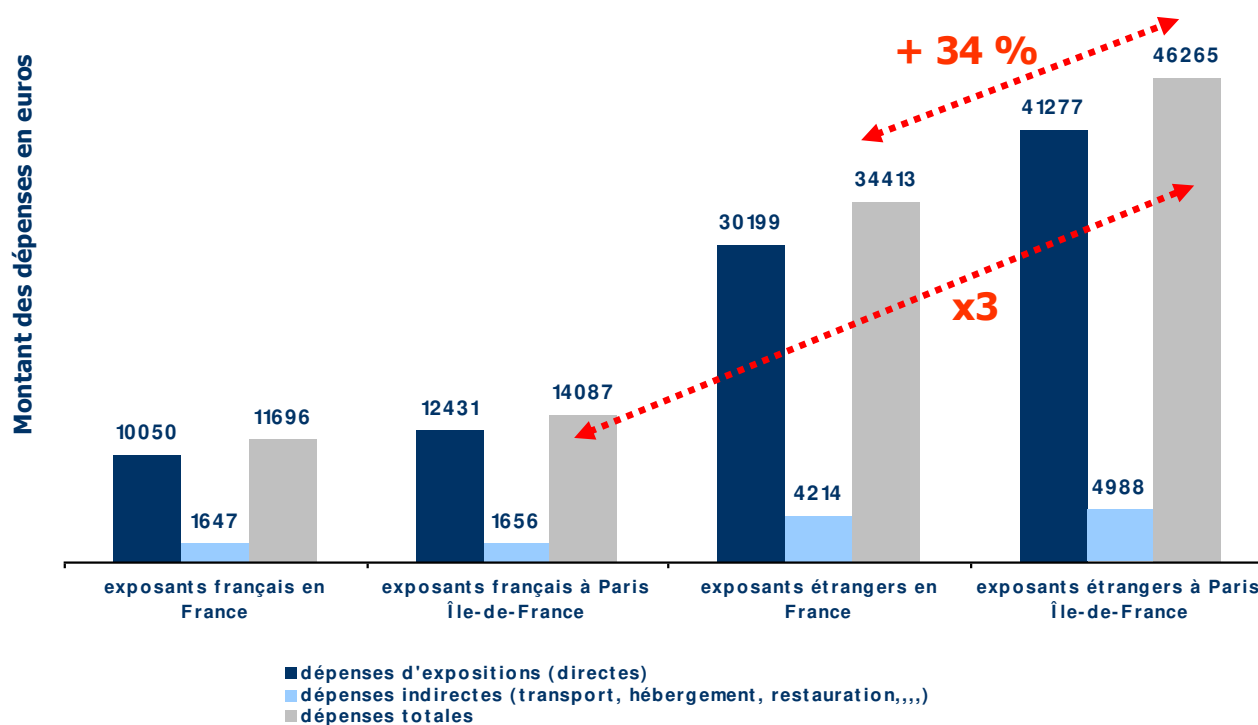
■ Analyse et commentaires :

Les 4 principales clientèles étrangères visitant les salons français et franciliens proviennent des Îles britanniques, de Belgique, d'Espagne et d'Italie. Elles rassemblent chacune environ 10 % de l'ensemble des visiteurs étrangers.

Si on cumule à ces pays, les visiteurs provenant de la Suisse et de l'Allemagne, on constate que 50 % des visiteurs internationaux proviennent des pays limitrophes à l'hexagone. Hors Europe, les principaux visiteurs étrangers des salons français et franciliens proviennent de deux blocs d'un peu plus de 6 % chacun : l'Amérique du Nord et les BRIC.

1 - PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE**2 - SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS****3 - SALONS ENQUÊTÉS****4 - PROFIL DES EXPOSANTS ET DES VISITEURS INTERROGÉS****5 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES EXPOSANTS****6 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES VISITEURS****7 - ESTIMATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES****8 - GLOSSAIRE****9 - ANNEXES**

Dépenses moyennes engagées par les entreprises exposantes

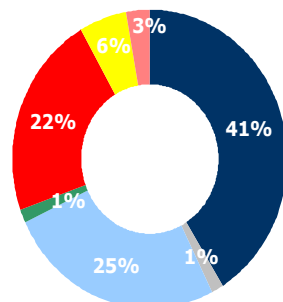


■ Analyse et commentaires :

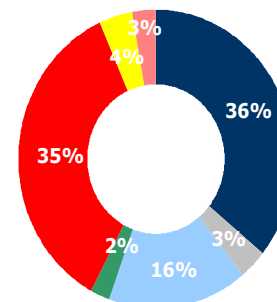
Les budgets les plus conséquents sont engagés par les exposants étrangers. Ils consacrent en moyenne plus de 46 000 euros pour un salon se tenant en Île-de-France. Les dépenses de ces entreprises sont 3 fois supérieures à celles des exposants nationaux. Les entreprises françaises dépensent 20 % de plus en Île-de-France et les entreprises étrangères 34 %. Les dépenses liées au séjour des exposants s'échelonnent entre 10 et 14 % du montant global des dépenses engagées. Ce pourcentage est très faiblement corrélé à la nationalité des entreprises et au lieu géographique d'exposition.

Répartition des dépenses directes des exposants (participation au salon et tous les services liés dont la conception, l'équipement, le montage et le démontage du stand)

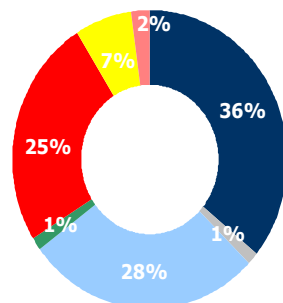
dépenses des exposants français sur un salon en France



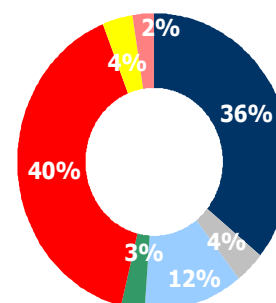
dépenses des exposants étrangers sur un salon en France



dépenses des exposants français sur un salon à Paris Île-de-France



dépenses des exposants étrangers sur un salon à Paris Île-de-France



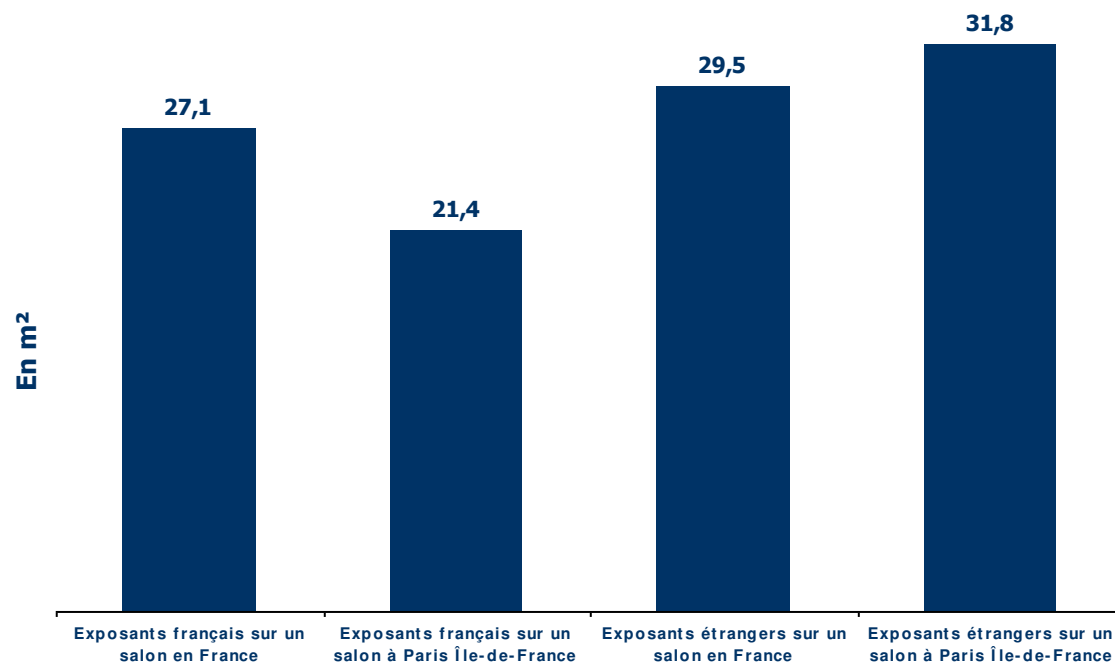
- Espace loué et prestations associées
- Forfait surface + Aménagement de l'espace
- Aménagement de l'espace (conception, création et montage)

- transport de marchandises, frais de manutention & stockage
- Accueil sur le salon (hôtesses)
- Traiteur, reception, boissons
- Autres frais

■ Analyse et commentaires :

Le budget consacré à la location d'espace et à son aménagement constitue 85 à 90 % des dépenses directes. La part des dépenses consacrée à l'achat d'un package « Location d'espace et aménagement » proposé par l'organisateur du salon est plus forte chez les exposants français qu'étrangers.

Surface moyenne nette des stands

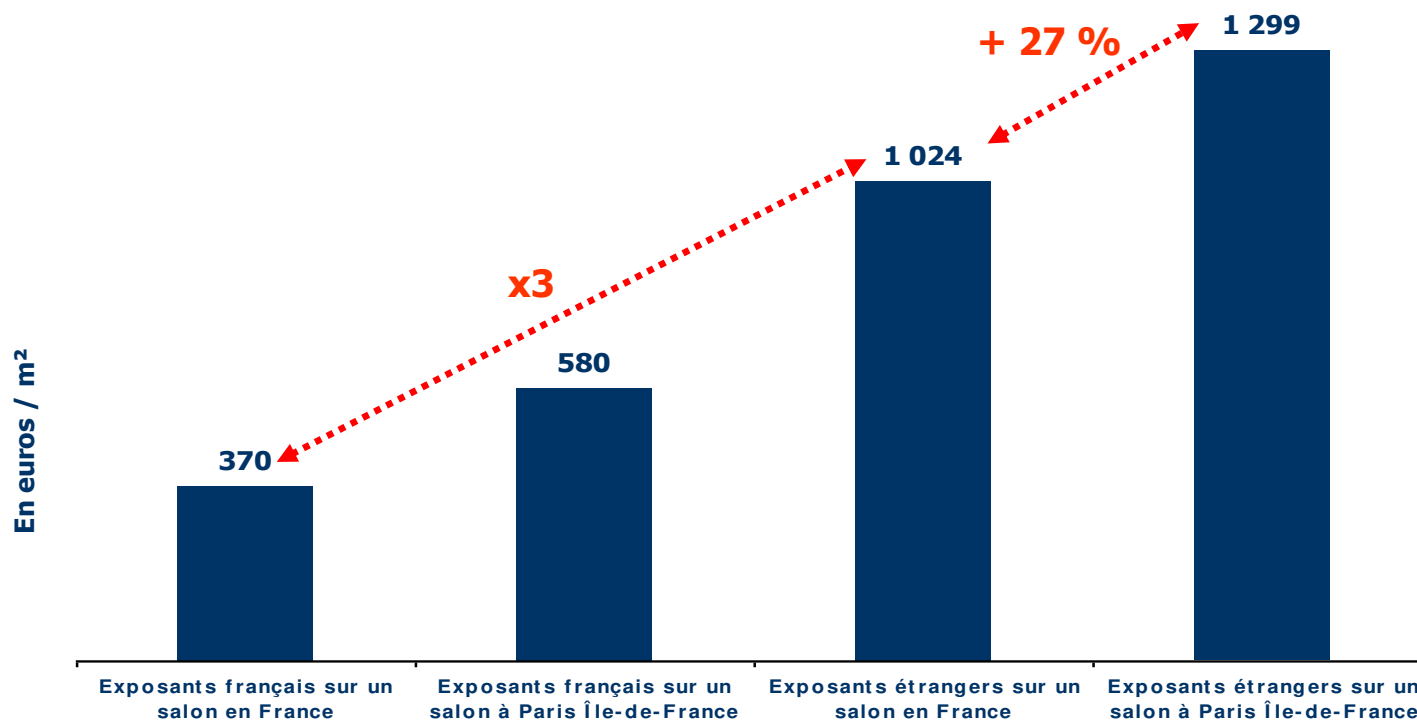


■ Analyse et commentaires :

Les exposants étrangers louent de plus grands espaces que les exposants français. Cette tendance est encore plus marquée sur les salons franciliens.

Les exposants étrangers ont tendance à louer de plus grandes surfaces lorsqu'ils participent à un salon francilien. A l'inverse, les exposants français louent de plus grandes surfaces en Province.

NB : la taille des surfaces d'expositions observées dans cette enquête est très proche de celle fournie par les statistiques de l'OJS.

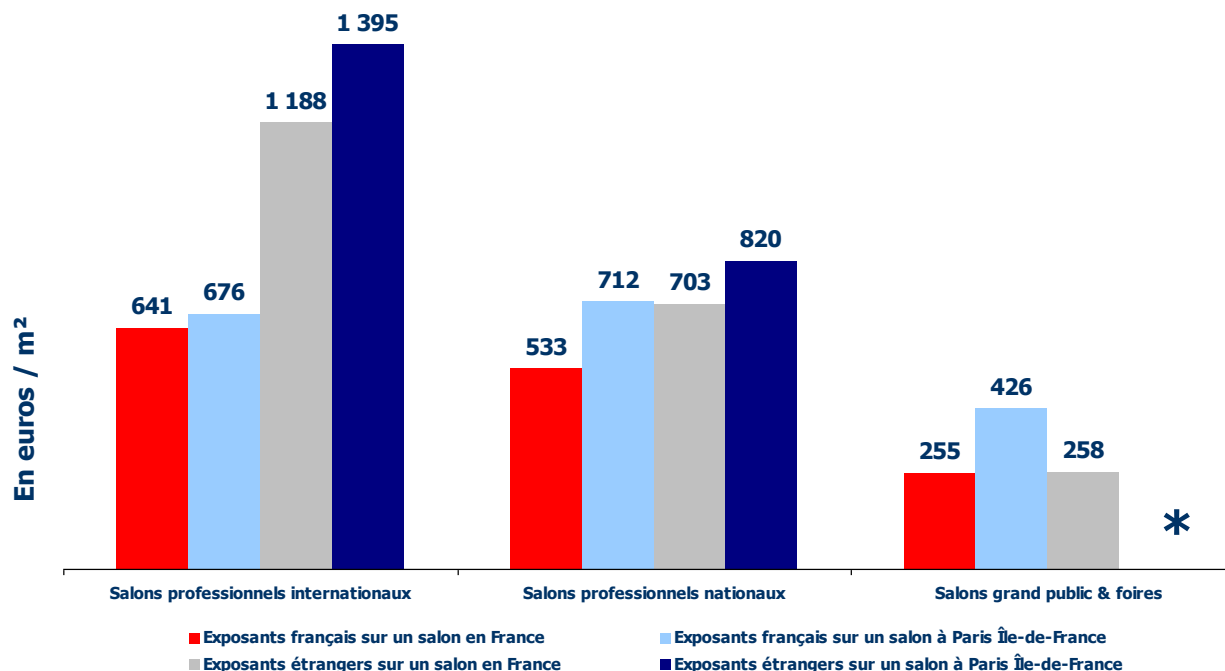
Dépenses d'exposition par m²**■ Analyse et commentaires :**

Les exposants étrangers ont les dépenses les plus élevées par m² d'exposition.

La taille des espaces loués par les français et les étrangers étant sensiblement la même, nous constatons que:

- Les exposants étrangers dépensent trois fois plus que les français,
- Les étrangers dépensent 30 % de plus sur les salons parisiens que sur l'ensemble du territoire.

Dépenses par m² d'exposition selon le type de salons



■ Analyse et commentaires :

Les dépenses les plus élevées sont engendrées par les étrangers sur les salons professionnels internationaux. Elles atteignent près de 1 400 euros au m².

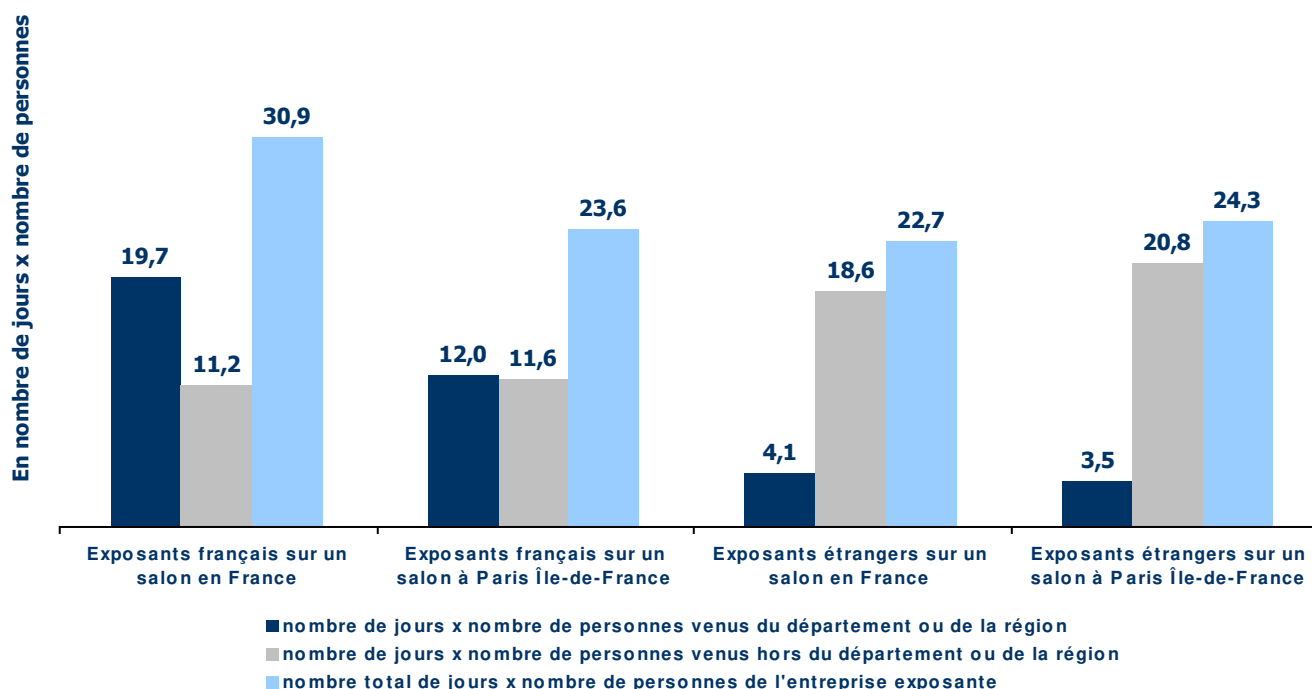
Sur les salons professionnels internationaux, les exposants étrangers consacrent un budget 2 fois supérieurs à la location d'espace que les exposants français.

Les exposants étrangers allouent des budgets bien supérieurs (+60 %) sur les salons professionnels internationaux que sur ceux de dimension nationale.

Les exposants français dépensent autant sur les salons professionnels nationaux qu'internationaux.

A noter que le coût d'installation d'un stand est en moyenne deux fois plus élevé sur un salon grand public que sur un salon professionnel.

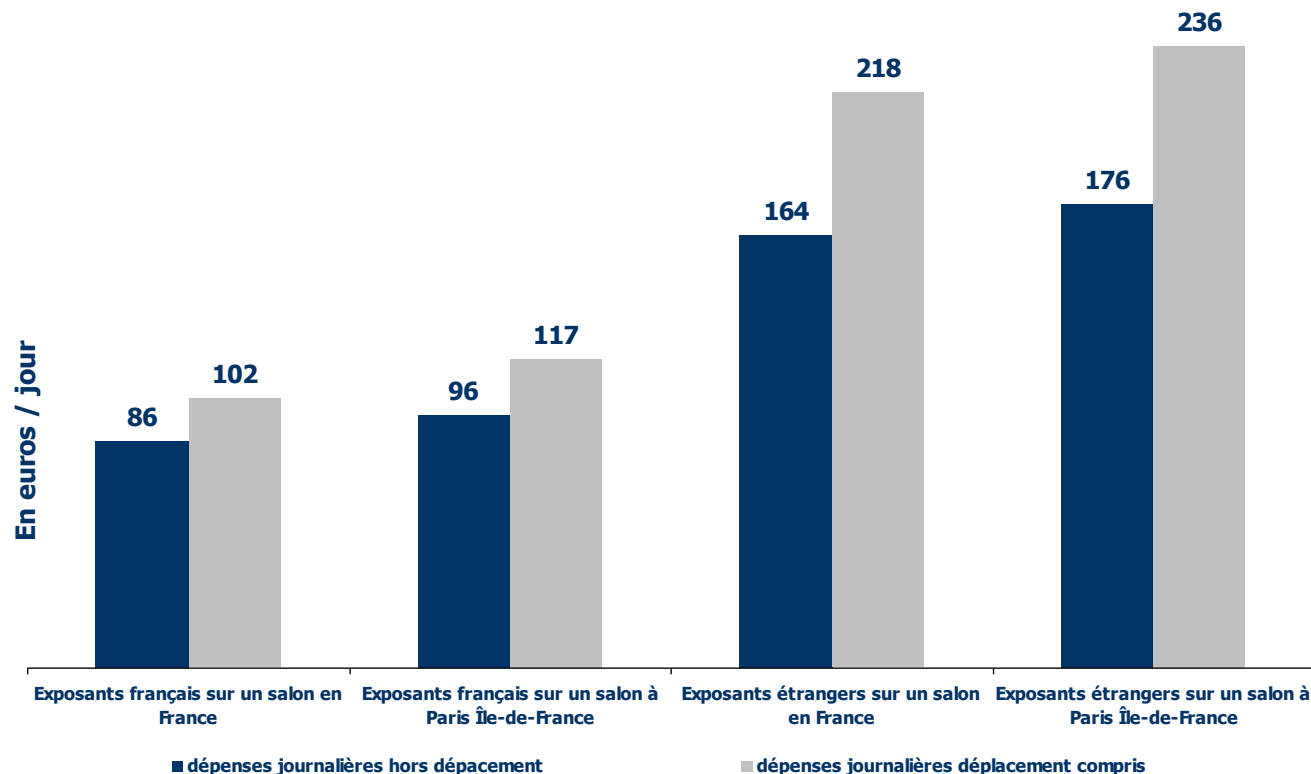
Nombre de jours x nombre de personnes que l'entreprise exposante consacre à sa participation au salon



■ Analyse et commentaires :

Les exposants français ont recours plus fréquemment en province qu'à Paris à leurs salariés pour la création et l'animation de leur espace d'exposition. La gestion et l'animation d'un stand français en province nécessite la présence de 34,2 jours X hommes issus de l'entreprise exposante. Ce chiffre est ramené entre 23 et 24 jours X hommes pour un salon à Paris. Ainsi, en Île-de-France, les exposants font appel plus facilement à des spécialistes de l'événementiel pour la mise en place et l'animation de leur stand.

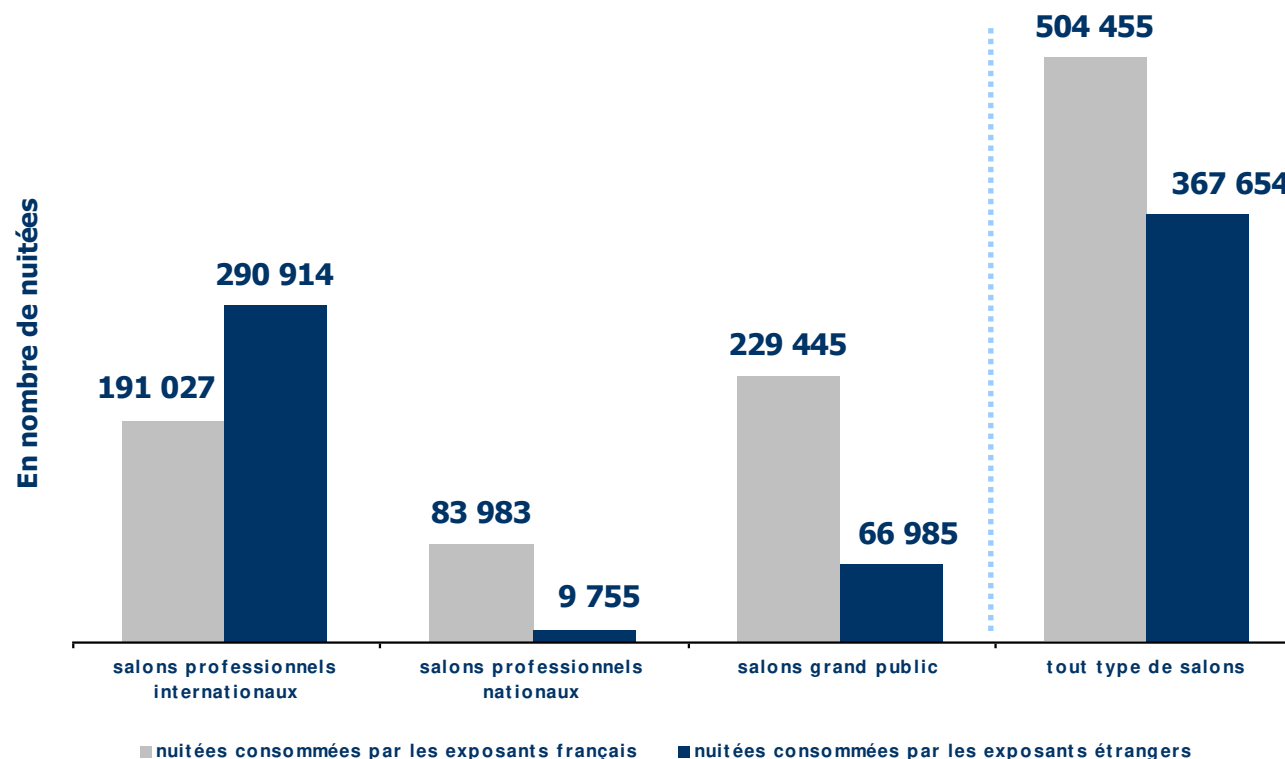
dépenses liées au séjour par jour et par personne du personnel exposant



■ Analyse et commentaires :

Les dépenses liées au séjour des exposants, avec ou sans transport, sont deux fois plus élevées chez les étrangers que chez les français. Le surcoût d'un séjour à Paris est relativement faible. Il est de 11 % pour les exposants français et de 7 % pour les étrangers.

Nuitées en hébergement marchand du personnel des entreprises exposantes à Paris Île-de-France



■ Analyse et commentaires :

En 2010, 872 000 nuitées ont été effectuées en hébergement marchand par les exposants à Paris Île-de-France.

42 % de ces nuitées ont été générées par les étrangers.

82 % des nuitées des exposants étrangers se déroulent à l'occasion de salons professionnels contre 54 % pour les nuitées des exposants français.

1 - PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

2 - SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS

3 - SALONS ENQUÊTÉS

4 - PROFIL DES EXPOSANTS ET DES VISITEURS INTERROGÉS

5 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES EXPOSANTS

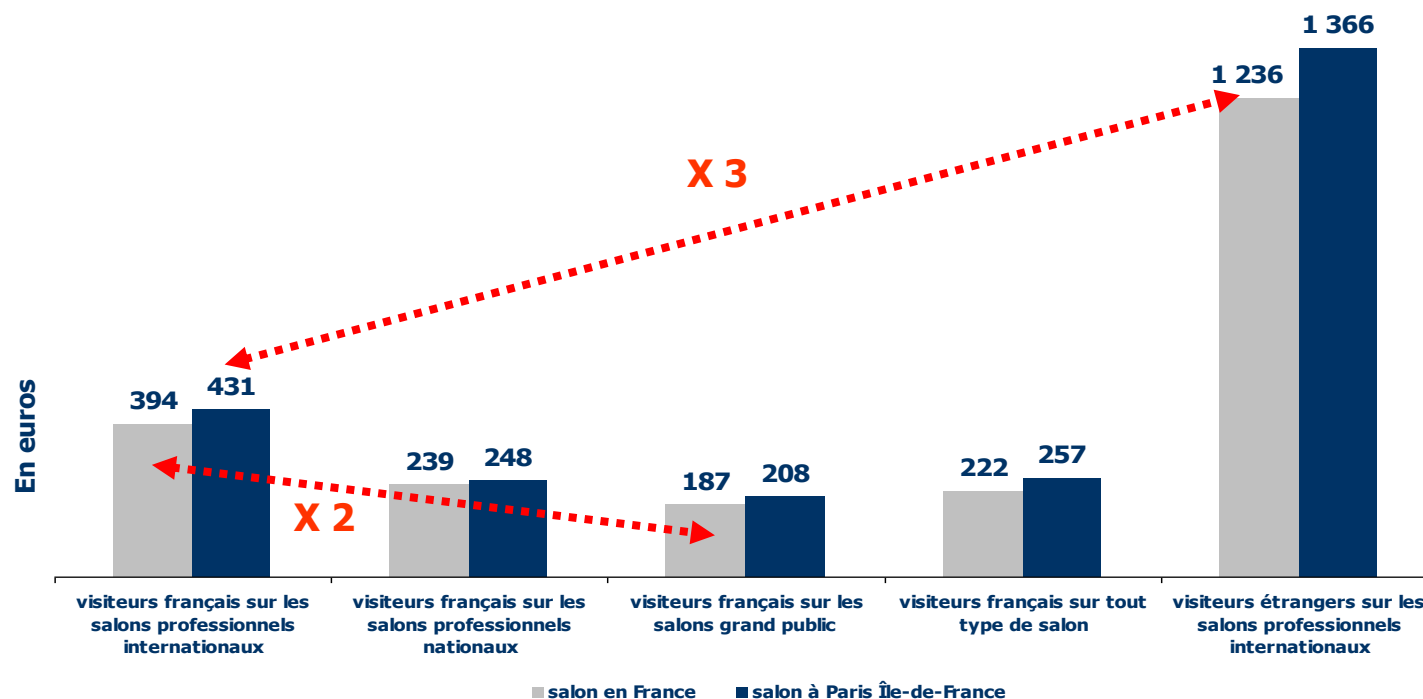
6 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES VISITEURS

7 - ESTIMATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

8 - GLOSSAIRE

9 - ANNEXES

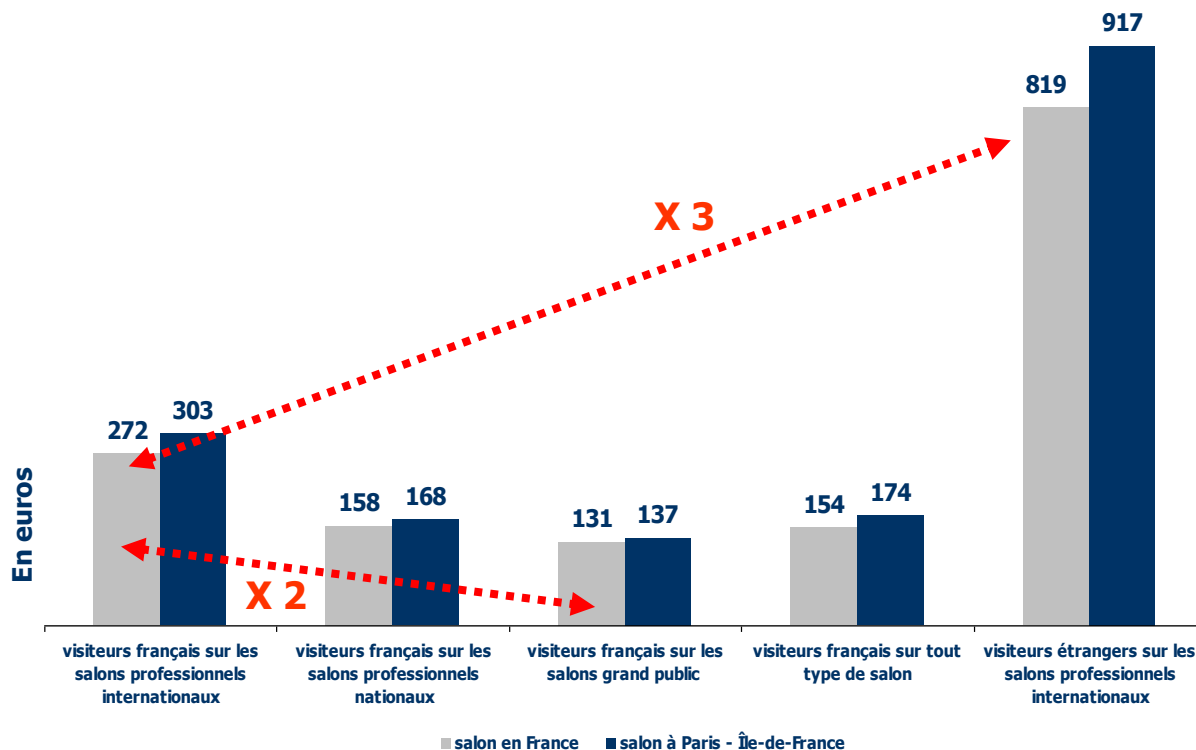
Dépenses totales des visiteurs par séjour (transport inclus)



■ Analyse et commentaires :

A l'occasion de la visite d'un salon professionnel international, les visiteurs étrangers dépensent plus de 1230 euros par séjour en France, soit trois fois plus qu'un visiteur français qui s'est déplacé pour découvrir la manifestation. Ces derniers dépensent près de 400 euros pour visiter un salon professionnel international, soit deux fois plus que pour la découverte d'un salon grand public. A noter que le surcoût d'une visite à Paris est d'environ 10 %.

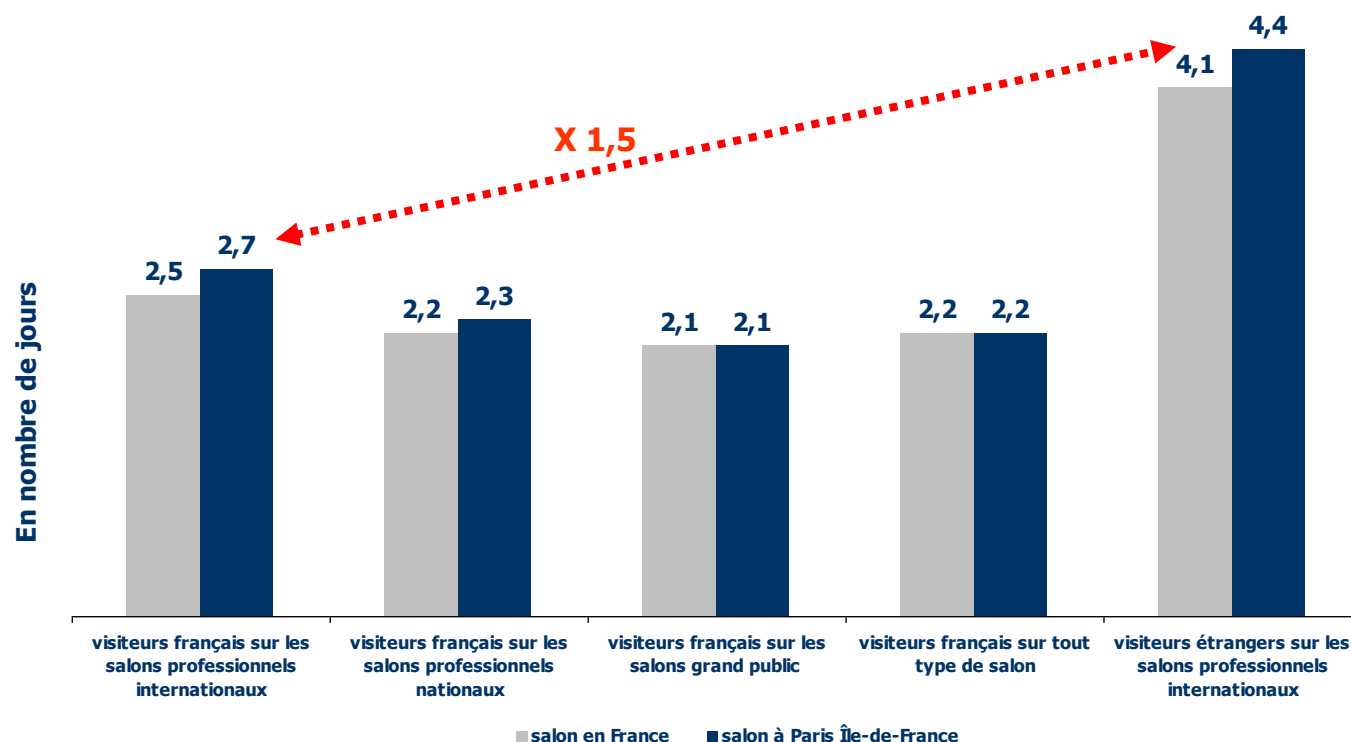
Dépenses des visiteurs par séjour (hors transport)



■ Analyse et commentaires :

Hors transport international, les visiteurs étrangers dépensent plus de 800 euros par séjour en France à l'occasion de la visite d'un salon. Ils dépensent 3 fois plus qu'un français se rendant sur ce type de manifestation se tenant hors de son département ou de sa région. Ce dernier dépense plus de 270 euros pour visiter un salon professionnel international en dehors de sa région de résidence, soit deux fois plus que pour la découverte d'un salon grand public. Le surcoût d'une visite à Paris est d'environ 10 %.

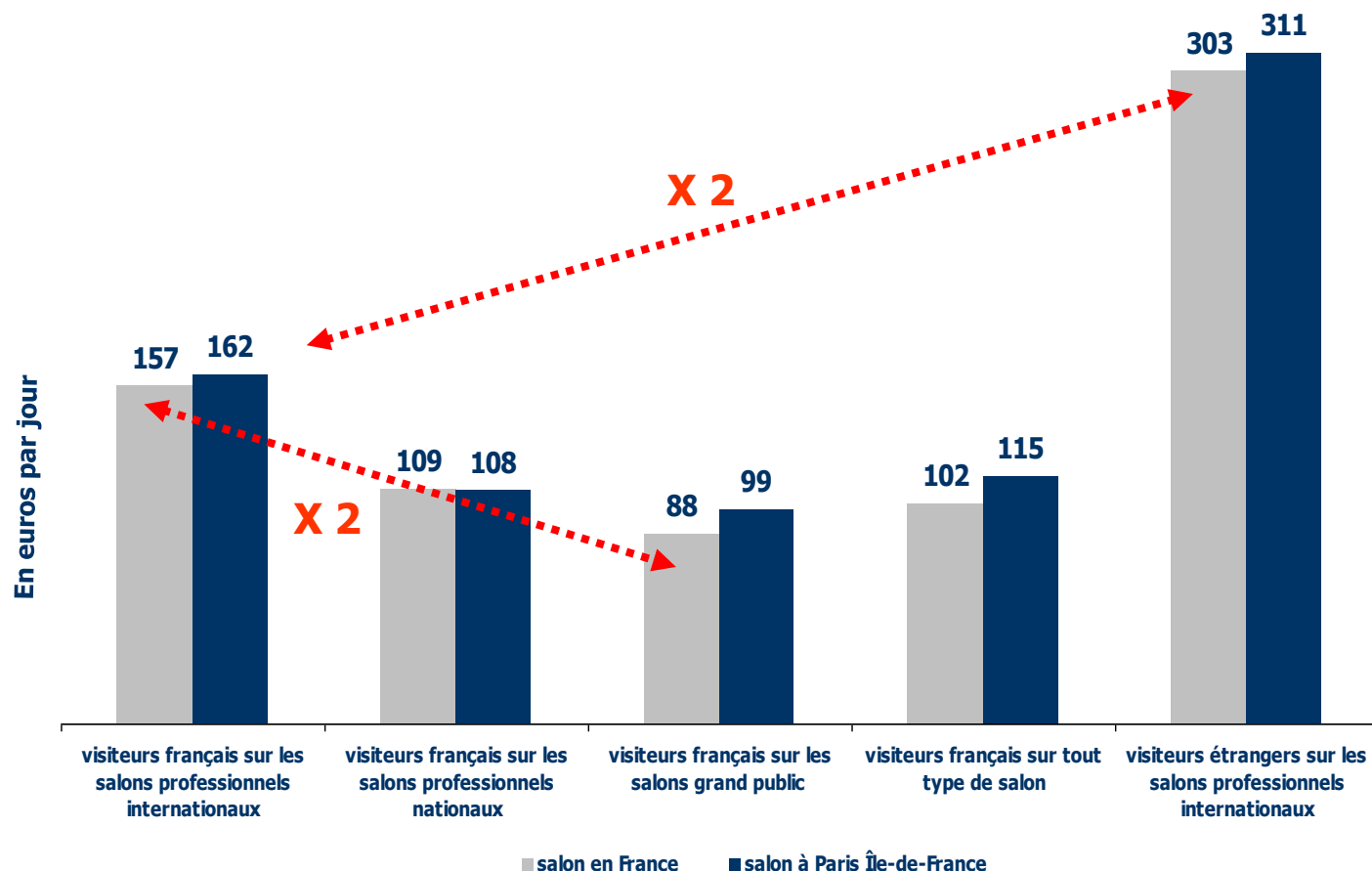
Durée de séjour des visiteurs



■ Analyse et commentaires :

Le visiteur étranger reste en moyenne une fois et demi plus longtemps sur un salon professionnel international (4 jours contre 2,5), qu'il s'agisse d'une manifestation francilienne ou nationale. Les visiteurs français ont quand à eux tendance à passer un petit peu moins de temps sur les salons grand public (proche de 2 jours).

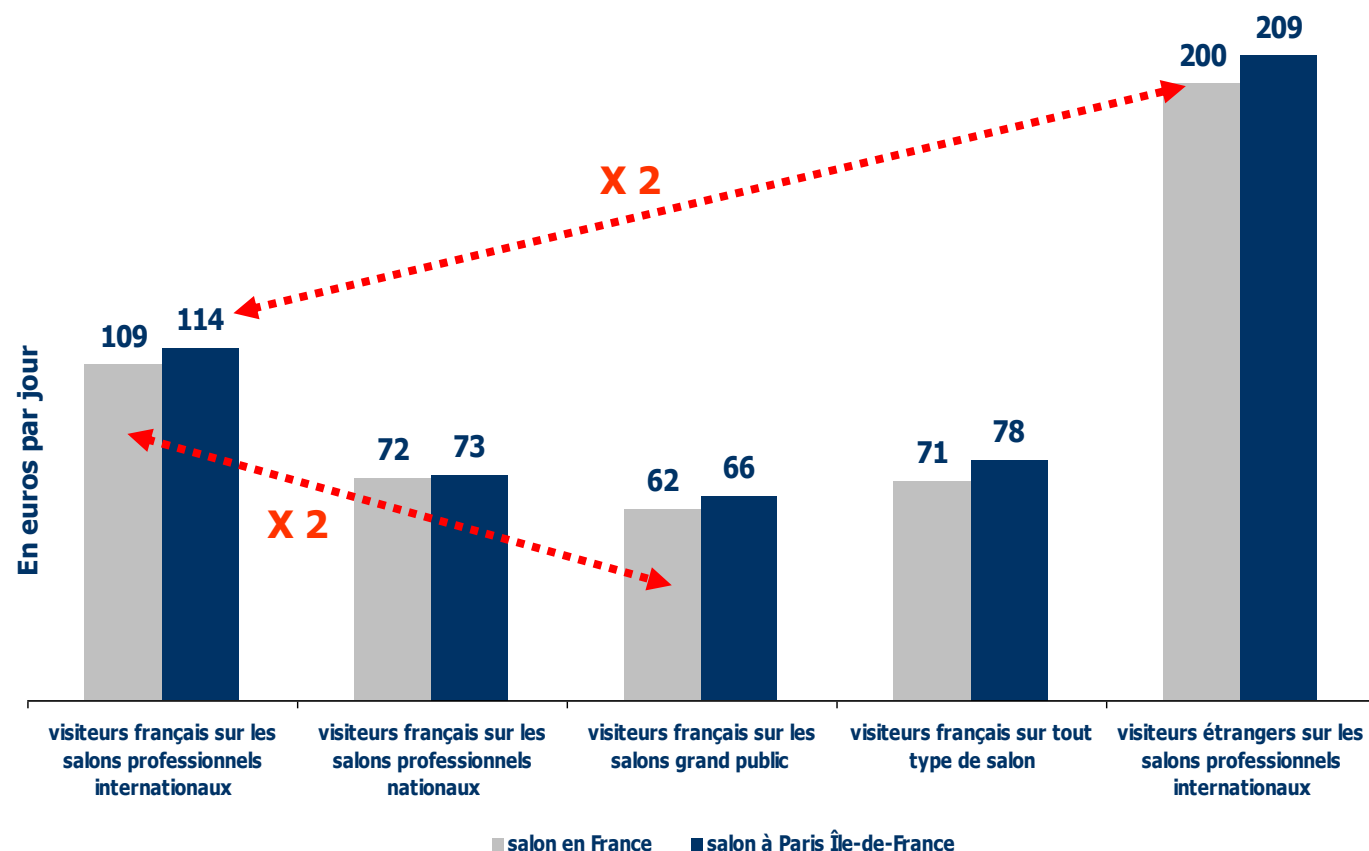
Dépenses journalières (incluant les transports)



■ Analyse et commentaires :

Les dépenses journalières d'un visiteur étranger sur un salon professionnel international en France s'élèvent à plus de 300 euros par jour, soit le double de celles d'un visiteur français ne résidant pas sur place. Ce montant est deux fois moins important lorsqu'il s'agit de la visite de salons grand public. On observe peu de différence sur le montant des dépenses entre un séjour à Paris ou sur la France en général.

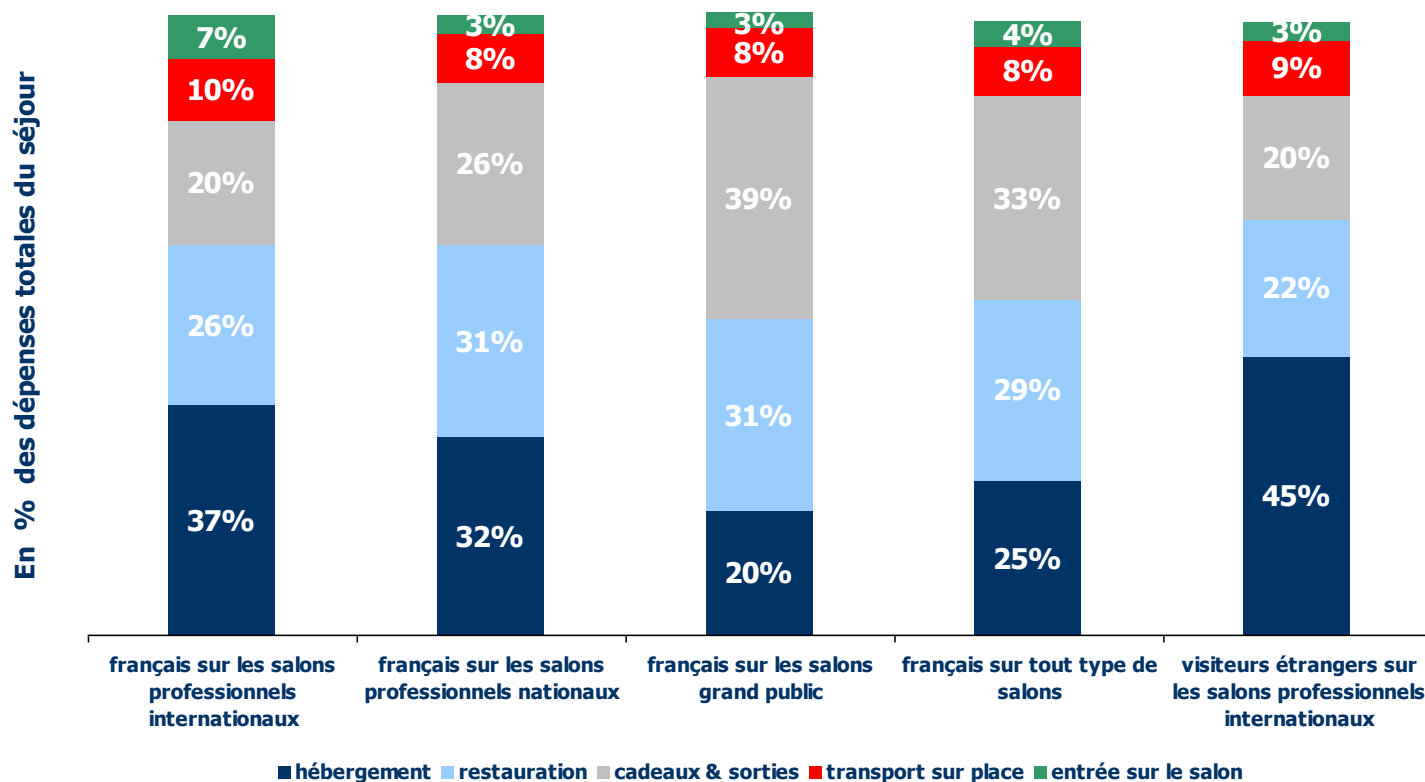
Dépenses journalières (hors transports)



■ Analyse et commentaires :

Les dépenses journalières d'un visiteur étranger sur un salon professionnel international hors transports internationaux s'élèvent en moyenne à 200 euros par jour, soit le double de celles d'un visiteur français ne résidant pas sur place. Ce montant est quasiment deux fois plus faible lors de la visite de salons grand public (62 euros). La tendance est la même concernant les salons franciliens.

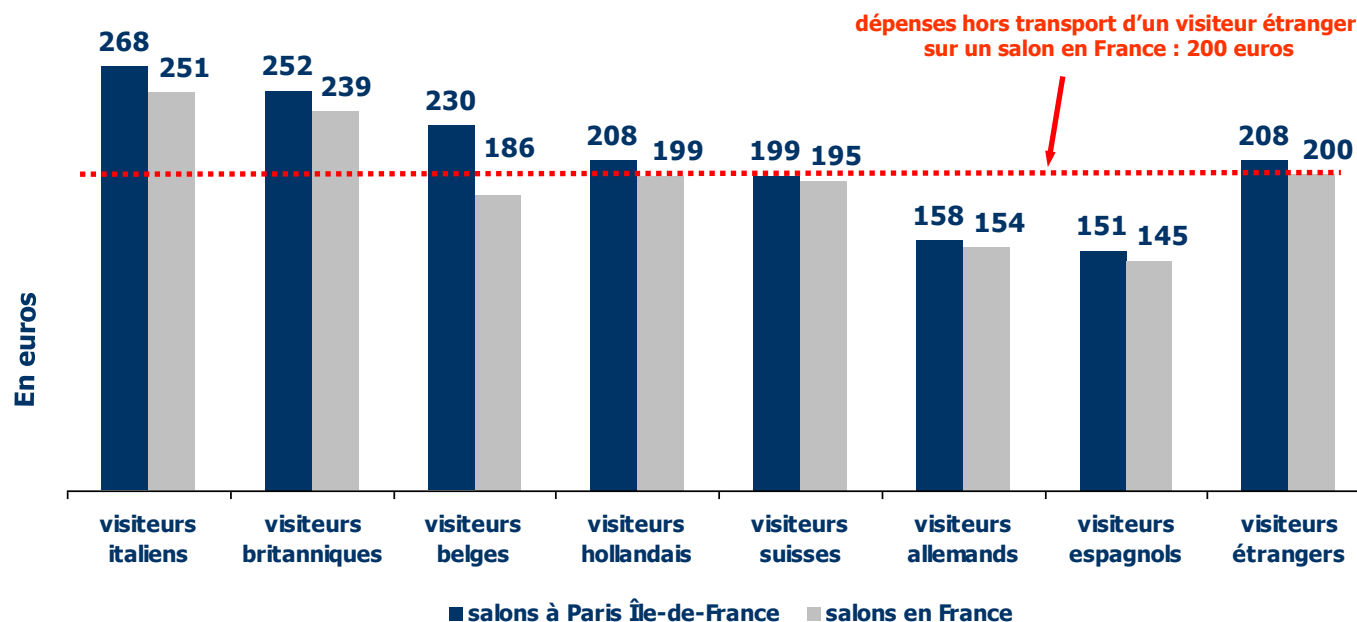
Répartition par grand poste de dépenses pour les séjours des visiteurs de salons en France (hors transport)



■ Analyse et commentaires :

A l'image des étrangers, le premier poste de dépenses de séjour des visiteurs français de salons professionnels internationaux est celui de l'hébergement (respectivement 45 % et 37 %). A noter que le poste de dépenses le plus important des visiteurs français sur les salons grand public est celui consacré aux achats et aux sorties (39 %).

Dépenses par jour hors transports des visiteurs européens



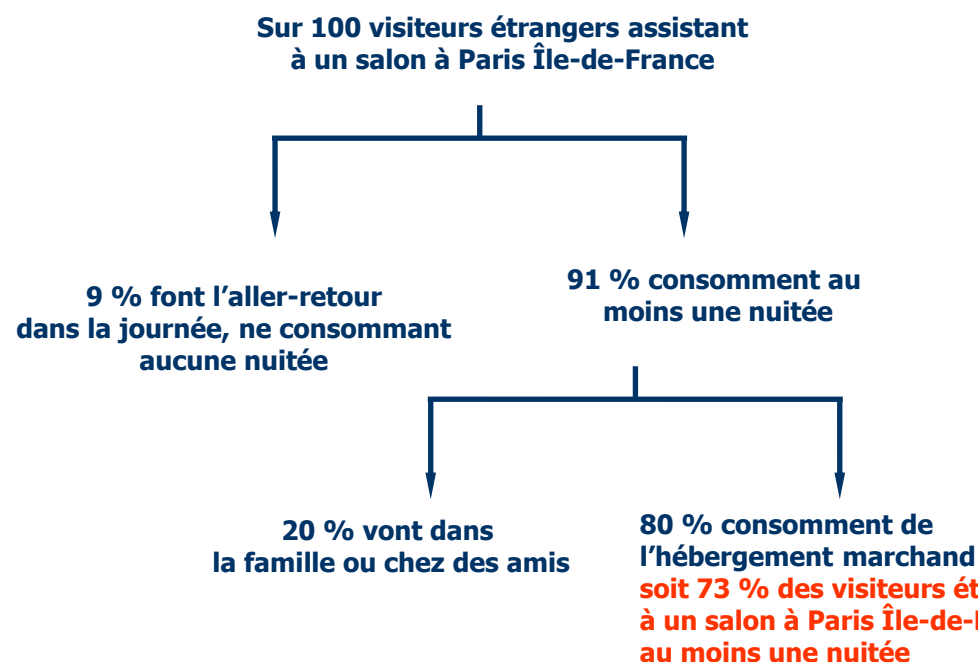
■ Analyse et commentaires :

Les visiteurs italiens sont les étrangers qui dépensent le plus chaque jour en France (251 euros par jour), juste devant les britanniques (239 euros). Les transalpins ont les dépenses d'hébergement et de restauration les plus importantes. Les habitants d'outre manche sont les étrangers qui dépensent le plus en sorties et cadeaux.

Les visiteurs espagnols et allemands sont ceux dont les dépenses journalières sont les plus faibles. Les ibériques consomment moins en hébergement marchand que la moyenne des autres européens, ils vont plus facilement dans la famille ou chez des amis. Les résidents d'outre Rhin ont des dépenses de restauration très restreintes (voir annexes, tableaux pages 67 et 69).

Consommation d'hébergement des visiteurs étrangers sur les salons à Paris Île-de-France

73 % des visiteurs étrangers assistant à un salon à Paris Île-de-France consomment de l'hébergement marchand :



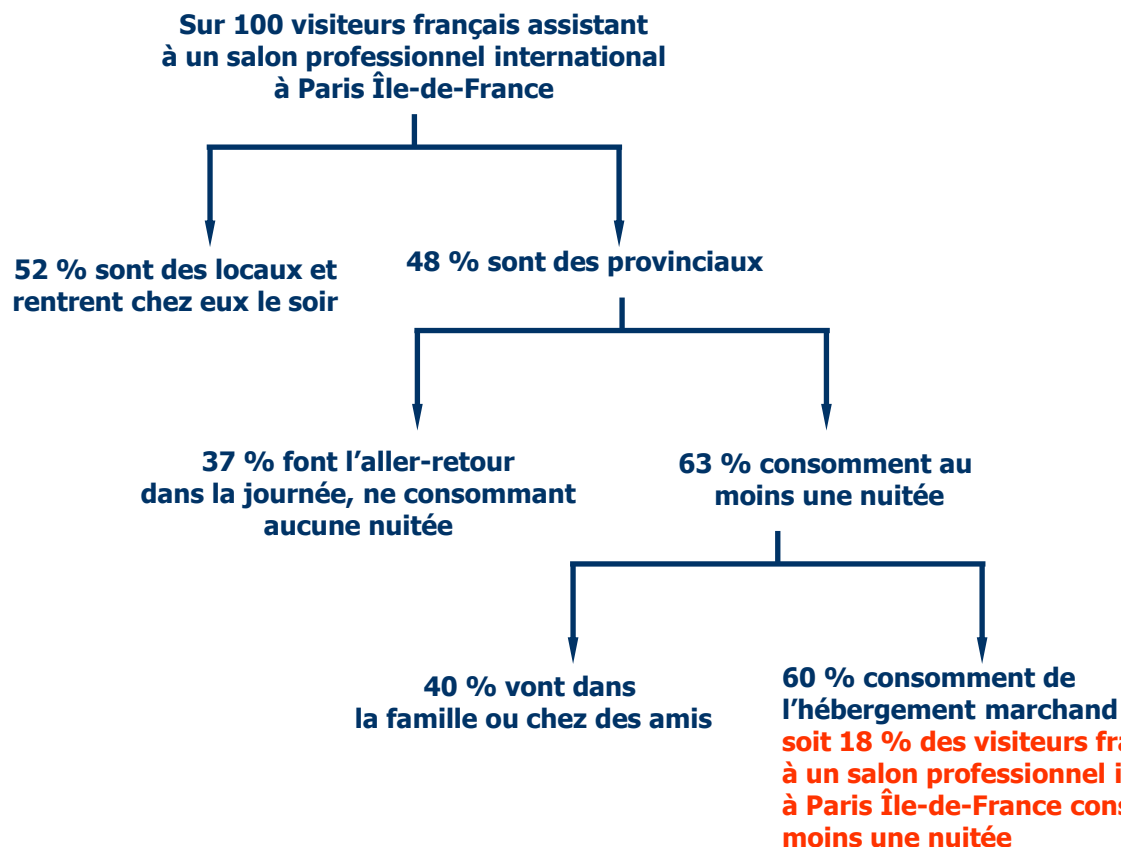
	fréquentation, en %	prix moyen par nuit, en €
4-5 étoiles	26,2	224
3 étoiles	55,8 {	130
2 étoiles		95
0-1 étoile	3,2	58
Résidence hôtelière, location, autres	14,8	179
ensemble	100,0	153

■ Analyse et commentaires :

Près de $\frac{3}{4}$ des visiteurs étrangers assistant à un salon professionnel international à Paris Île-de-France se rendront dans un hébergement marchand à l'occasion de leurs déplacements.

Un peu plus de la moitié d'entre eux iront dans des hôtels de gamme intermédiaire (2-3 étoiles) et 26 % dans des hôtels haut de gamme / luxe (4-5 étoiles). **La clientèle internationale est donc la plus génératrice de retombées économiques pour le secteur hôtelier.**

Consommation d'hébergement des visiteurs français sur les salons professionnels internationaux à Paris Île-de-France



18 % des visiteurs français assistant à un salon professionnel international à Paris Île-de-France consomment de l'hébergement marchand :

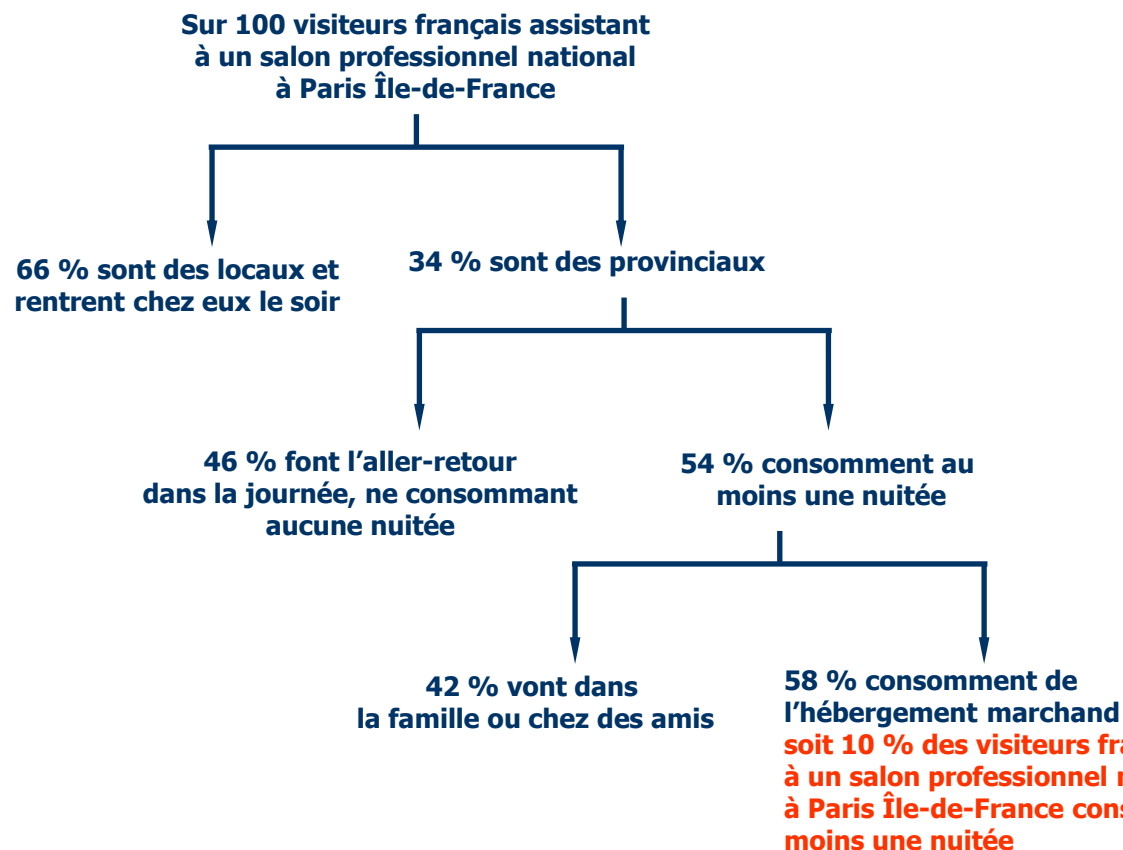
	fréquentation, en %	prix moyen par nuit, en €
4-5 étoiles	9,6	305
3 étoiles	69,9 {	141
2 étoiles		94
0-1 étoile	10,9	58
Résidence hôtelière, location, autres	9,6	73
ensemble	100,0	122

■ Analyse et commentaires :

Un peu moins d'un visiteur français sur cinq assistant à un salon professionnel international à Paris Île-de-France se rendra dans un hébergement marchand.

70 % d'entre eux iront dans des hôtels de gamme intermédiaire (2-3 étoiles) et un peu moins de 10 % dans des hôtels haut de gamme / luxe (4-5 étoiles).

Consommation d'hébergement des visiteurs français sur les salons professionnels nationaux à Paris Île-de-France



10 % des visiteurs français assistant à un salon professionnel national à Paris Île-de-France consomment de l'hébergement marchand :

	fréquentation, en %	prix moyen par nuit, en €
4-5 étoiles	4,6	224
3 étoiles	51,4 {	117
2 étoiles		79
0-1 étoile	20,3	43
Résidence hôtelière, location, autres	23,7	31
ensemble	100,0	75

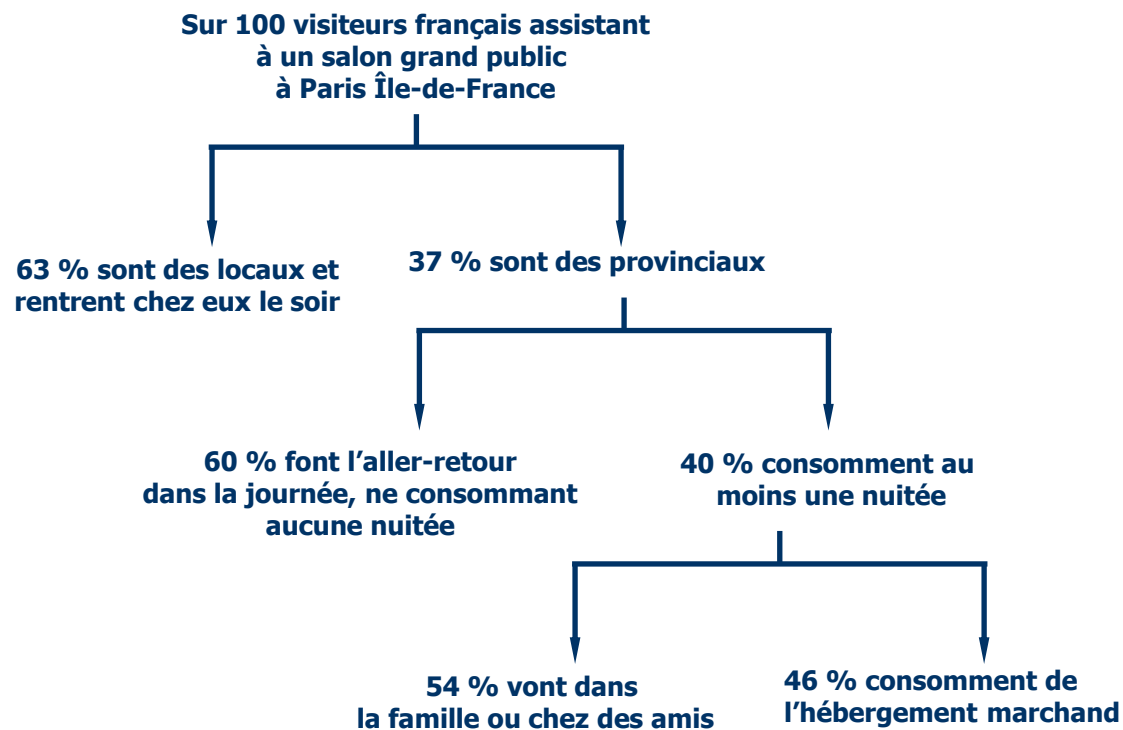


■ Analyse et commentaires :

Seulement 10 % des visiteurs français assistant à un salon professionnel national à Paris Île-de-France se rendront dans un hébergement marchand.

La moitié d'entre eux iront dans des hôtels de gamme intermédiaire (2-3 étoiles) et moins de 5 % dans des hôtels haut de gamme / luxe (4-5 étoiles).

Consommation d'hébergement des visiteurs français sur les salons grand public à Paris Île-de-France



7 % des visiteurs français assistant à un salon grand public à Paris Île-de-France consomment de l'hébergement marchand :

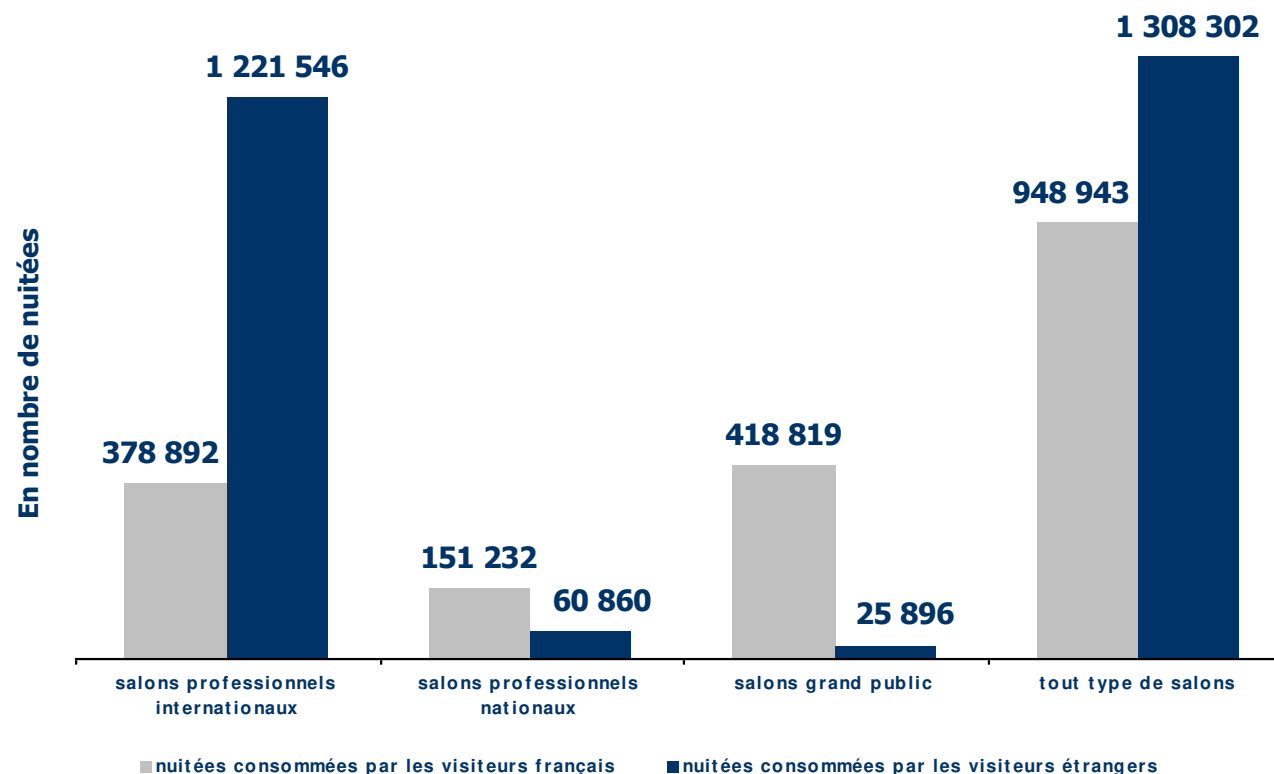
	fréquentation, en %	prix moyen par nuit, en €
4-5 étoiles	6,3	187
3 étoiles	66,5 {	117
2 étoiles		85
0-1 étoile	5,8	61
Résidence hôtelière, location, autres	21,4	38
ensemble	100,0	88

soit 7 % des visiteurs français assistant à un salon grand public à Paris Île-de-France consomment au moins une nuitée

■ Analyse et commentaires :

7 % des visiteurs français assistant à un salon grand public à Paris Île-de-France se rendront dans un hébergement marchand. Deux tiers d'entre eux iront dans des hôtels de gamme intermédiaire (2-3 étoiles) et seulement 6 % dans des hôtels haut de gamme / luxe (4-5 étoiles).

Consommation de nuitées des visiteurs à Paris Île-de-France



■ Analyse et commentaires :

En 2010, 2,257 millions de nuitées ont été consommées en hébergement marchand par les visiteurs de salons à Paris Île-de-France. 58 % de ces nuitées ont été générées par les étrangers.

98 % des nuitées des visiteurs étrangers se déroulent à l'occasion de salons professionnels. La proportion est de 56 % pour les visiteurs français.

* 27,4 millions de nuitées dans le tourisme d'affaire à Paris Île-de-France (source CRT)

1 - PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

2 - SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS

3 - SALONS ENQUÊTÉS

4 - PROFIL DES EXPOSANTS ET DES VISITEURS INTERROGÉS

5 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES EXPOSANTS

6 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES VISITEURS

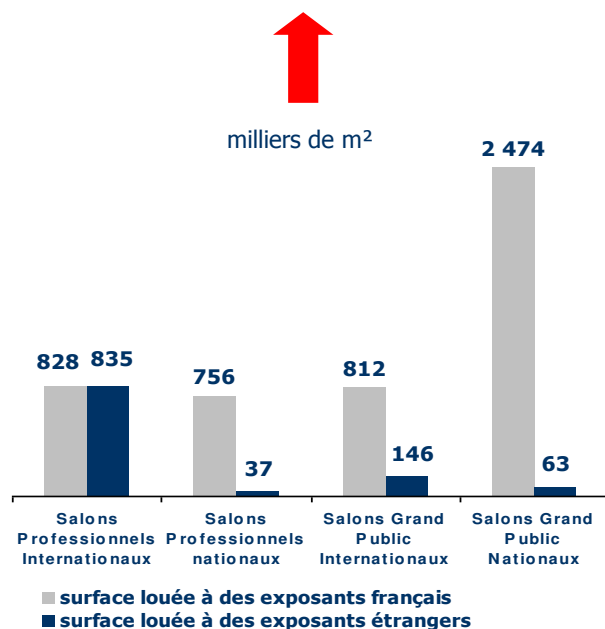
7 - ESTIMATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

8 - GLOSSAIRE

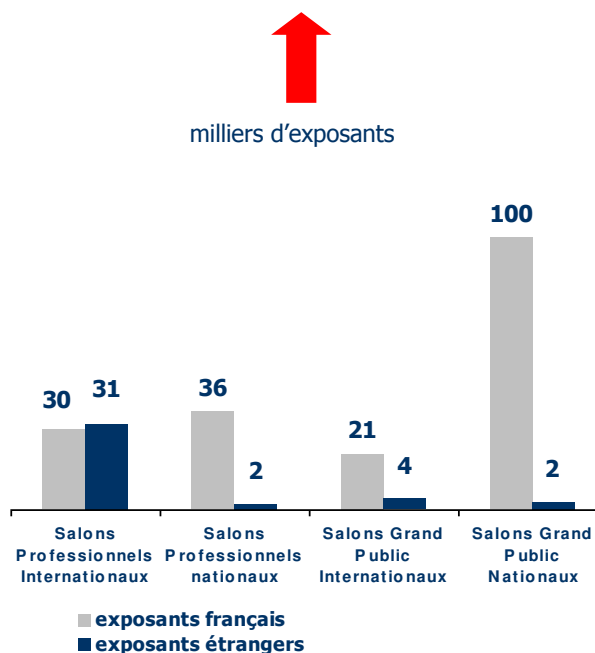
9 - ANNEXES

Bilan de l'activité des salons en France en 2010 *

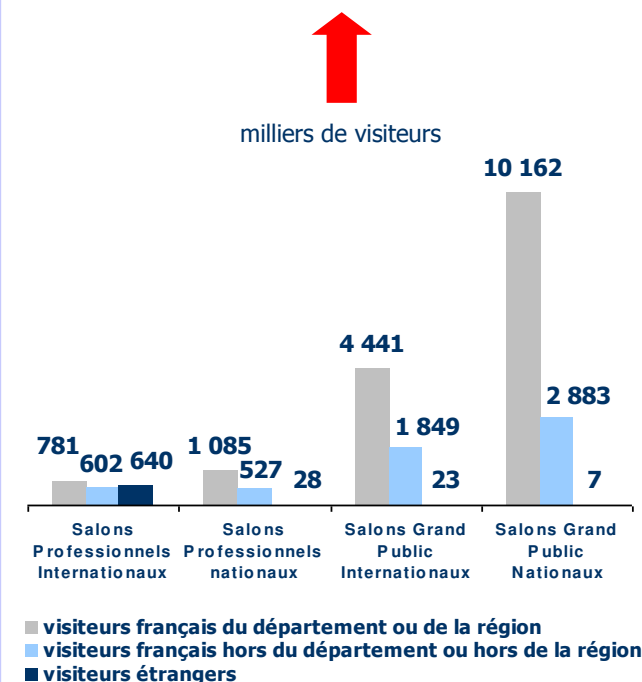
surface nette louée : 5 951 000 m²
 82 % des surfaces louées par des français
 18 % des surfaces louées par des étrangers



Nombre d'exposants : 226 000
 83 % des exposants sont des français
 17 % des exposants sont des étrangers



Nombre de visiteurs : 23 028 000
 72 % sont des français du département ou de la région
 25 % sont des français hors département ou hors région
 3 % sont des étrangers



■ Analyse et commentaires :

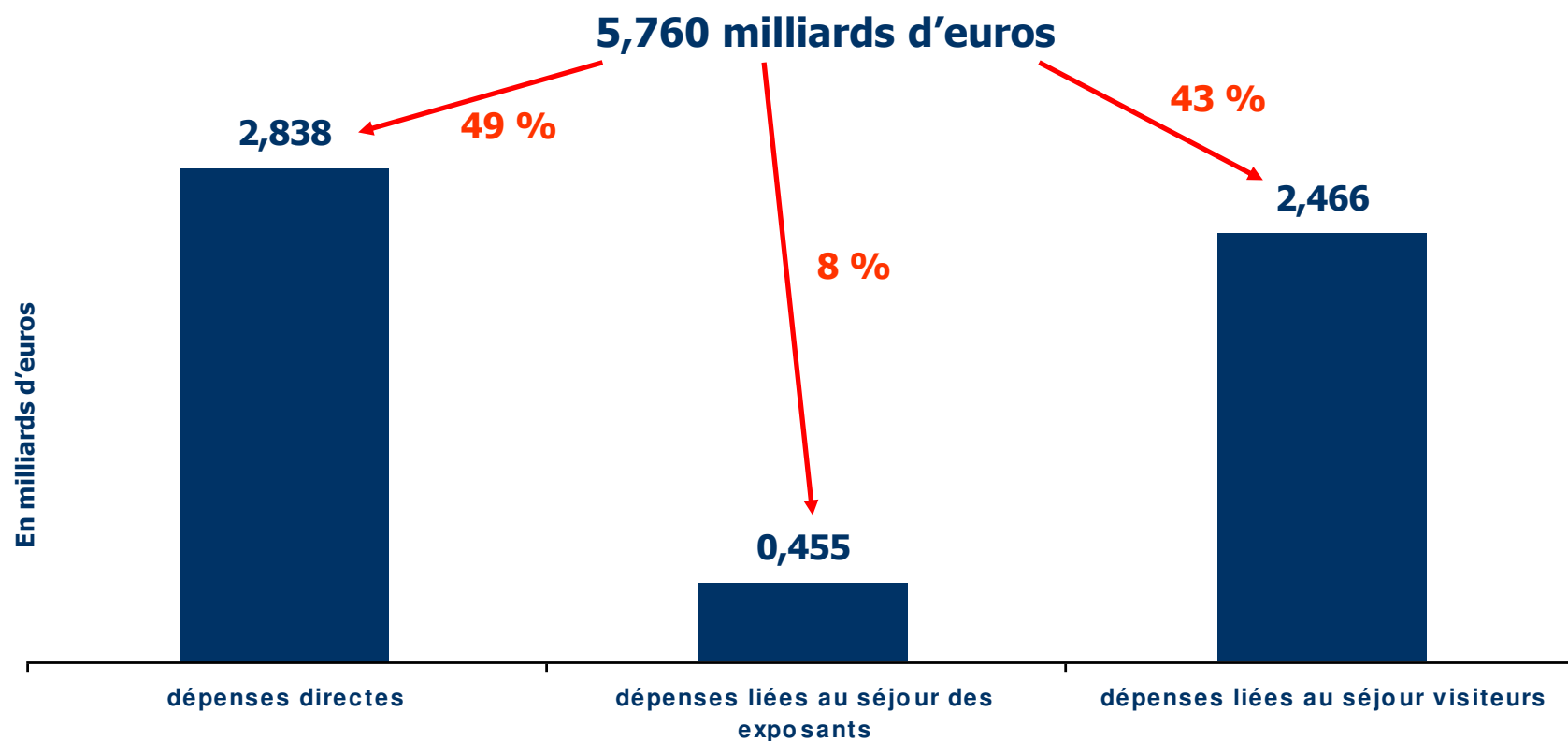
Surface nette : Les salons professionnels internationaux couvrent 28 % de la surface totale louée toutes manifestations confondues. 18 % des m² totaux d'exposition sont occupés par des entreprises étrangères. Ces dernières exposent en majorité sur les salons professionnels internationaux (79 %).

Nombre d'exposants : 17 % des exposants sont étrangers, les salons professionnels internationaux accueillent 27 % des exposants.

Nombre de visiteurs : 97 % des visiteurs sont français et 84 % de l'ensemble des visiteurs se rendent un salon grand public. **Parmi les 28 % de visiteurs qui ne sont pas originaires de la région de la manifestation, 11% sont étrangers.**

* Estimation provisoire réalisée à partir des données OJS pour la province et OJS-CCIP pour Paris Île-de-France

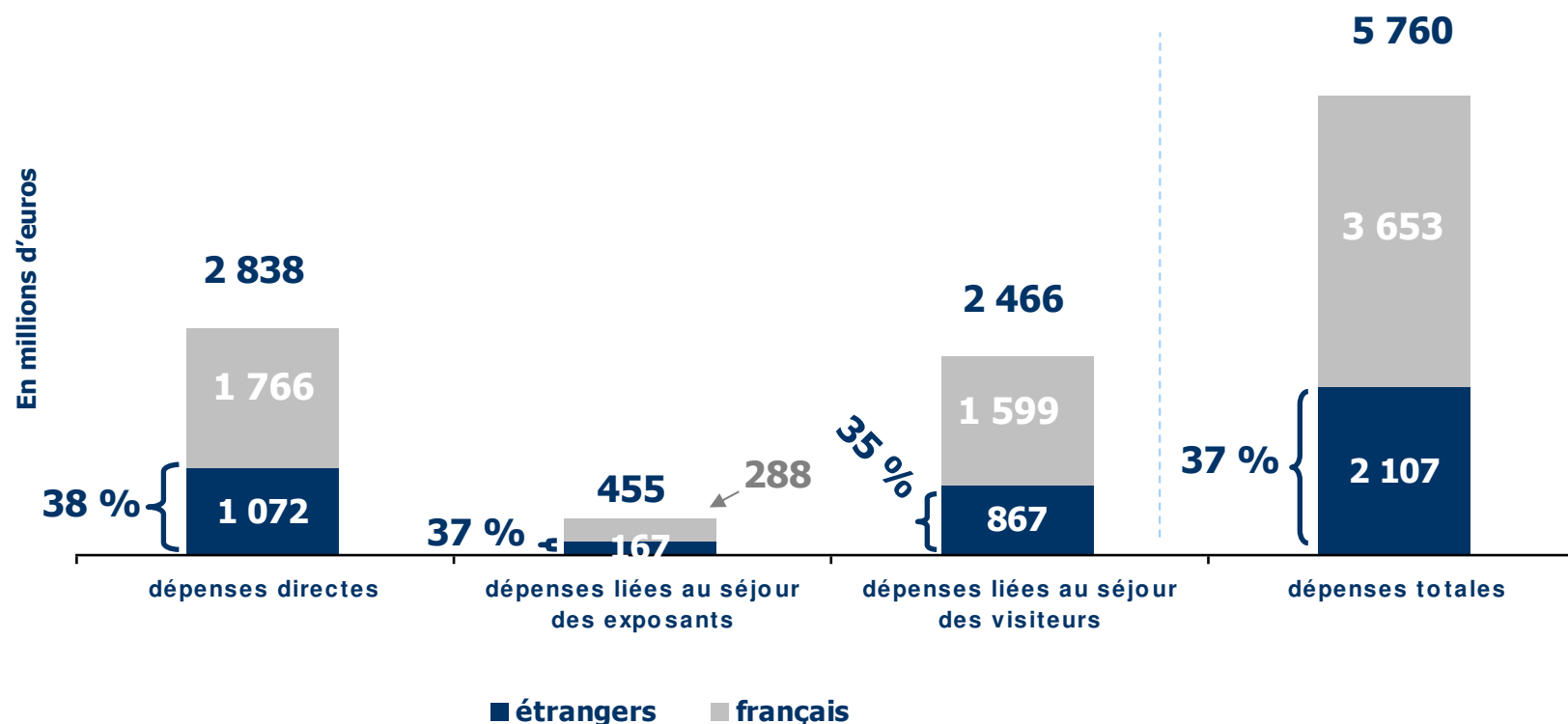
Retombées économiques en France en 2010, par type de dépenses



■ Analyse et commentaires :

Près de la moitié des retombées économiques générées par les salons en France proviennent des dépenses directes des exposants. Les exposants génèrent 57 % des retombées économiques des salons en France, 43 % de celles-ci provenant des dépenses liées au séjour des visiteurs (transport, hébergement, restauration,...).

Origine des dépenses en France en 2010 (françaises versus étrangères)



■ Analyse et commentaires :

Les exposants et visiteurs étrangers génèrent 37 % de l'ensemble des retombées économiques des salons en France en 2010.

Les exposants étrangers contribuent pour 38 % à l'ensemble des dépenses **alors qu'ils ne représentent que 17 % du nombre total des exposants**. En effet, ils dépensent trois fois plus que les français pour les services liés au montage et à l'animation de l'espace loué ainsi que pour leurs dépenses liées au séjour en France.

Les visiteurs étrangers génèrent 35 % des dépenses alors qu'ils ne représentent seulement que **11% des visiteurs venant de l'extérieur de la région**. Leur dépense journalière est trois fois plus élevée et leur séjour deux fois plus long que pour un français.

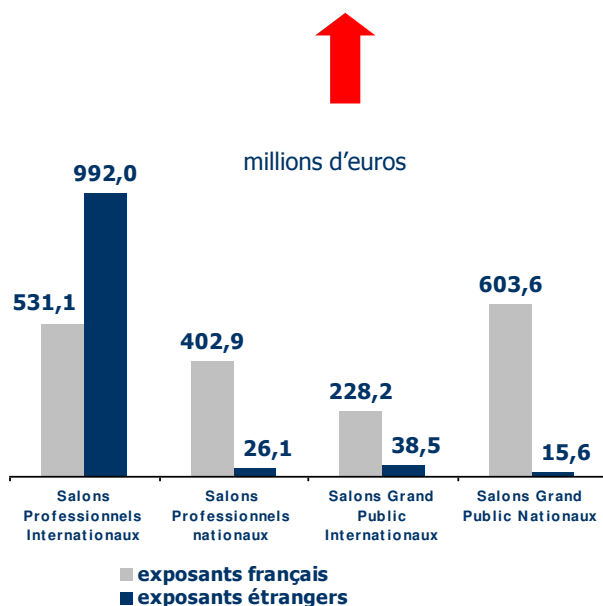
Retombées économiques en France en 2010 (5,760 milliards d'euros), par type de salon

Salons professionnels : 3,458 milliards d'euros

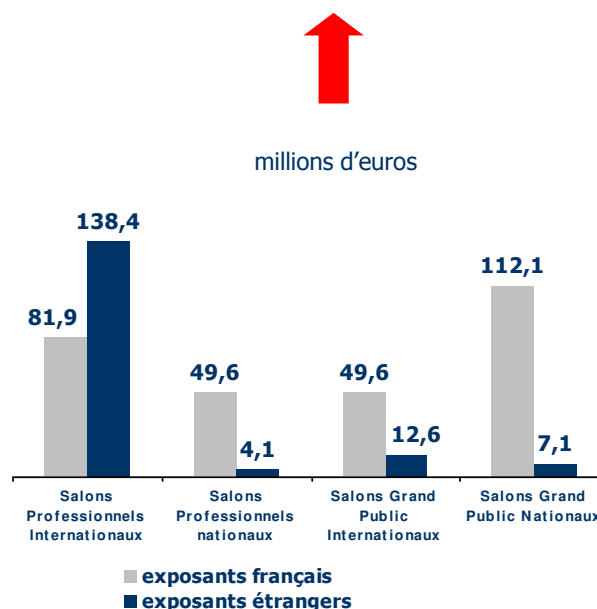
Salons grand public : 2,302 milliards d'euros

Dépenses directes : 2,838 milliards d'euros

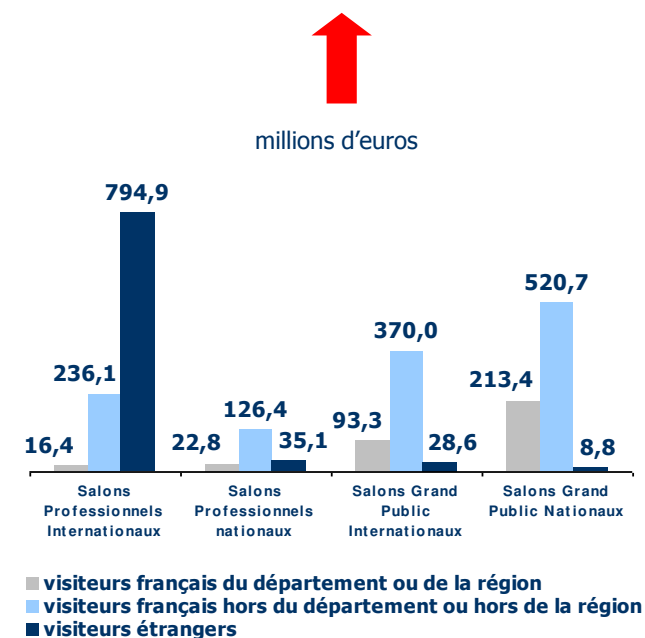
salons professionnels : 69 % des dépenses
salons grand public : 31 % des dépenses



dépenses liées au séjour des exposants : 455 millions d'euros
salons professionnels : 60 % des dépenses
salons grand public : 40 % des dépenses



dépenses liées au séjour des visiteurs : 2,466 milliards d'euros
salons professionnels : 50 % des dépenses
salons grand public : 50 % des dépenses



■ Analyse et commentaires :

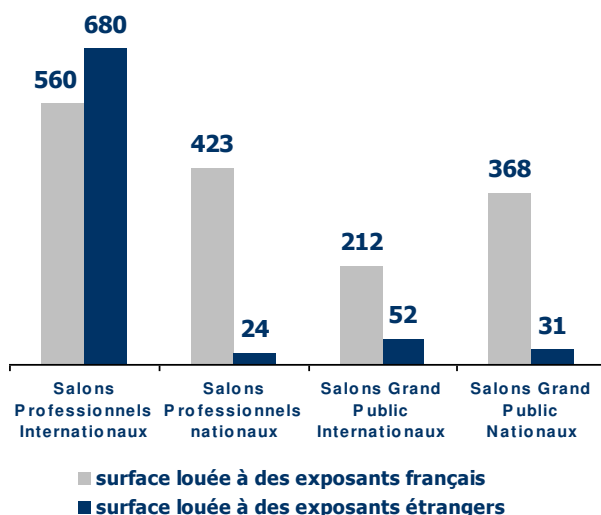
Les salons professionnels engendrent 60 % des retombées économiques totales, les salons Grand Public 40 %. 48 % de ces dépenses sont réalisées lors de salons professionnels internationaux.

Rappelons que les exposants étrangers sont à l'origine de 65 % des dépenses directes et que les visiteurs & exposants étrangers de 74 % des dépenses liées au séjour des salons professionnels internationaux.

Bilan de l'activité des salons à Paris Île-France en 2010 *

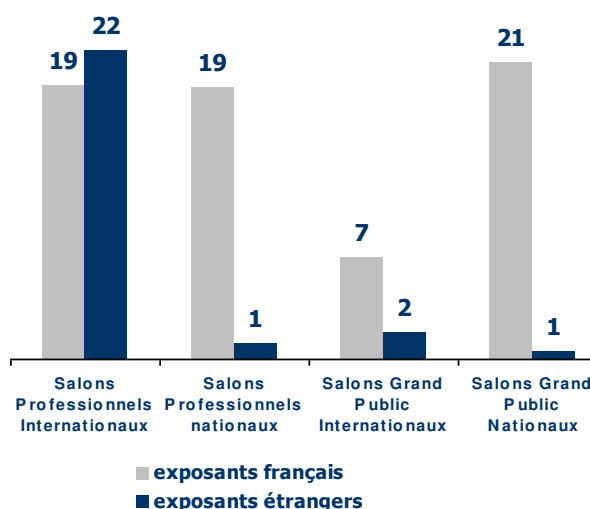
surface nette louée : 2 350 000 m²
66 %, surface louée par des français
34 %, surface louée par des étrangers

↑
milliers de m²



Nombre d'exposants : 91 800
72 % des exposants sont des français
28 % sont des étrangers

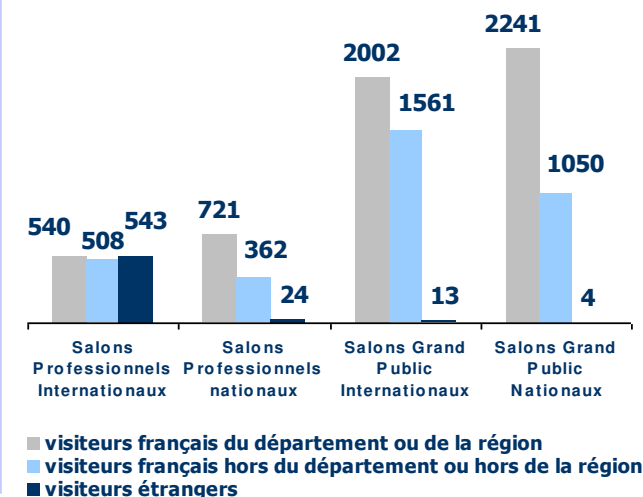
↑
milliers d'exposants



Nombre de visiteurs : 9 569 000

58 % sont des français du département ou de la région
36 % sont des français hors département ou hors région
6 % sont des étrangers

↑
milliers de visiteurs



■ Analyse et commentaires :

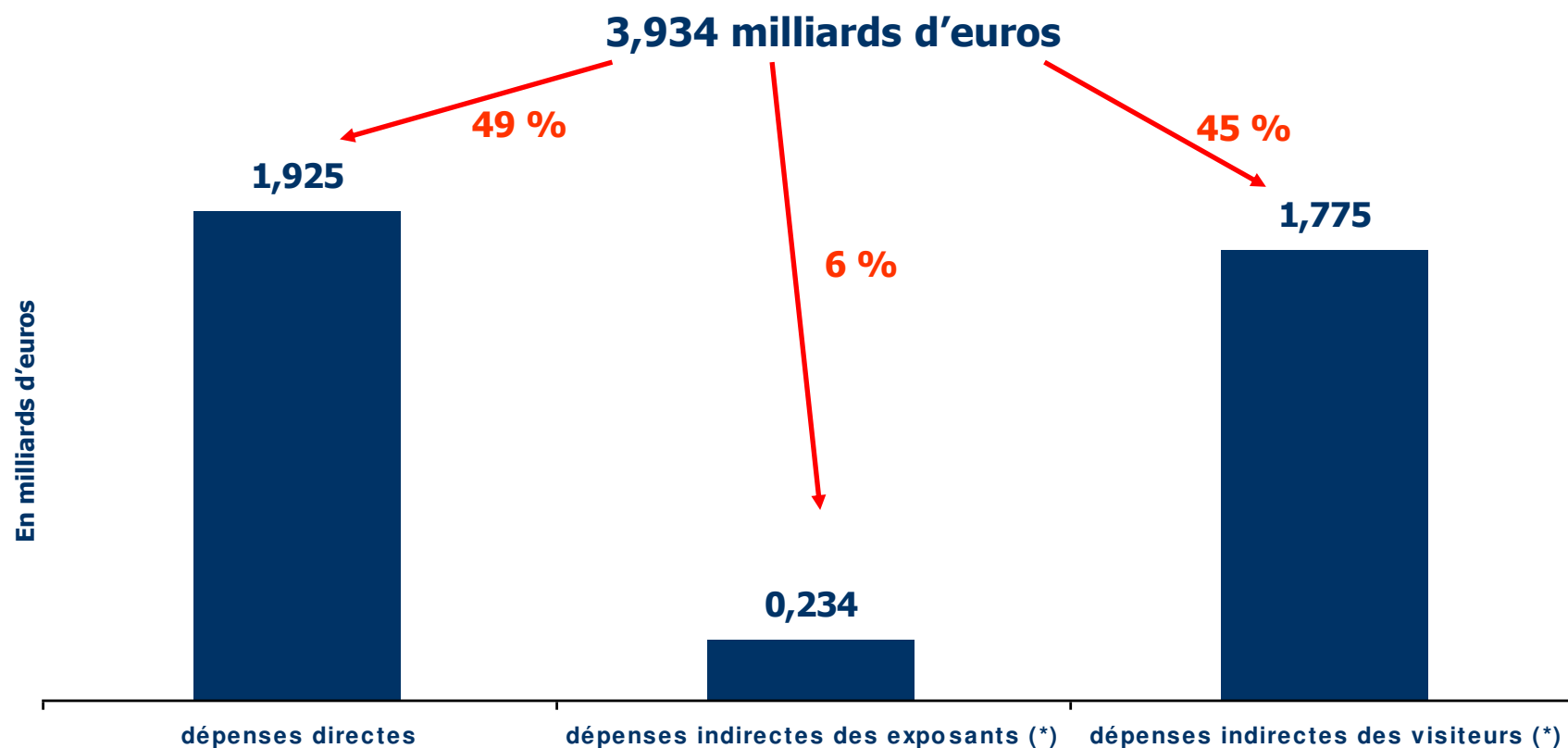
Surface nette : Les salons professionnels internationaux représentent 52 % de la surface totale louée de toutes manifestations confondues en Île-de-France. Les entreprises étrangères couvrent **34 %** des m² d'expositions de l'ensemble des salons franciliens. Elles déploient massivement leurs structures sur les salons professionnels internationaux (85 %).

Nombre d'exposants : Les salons professionnels internationaux accueillent 45 % des exposants. **28 % des entreprises exposantes sont étrangères.**

Nombre de visiteurs : 94 % des visiteurs sont français et 72 % de l'ensemble des visiteurs se rendent un salon grand public. **Parmi les 42 % de visiteurs non franciliens, 14% sont étrangers.**

* Estimation réalisée à partir des données OJS-CCIP pour Paris Île-de-France

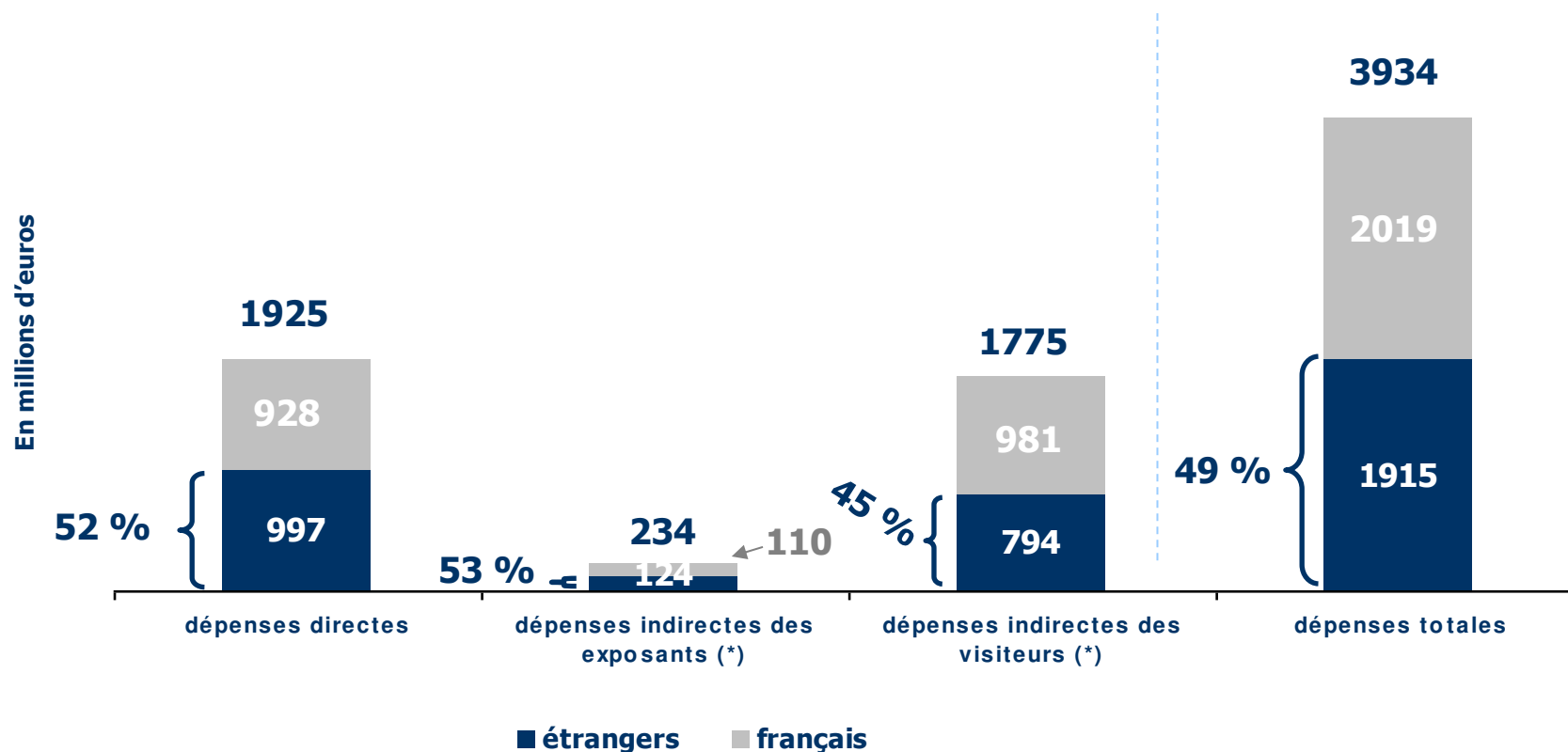
Retombées économiques à Paris Île-de-France en 2010, par type de dépenses



■ Analyse et commentaires :

Près de la moitié des retombées économiques générées sur les salons franciliens proviennent des dépenses directes des exposants. Les exposants engendrent 55 % des retombées économiques franciliennes, les visiteurs 45 %. A noter que la répartition des dépenses en Île-de-France est sensiblement la même qu'au niveau national.

Origine des dépenses à Paris Île-de-France en 2010 (françaises versus étrangères)



■ Analyse et commentaires :

49 % de l'ensemble des retombées économiques des salons en France en 2010 sont générées par les exposants et visiteurs étrangers.

Les exposants étrangers contribuent pour **52 %** à l'ensemble des dépenses alors qu'ils ne représentent que **28 % du nombre total des exposants**. En effet, Ils dépensent **deux fois plus que les français** pour le montage de leur stand et **3 fois plus** pour leurs dépenses liées au séjour en Île-de-France.

Les visiteurs étrangers génèrent 45 % des dépenses alors qu'ils ne représentent seulement que **11% des visiteurs non franciliens**. Leur dépense journalière est trois fois plus élevée et leur séjour deux fois plus long que celle des français.

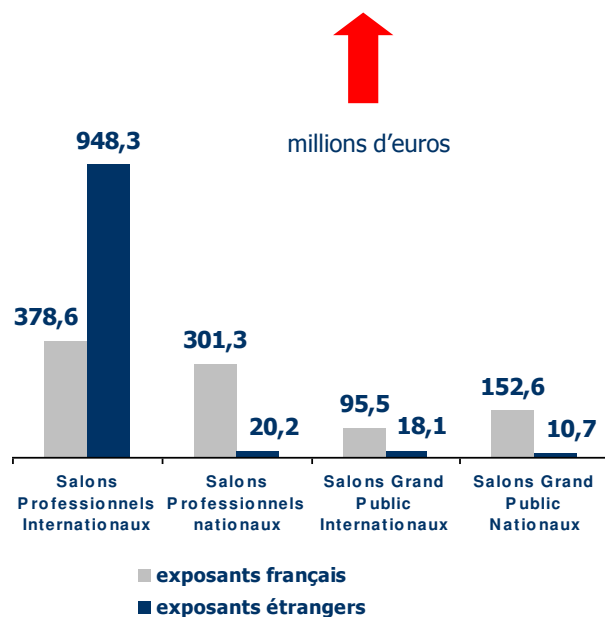
Retombées économiques à Paris Île-de-France en 2010 (3,934 milliards d'euros), par type de salon

Salons professionnels : 2,935 milliards d'euros

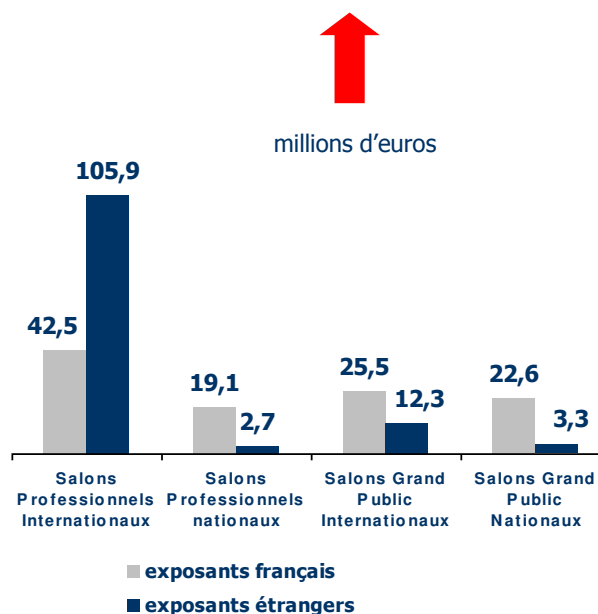
Salons grand public : 999 millions d'euros

Dépenses directes : 1,925 milliards d'euros

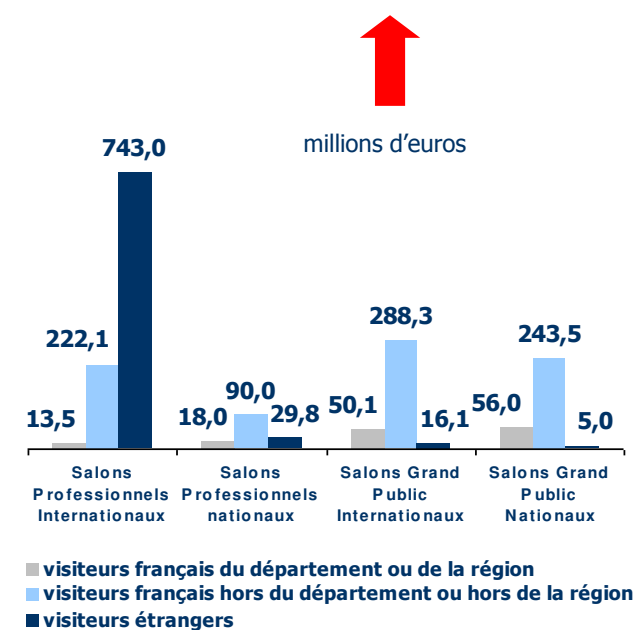
salons professionnels : 86 % des dépenses
salons grand public : 14 % des dépenses



dépenses liées au séjour des exposants : 234 millions d'euros
salons professionnels : 75 % des dépenses
salons grand public : 27 % des dépenses



dépenses liées au séjour des visiteurs : 1,775 milliards d'euros
salons professionnels : 63 % des dépenses
salons grand public : 37 % des dépenses

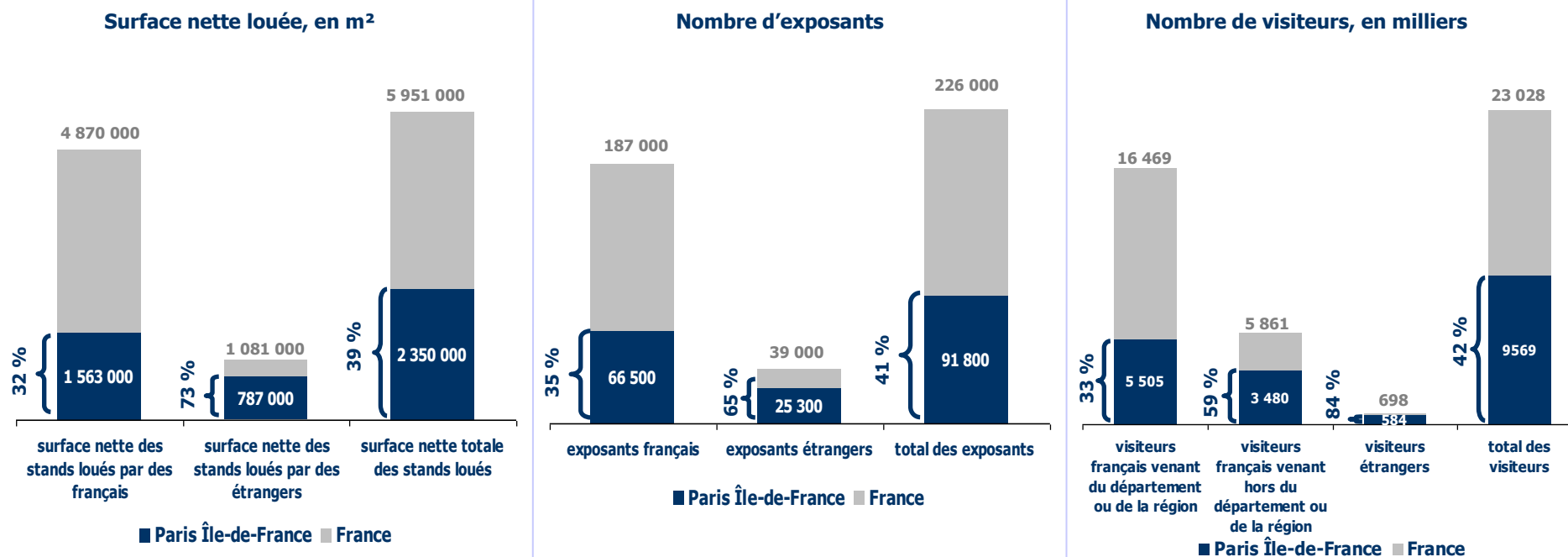


■ Analyse et commentaires :

Les salons professionnels engendrent 75 % des retombées économiques en Île-de-France, les salons Grand Public 25 %. 62 % de ces dépenses sont réalisées à l'occasion de salons professionnels internationaux.

Les exposants étrangers sont à l'origine de 71 % des dépenses directes et les visiteurs et exposants étrangers 75 % des dépenses liées au séjour des salons professionnels internationaux.

Part de l'activité de Paris Île-de-France dans celle de la France en 2010*



■ Analyse et commentaires :

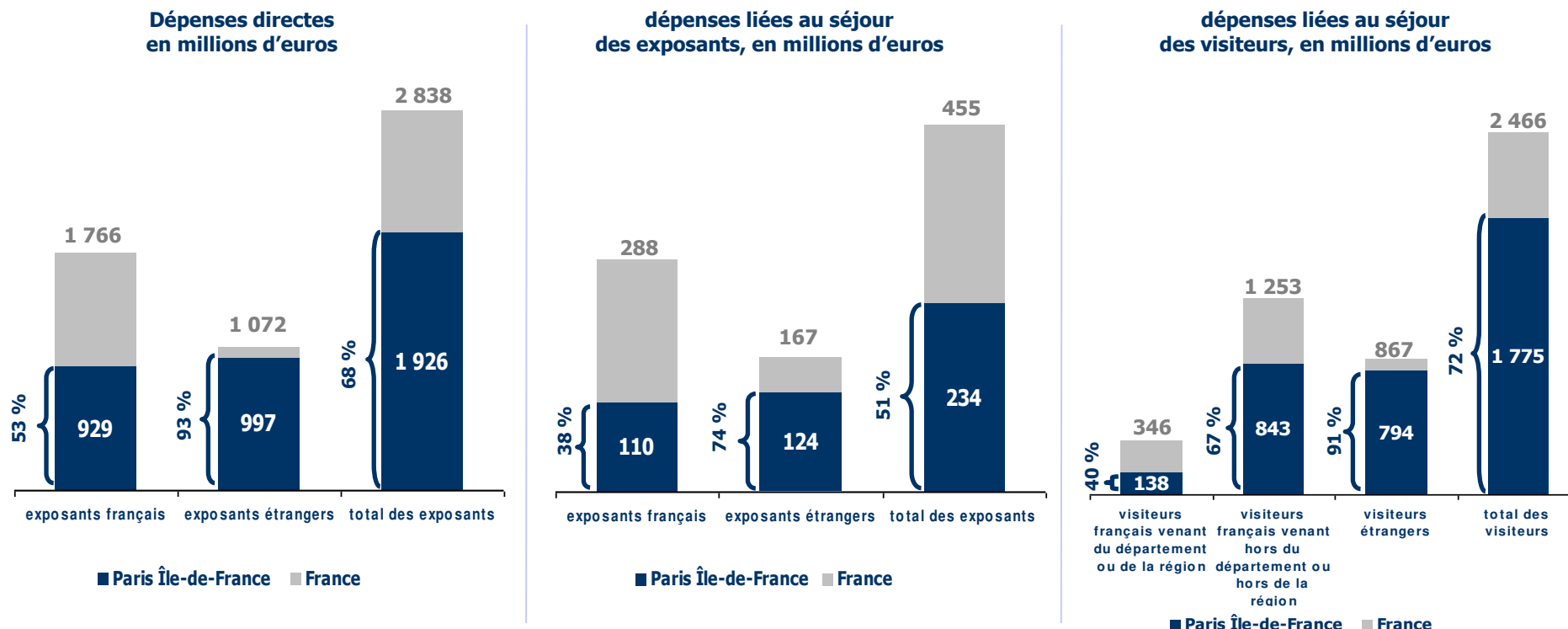
Surface nette : les salons franciliens couvrent 39 % de la surface totale d'exposition en France. 32 % des m² d'exposition français et 73 % des m² étrangers sont présentés aux visiteurs sur les salons franciliens.

Nombre d'exposants : 41 % des exposants sont présents à Paris et 65 % des exposants étrangers choisissent la capitale comme lieu d'exposition.

Nombre de visiteurs : 42 % du total des visiteurs en France se sont rendus sur un salon parisien. Plus de 5 visiteurs étrangers sur 6 se déplaçant sur un salon français choisissent une manifestation francilienne.

* Estimation provisoire réalisée à partir des données OJS pour la province et OJS-CCIP pour Paris Île-de-France

Le poids des retombées économiques générées à Paris Île-de-France



■ Analyse et commentaires :

La région Paris Île-de-France concentre 68 % des retombées économiques de la filière générées en France.

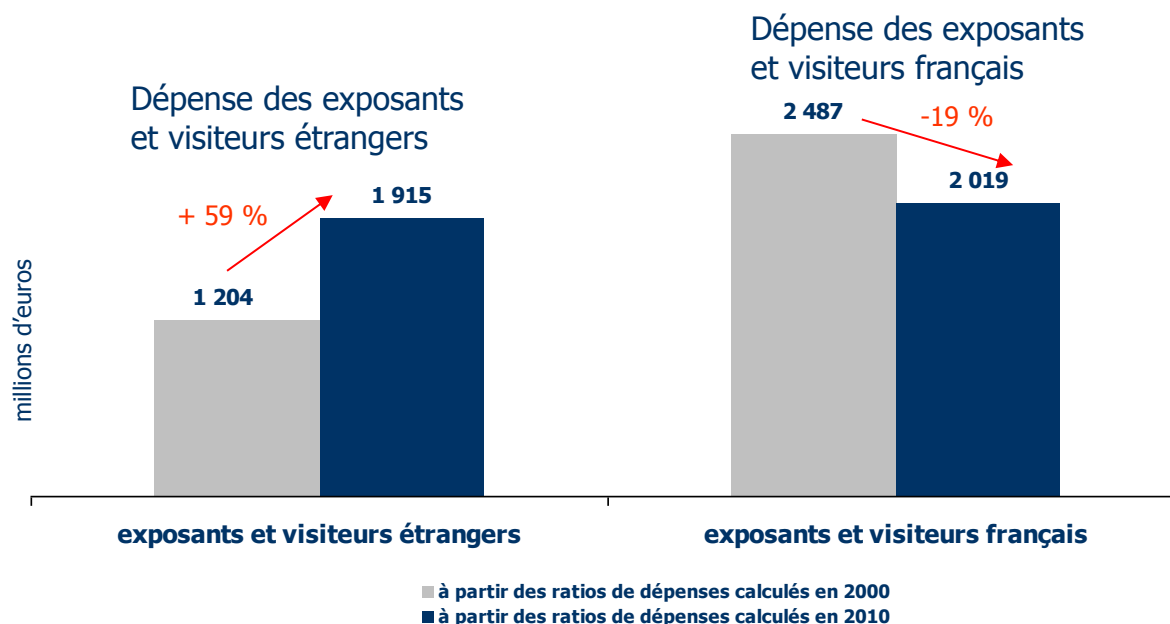
68 % des dépenses directes sont réalisées par des exposants à Paris bien que la surface nette ne couvrent que 39 % de la surface nationale. En effet, la dépense par m² d'exposition est plus forte pour les exposants dans les salons franciliens.

Les dépenses liées au séjour des exposants franciliens représentent 51 % des dépenses nationales, soit un pourcentage similaire à leur poids (plus 40% exposent à Paris).

Près de 70 % des dépenses liées au séjour en France sont réalisées à Paris. En effet, l'essentiel des salons professionnels internationaux qui attirent la clientèle à forte contribution française et étrangère est concentrée à Paris.

91 % des dépenses directes et des celles liées au séjour des étrangers en France, sont réalisées en Île-de-France. En effet, **65 % des exposants étrangers** choisissent la capitale comme lieu d'exposition **et plus de 5 visiteurs étrangers sur 6** se déplaçant sur un salon français choisissent une manifestation francilienne.

Estimation des retombées économiques à Paris Île-de-France, en 2010 : 3,934 milliards d'euros selon les « nouveaux » ratios de dépenses et 3,691 milliards d'euros selon les « anciens ratios » de dépenses



■ Analyse et commentaires :

L'observation entre les « nouvelles » retombées économiques 2010 calculées à partir des nouveaux ratios de dépenses (2010) et les « anciennes » estimées en 2010 à partir des anciens ratios de dépenses (2000) fait apparaître les évolutions suivantes* :

Pour les étrangers :

- Hausse de près de 60 % de la dépense des exposants et des visiteurs étrangers. La dépense accrue dans le domaine lié à l'aménagement et l'animation des stands étrangers indique, qu'en l'espace de 10 ans, la place de Paris s'est fortement internationalisée et industrialisée, permettant de mieux répondre aux demandes étrangères les plus exigeantes. Le doublement de la durée de séjour des étrangers à Paris, qui conforte la capitale française comme une destination incontournable dans le domaine des salons, a eu pour effet d'augmenter sensiblement les dépenses étrangères d'hôtellerie et de restauration.

Pour les français :

- Scénario différent avec une baisse des dépenses globales d'un peu moins de 20 %. Cette baisse est due entre autre à la diminution des dépenses liées à la création et la gestion du stand. On observe malgré tout un allongement de la durée de séjour des visiteurs français sur les salons Grand Public.

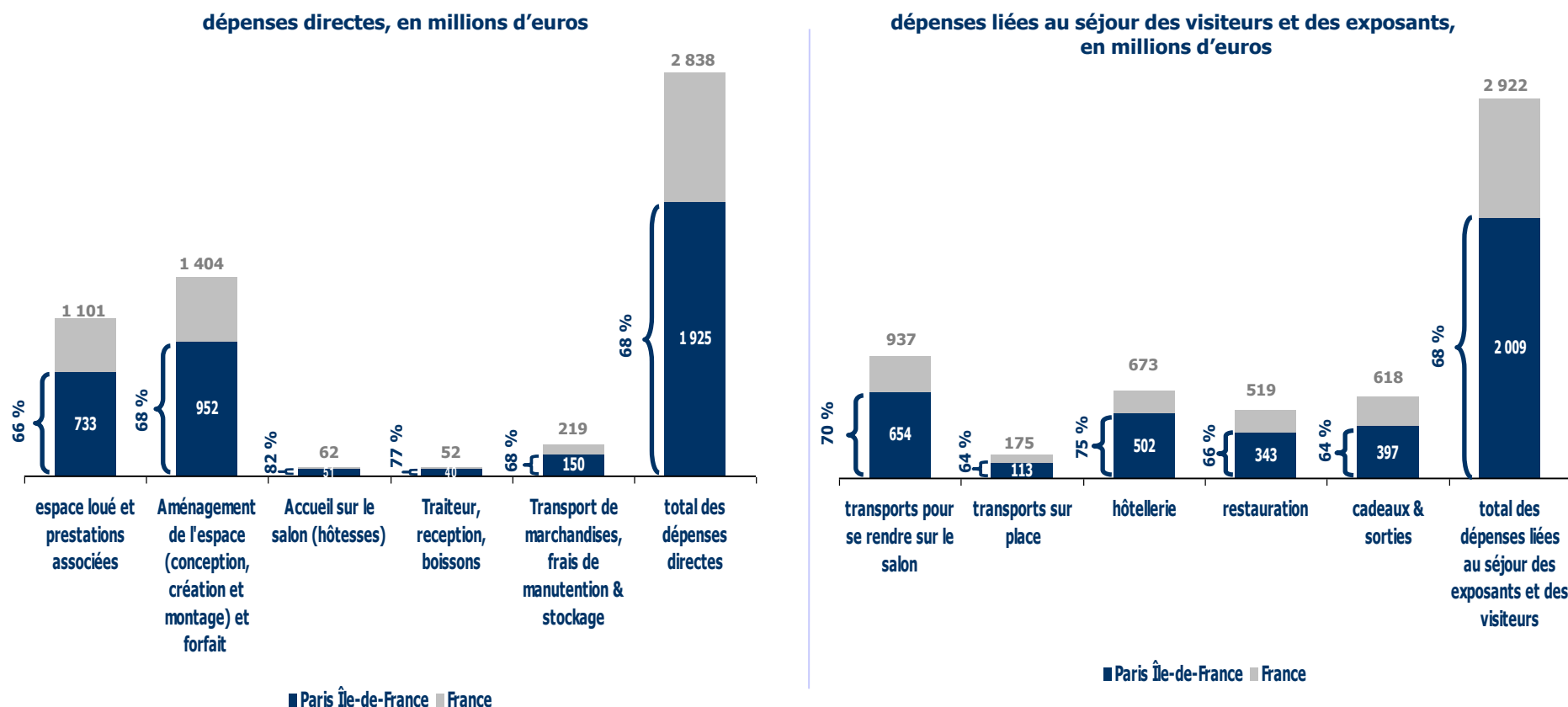
Selon les nouveaux ratios établis en 2010 (versus anciens ratios de 2000), l'estimation des retombées économiques en Île-de-France est supérieure de 250 millions d'euros.

Conclusion :

la place de Paris qui génèrent 68 % des retombées économiques du secteur des foires et salons en France, s'est industrialisée et internationalisée en l'espace de 10 ans. 1 euro de retombées économiques sur 2 dépend désormais des exposants et/ou des visiteurs étrangers (1 sur 3 avec les anciens ratios de 2000). Les étrangers constituent donc aujourd'hui incontestablement le vrai moteur de croissance du secteur.

* Le bilan de l'activité économiques (nombre d'exposants, de visiteurs etc.) est le même à la base pour le calcul des deux retombées économiques. Il correspond à celui de 2010.

Détail par poste de dépenses à Paris Île-de-France et en France



■ Analyse et commentaires :

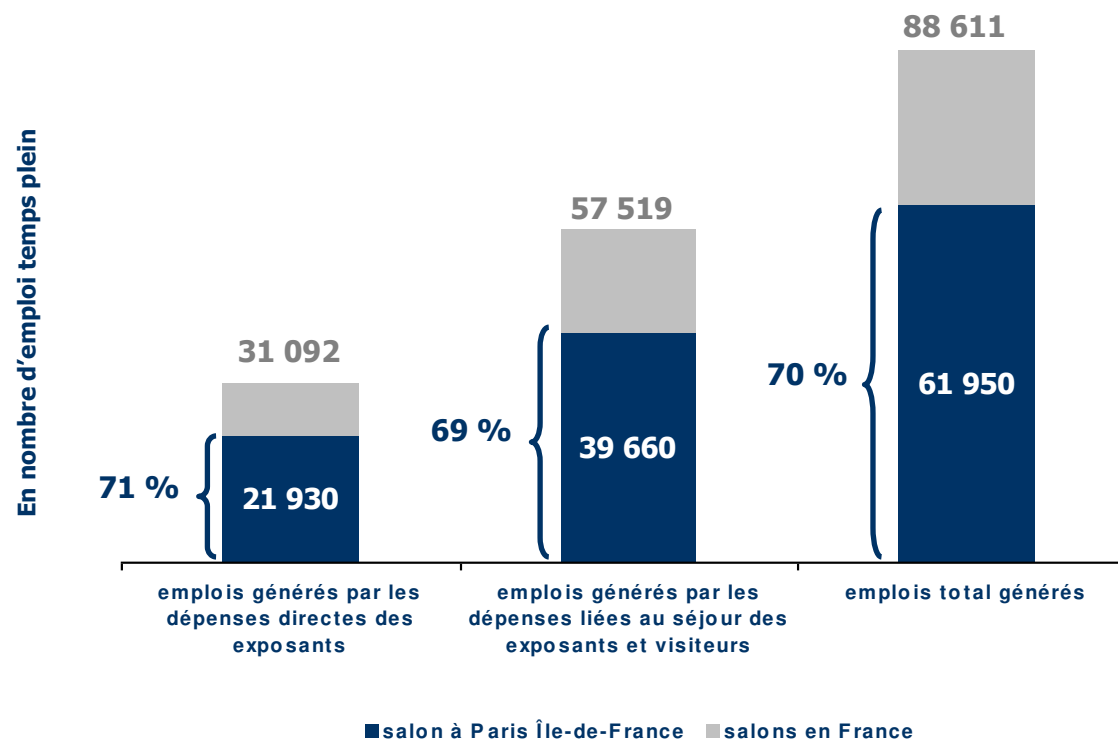
Dépenses directes des exposants :

L'aménagement du stand sur les salons en France représente la moitié du budget des dépenses directes et la location d'espace et prestations associées absorbe 39 % de ce même budget. La tendance observée est identique en Île-de-France.

dépenses liées au séjour des exposants et visiteurs :

Les transports pour se rendre sur un salon en France concentrent 32 % des dépenses, l'hôtellerie 23 %, les cadeaux & sorties 21 % et la restauration 18 %. On observe pratiquement les mêmes proportions à Paris Île-de-France.

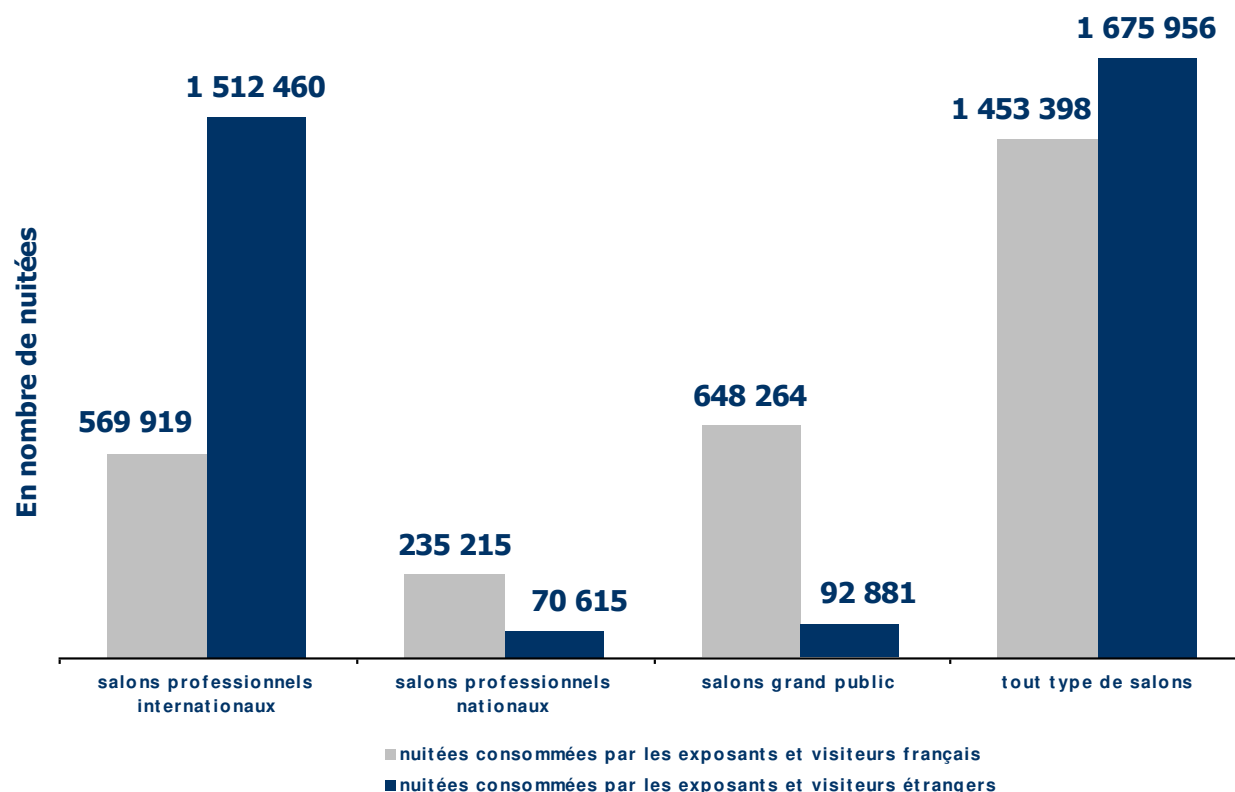
Emplois générés par l'activité des foires & salons en « équivalents temps plein »



■ Analyse et commentaires :

L'ensemble de l'activité des foires et salons a généré un peu plus de 88 000 emplois temps plein en France en 2010. 69% de ces emplois se situent à Paris Île-de-France, soit 61 230. La filière salons (dépenses directes) génère en France un peu plus de 31 000 emplois temps plein et les dépenses liées au séjour des exposants & visiteurs un peu plus de 57 000, bien que ces deux branches économiques pèsent le même poids en terme de dépenses. La raison est simple : les emplois de la filière salons (dépenses directes), par la technicité et la spécificité demandées, génèrent un CA par unité plus élevé que les dépenses liées au séjour (hôtellerie, restauration,...).

Consommation de nuitées du personnel des entreprises exposantes et des visiteurs à Paris Île-de-France



■ Analyse et commentaires :

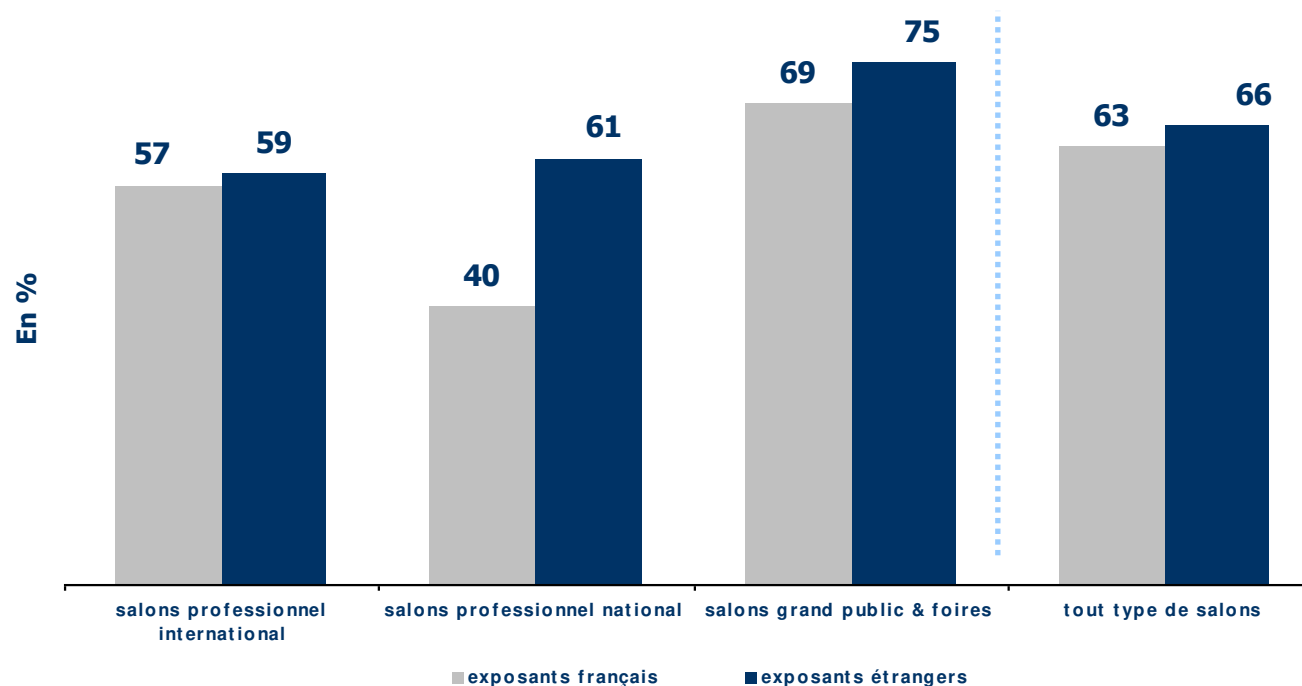
En 2010, 3,129 millions de nuitées ont été effectuées en hébergement marchand par les visiteurs de salons à Paris Île-de-France. 54 % de ces nuitées ont été générées par les étrangers.

95 % des nuitées des visiteurs étrangers se déroulent à l'occasion de salons professionnels contre 55 % pour les nuitées des visiteurs français.

10 % des nuitées d'affaires à Paris en 2010 ont été réalisées par des professionnels français et étrangers venant dans la capitale à l'occasion d'un salon*.

* 27,4 millions de nuitées dans le tourisme d'affaire à Paris Île-de-France (source CRT)

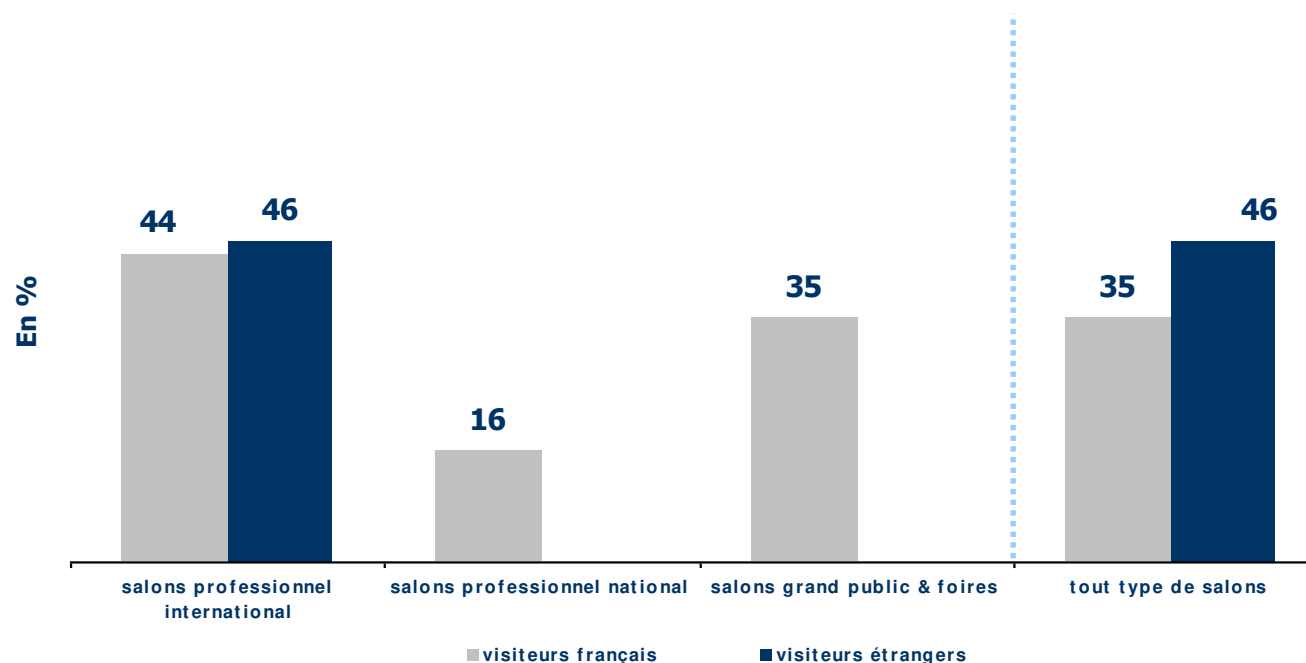
Courant d'affaires généré par les exposants sur les salons en France (% de réponses « oui » à la question : avez-vous conclu au moins un contrat financier avec un de vos clients ou réalisé au moins une vente avec un visiteur sur votre stand ?)



Analyse et commentaires :

Les exposants étrangers concluent plus de contrats ou vendent plus que les exposants français sur les salons en France : 66% contre 63%. Les ventes ou les contrats se négocient le plus sur les salons grand public. Quel que soit le type de salon, les exposants étrangers réalisent plus d'affaires que les exposants français.

Courant d'affaires généré par les visiteurs sur les salons en France (% de réponses « oui » à la question : avez-vous conclu au moins un contrat financier avec un exposant ou réalisé au moins un achat auprès d'un exposant à l'occasion de ce salon ?)



■ Analyse et commentaires :

Sur les salons professionnels internationaux, 46 % des visiteurs étrangers concluent un contrat avec un exposant, soit un pourcentage très proche de celui des visiteurs français. Sur les salons professionnels nationaux, 3 fois de contrats se concluent par visiteur français. Sur les salons grands public, près de 35% des visiteurs français réalisent un achat auprès d'un exposant.

1 - PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

2 - SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS

3 - SALONS ENQUÊTÉS

4 - PROFIL DES EXPOSANTS ET DES VISITEURS INTERROGÉS

5 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES EXPOSANTS

6 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES VISITEURS

7 - ESTIMATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

8 - GLOSSAIRE

9 - ANNEXES

Salon : Un salon est une manifestation qui met en présence des exposants (disposant de stands) avec des visiteurs dans un but commercial (développer un courant d'affaires). Un salon est dit « professionnel », lorsqu'il est strictement réservé aux professionnels pouvant justifier de leur qualité. Il est « grand public », s'il est ouvert à tout public. Il est « mixte » si certaines journées sont réservées aux professionnels et d'autres ouvertes au grand public et/ou s'il dédie des espaces spécifiques aux professionnels.

Par commodité, la Foire de Paris, bien que celle-ci ne soit pas un salon à proprement parler, est intégrée dans l'activité « salons grand public »

Visiteur (article 1^{er} de l'arrêté du 12 juin 2006 relatif au régime de déclaration préalable des manifestations commerciales) :

Est considéré comme visiteur la personne physique qui accède à la manifestation commerciale au cours des heures officielles d'ouverture en présentant au contrôle soit un ticket ou une carte justifiant de son paiement, soit une carte d'invitation munie d'un talon de contrôle numéroté, et ce quel que soit le nombre de ses visites à la manifestation.

Un journaliste est comptabilisé comme un visiteur. Le personnel du parc d'exposition, de l'organisateur de la manifestation, des exposants et de leurs prestataires de service ne sont pas comptabilisés comme visiteurs.

Caractère international d'un salon grand public : Un salon bénéficie de la reconnaissance officielle internationale, si il remplit une des conditions suivantes :

Il a réuni, au cours de la session précédente, au moins 10 % d'exposants étrangers par rapport au nombre total d'exposants; ou

Il a accueilli, au cours de la session précédente, au moins 5 % de visites étrangères par rapport au nombre total de visites.

Caractère international d'un salon professionnel : Un salon professionnel bénéficie de la reconnaissance officielle internationale, dès lors qu'il satisfait une des deux conditions suivantes :

Il a réuni, au cours de la session précédente, au moins 20 % d'exposants étrangers par rapport au nombre total d'exposants; ou

Il a accueilli, au cours de la session précédente, au moins 25 % de visiteurs professionnels étrangers, journalistes compris, avec un plancher minimum de 1000 visiteurs professionnels étrangers.

1 - PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

2 - SYNTHÈSE ET CHIFFRES CLÉS

3 - SALONS ENQUÊTÉS

4 - PROFIL DES EXPOSANTS ET DES VISITEURS INTERROGÉS

5 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES EXPOSANTS

6 - RÉSULTATS ET ANALYSE DES DÉPENSES DES VISITEURS

7 - ESTIMATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

8 - GLOSSAIRE

9 - ANNEXES

Sommaire des annexes

Tableau des résultats Île-de-France de l'enquête réalisée auprès des exposants par Médiamétrie	P. 66
Tableau des résultats France de l'enquête réalisée auprès des exposants par Médiamétrie	P. 67
Tableau des résultats Île-de-France de l'enquête réalisée auprès des visiteurs par IPSOS	P. 68
Tableau des résultats Île-de-France de l'enquête réalisée auprès des visiteurs étrangers par IPSOS	P. 69
Tableau des résultats France de l'enquête réalisée auprès des visiteurs par IPSOS	P. 70
Tableau des résultats France de l'enquête réalisée auprès des visiteurs étrangers par IPSOS	P. 71
Tableau des retombées économiques en France en 2010 pour les salons professionnels internationaux	P. 72
Tableau des retombées économiques en France en 2010 pour les salons professionnels nationaux	P. 73
Tableau des retombées économiques en France en 2010 pour les salons grand public internationaux	P. 74
Tableau des retombées économiques en France en 2010 pour les salons grand public nationaux	P. 75
Tableau des retombées économiques en France en 2010 pour tout type de salons	P. 76
Méthodologie détaillée de la mesure des retombées économiques	P. 77

Résultats Île-de-France de l'enquête réalisée auprès des exposants par Médiamétrie

	Salon professionnel international		Salon professionnel national		Salon grand public & Foire		Ensemble	
	Exposants français	Exposants étrangers	Exposants français	Exposants étrangers	Exposants français	Exposants étrangers	Exposants français	Exposants étrangers
Salons par strate	SIAL/ PRÊT A PORTER / MONDIAL COIFFURE BEAUTE / POLLUTEC / MAISON & OBJET / MONDIAL DE L'AUTOMOBILE	SIAL/ PRÊT A PORTER / POLLUTEC / MAISON & OBJET / MONDIAL DE L'AUTOMOBILE	SALON INFIRMIER / HEAVENT / SALON DE LA COPROPRIETE	SALON INFIRMIER / POLLUTEC / MAISON & OBJET	NAUTIQUE PARIS / ADREP / SALON DE LA PHOTO / SALON DE LA PECHE SPORTIVE	NAUTIQUE		
DEPENSES D'EXPOSITION PAR ENTREPRISE EXPOSANTE (EN €)	21 081	46 647	10 938	12 143	8 587	NC	12 431	41 277
Espace loué et prestations associées (en €)	7 928	16 716	3 166	4 428	3 410	NC	4 463	14 735
Aménagement de l'espace (conception, création et montage), (en €)	7 617	19 079	1 133	1 507	1 975	NC	3 104	16 559
Forfait surface et Aménagement de l'espace (en €)	3 526	5 084	5 522	4 854	1 905	NC	3 439	4 831
Accueil sur le salon (hôtesses), (en €)	323	1 813	98	125	92	NC	151	1 564
Traiteur, reception, boissons (en €)	258	1 205	182	52	127	NC	178	1 063
Autres frais (en €)	1 026	1 692	737	597	752	NC	819	1 545
Transport de marchandises, frais de manutention & stockage (en €)	403	1 058	100	580	327	NC	276	981
FRAIS DE DEPLACEMENT ET DE SEJOUR PAR ENTREPRISE EXPOSANTE (EN €)	2 208	4 923	1 001	2 375	1 702	NC	1 656	4 988
Transport pour venir au salon (en €)	332	1 312	153	546	230	NC	232	1 262
Transport sur place (en €)	57	169	45	110	50	NC	51	229
Hébergement (en €)	997	1 919	195	794	697	NC	621	1 955
Restauration (en €)	504	787	130	365	342	NC	320	781
Autres dépenses (en €)	146	660	72	289	158	NC	130	672
Dépenses du personnel venus d'Île-de-France (en €)	170	77	406	271	225	NC	302	90
TOTAL (EN €)	23 289	51 570	11 939	14 518	10 289	NC	14 087	46 265
	Exposants français	Exposants étrangers	Exposants français	Exposants étrangers	Exposants français	Exposants étrangers	Exposants français	Exposants étrangers
Surface louée par exposant (en m²)	31,2	33,4	15,4	14,8	20	NC	21,4	31,8
Dépenses d'expositions par m² (en € / m²)	676	1395	712	820	426	NC	580	1299
Nombre total de personnes présentes par entreprise exposante	5,0	4,1	9,5	7,0	5,8	NC	6,7	4,3
Nombre de personnes venues d'Île-de-France	1,7	0,9	7,3	4,4	3,0	NC	4,0	1,0
Nombre de jours de présence / personnes venues d'Île-de-France	3,9	3,3	2,2	2,5	3,0	NC	3,0	3,5
Dépenses par jour et par personne des personnels venus d'Île-de-France	25	25	25	25	25	NC	25	25
Nombre de personnes venues hors d'Île-de-France	3,3	3,2	2,2	2,6	2,7	NC	2,7	3,3
Nombre de jours de présence / personnes venues hors d'Île-de-France	4,9	6,1	3,1	5,1	4,7	NC	4,3	6,3
Dépenses par jour, hors transport pour venir au salon, des personnes venues hors d'Île-de-France (en € / jour)	105	179	65	116	98	NC	97	175
Dépenses par jour des personnes venues hors d'Île-de-France (en € / jour)	126	245	87	156	116	NC	117	236

NC : données non communicables

Résultats France de l'enquête réalisée auprès des exposants par Médiamétrie

	Salon professionnel international		Salon professionnel national		Salon grand public & Foire		Ensemble	
	Exposants français	Exposants étrangers	Exposants français	Exposants étrangers	Exposants français	Exposants étrangers	Exposants français	Exposants étrangers
Salons par strate	SIAL/ PRÊT A PORTER / MONDIAL COIFFURE BEAUTE / POLLUTEC / MAISON & OBJET / MONDIAL DE L'AUTOMOBILE / PRINT'OR / SIRHA	SIAL/ PRÊT A PORTER / POLLUTEC / MAISON & OBJET / MONDIAL DE L'AUTOMOBILE / PRINT'OR / SIRHA	SALON INFIRMIER / HEAVENT / SALON DE LA CORPROPRIETE / PRINT'OR / SIVAL	SALON INFIRMIER / POLLUTEC / MAISON & OBJET / PRINT'OR / SIRHA / SIVAL	NAUTIQUE PARIS / ADREP / SALON DE LA PHOTO / SALON DE LA PÊCHE / SPORTIVE / CONFOREXPO / L'ETUDIANT ST-ETIENNE / FOIRE DE MARSEILLE / FOIRE DU HAVRE	NAUTIQUE PARIS / CONFOREXPO / L'ETUDIANT ST-ETIENNE / FOIRE DE MARSEILLE / FOIRE DU HAVRE		
DEPENSES D'EXPOSITION PAR ENTREPRISE EXPOSANTE (EN €)	19 997	35 218	10 292	13 495	7 256	8 125	10 050	30 199
Espace loué et prestations associées (en €)	7 716	12 497	3 377	4 862	3 387	3 394	4 133	10 797
Aménagement de l'espace (conception, création et montage), (en €)	6 597	12 860	1 317	1 933	1 330	1 495	2 229	10 678
Forfait surface et Aménagement de l'espace (en €)	3 730	5 518	4 498	4 991	1 634	1 992	2 562	4 964
Accueil sur le salon (hôtesses), (en €)	246	1 222	83	187	116	129	132	1 012
Traiteur, reception, boissons (en €)	286	820	167	122	102	213	147	698
Autres frais (en €)	935	1 348	630	771	441	518	564	1 198
Transport de marchandises, frais de manutention & stockage (en €)	486	953	220	630	246	384	281	853
FRAIS DE DEPLACEMENT ET DE SEJOUR PAR ENTREPRISE EXPOSANTE (EN €)	2 675	4 439	1 379	2 620	1 407	3 597	1 647	4 214
Transport pour venir au salon (en €)	390	1 174	217	561	125	534	189	1 051
Transport sur place (en €)	60	142	40	97	34	352	40	172
Hébergement (en €)	1 338	1 782	372	1 022	408	1 355	562	1 684
Restauration (en €)	599	719	213	437	192	463	267	668
Autres dépenses (en €)	111	563	64	259	97	457	94	534
Dépenses du personnel venus du département ou de la région (en €)	179	59	472	243	550	436	495	106
TOTAL (EN €)	22 673	39 657	11 671	16 115	8 662	11 722	11 696	34 413
	Exposants français	Exposants étrangers	Exposants français	Exposants étrangers	Exposants français	Exposants étrangers	Exposants français	Exposants étrangers
Surface louée par exposant (en m²)	31,2	29,6	19,3	19,2	28,5	31,5	27,1	29,5
Dépenses d'expositions par m2 (en € / m2)	641	1188	533	703	255	258	370	1024
Nombre total de personnes présentes par entreprise exposante	5,6	4,0	8,3	6,1	4,8	4,7	5,6	4,2
Nombre de personnes venues du département ou de la région	1,6	0,7	5,7	3,3	3,2	2,3	3,4	1,0
Nombre de jours de présence / personnes venues du département ou de la région	4,5	3,5	3,3	2,9	6,9	7,7	5,8	4,1
Dépenses par jour et par personne des personnels venus du département ou de la région (en € / jour)	25	25	25	25	25	25	25	25
Nombre de personnes venues hors du département ou de la région	4,0	3,3	2,6	2,8	1,6	2,4	2,2	3,1
Nombre de jours de présence / personnes venues hors du département ou de la région	4,9	5,8	3,3	5,0	5,7	7,3	5,1	6,0
Dépenses par jour, hors transport pour venir au salon, des personnes venues hors du département ou de la région (en € / jour)	108	168	80	128	79	147	85	162
Dépenses par jour des personnes venues hors du département ou de la région (en € / jour)	128	229	105	167	93	177	102	218

Résultats Île-de-France de l'enquête réalisée auprès des visiteurs par IPSOS

	Salon professionnel international		Salon professionnel national		Grand public & foires		Ensemble	
	Français provinciaux	Etrangers	Français provinciaux	Etrangers	Français provinciaux	Etrangers	Français provinciaux	Etrangers
% des visiteurs français qui sont des provinciaux	48,4		33,5		37,0		38,3	
Salons par strate	SIAL / PRÊT A PORTER / MONDIAL COIFFURE BEAUTE / POLLUTEC / MAISON & OBJET	SIAL / PRÊT A PORTER / POLLUTEC / MAISON & OBJET	SALON INFIRMIER / HEAVENT / SALON DE LA COPROPRIETE		MONDIAL DE L'AUTOMOBILE / NAUTIQUE PARIS / ADREP / SALON DE LA PHOTO / SALON DE LA PECHE SPORTIVE			
FRAIS DE DEPLACEMENT ET DE SEJOUR DES VISITEURS (EN €)	431	1366	248		208		257	1366
Entrée au salon (en €)	22	33	6		5		8	33
Transport pour venir au salon (en €)	128	449	80		71		83	449
Transport sur place (en €)	29	79	13		9		14	79
Hébergement (en €)	111	418	52		33		51	418
Restauration (en €)	79	203	51		40		49	203
Autres dépenses (en €)	63	183	46		50		52	183
Nombre moyen de jours passés en Île-de-France lors du séjour	2,7	4,4	2,3		2,1		2,2	4,4
Dépenses par jour, hors transport pour venir au salon, des visiteurs (en € / jour)	114	209	73		66		78	209
DEPENSES PAR JOUR DES VISITEURS (EN € / JOUR)	162	311	108		99		115	311

Dépenses par jour et par personne des visiteurs français venus d'Île-de-France : 25 euros

Résultats Île-de-France de l'enquête réalisée auprès des visiteurs étrangers par IPSOS

	Italie	Belgique	Espagne	Royaume-Uni	Allemagne	Suisse	Pays-Bas	Amérique du Nord (Etats-Unis & Canada)	Russie
Nombre de visiteurs étrangers par nationalité	55	67	47	67	19	34	23	25	16
Frais de déplacement et de séjour des visiteurs (en euros)	1468	1429	1077	1498	722	1130	1460	967	1196
Entrée au salon (en euros)	26	19	24	33	39	24	24	44	30
Transport pour venir au salon (en euros)	335	485	349	413	190	344	675	336	426
Transport sur place (en euros)	59	99	80	64	59	79	39	54	20
Hébergement (en euros)	656	465	187	501	268	304	411	198	271
Restauration (en euros)	208	194	182	172	102	142	194	127	149
Autres dépenses (en euros)	184	167	256	314	64	237	117	208	301
Nombre moyen de jours passés en Île-de-France lors du séjour	4,2	4,1	4,8	4,3	3,4	3,9	3,8	3,9	6,1
Dépense par jour hors transport (en euros)	268	230	151	252	158	199	208	161	127
Dépense par jour (en euros)	348	348	223	348	214	287	386	247	197

Résultats France de l'enquête réalisée auprès des visiteurs par IPSOS

	Salon professionnel international		Salon professionnel national		Grand public & foires		Ensemble	
	Français provinciaux	Etrangers	Français provinciaux	Etrangers	Français provinciaux	Etrangers	Français provinciaux	Etrangers
% des visiteurs français qui sont des provinciaux	43,5		32,7		24,8		26,2	
	SIAL/ PRÊT A PORTER / MONDIAL COIFFURE BEAUTE / POLLUTEC / MAISON & OBJET / PRINT'OR / SIRHA	SIAL/ PRÊT A PORTER / POLLUTEC / MAISON & OBJET / PRINT'OR / SIRHA	SALON INFIRMIER / HEAVENT / SALON DE LA COPROPRIETE / PRINT'OR / SIVAL		MONDIAL DE L'AUTOMOBILE / NAUTIQUE PARIS / ADREP / SALON DE LA PHOTO / SALON DE LA PECHE SPORTIVE / CONFOREXPO / FOIRE DE MARSEILLE / FOIRE DU HAVRE / L'ETUDIANT ST-ETIENNE			
FRAIS DE DEPLACEMENT ET DE SEJOUR DES VISITEURS (EN €)	394	1236	239		187		222	1236
Entrée au salon (en €)	19	27	5		4		6	27
Transport pour venir au salon (en €)	122	417	81		56		68	417
Transport sur place (en €)	27	76	13		10		13	76
Hébergement (en €)	100	370	50		26		39	370
Restauration (en €)	71	178	48		40		45	178
Autres dépenses (en €)	54	167	41		51		50	167
Nombre moyen de jours passés dans le département ou la région lors du séjour	2,5	4,1	2,2		2,1		2,2	4,1
Dépenses par jour, hors transport pour venir au salon, des visiteurs (en € / jour)	109	200	72		62		71	200
DEPENSES PAR JOUR DES VISITEURS (EN € / JOUR)	157	303	109		88		102	303

Dépenses par jour et par personne des visiteurs français venus du département ou de la région : 21 euros

Résultats France de l'enquête réalisée auprès des visiteurs étrangers par IPSOS

	Italie	Belgique	Espagne	Royaume-Uni	Allemagne	Suisse	Pays-Bas
Nombre de visiteurs étrangers par nationalité	86	88	65	88	46	80	34
Frais de déplacement et de séjour des visiteurs (en euros)	1266	1474	968	1352	663	983	1274
Entrée au salon (en euros)	22	17	20	28	32	20	21
Transport pour venir au salon (en euros)	302	530	311	381	179	299	585
Transport sur place (en euros)	52	126	75	64	55	69	38
Hébergement (en euros)	550	469	182	457	246	259	356
Restauration (en euros)	180	191	165	150	95	126	175
Autres dépenses (en euros)	159	141	215	273	55	209	99
Nombre moyen de jours passés en France lors du séjour	3,8	5,1	4,5	4,1	3,1	3,5	3,5
Dépense par jour hors transport (en euros)	251	186	145	239	154	195	199
Dépense par jour (en euros)	330	290	214	333	211	280	368

Retombées économiques en France en 2010 pour les salons professionnels internationaux

[illegible]

Retombées économiques en France en 2010 pour les salons professionnels nationaux

Total des dépenses (calcul)	667	Dépenses directes	429	Exposants	429	Fançais Etrangers	403 26	755 892 37 132	m²	x	533 703	dépenses par m²						
		Dépenses liées au séjour	238	Exposants	53	Locaux stand français	17	35 885	nombre d'entreprises exposantes	x	5,7	nombre de personnes par entreprise exposante	x	3,3	nombre de jours de présence à Paris - Île-de-France du personnel exposant	x	25	dépenses par jour et par personne
						Locaux stand étrangers	0	1 772			3,3			2,9			25	
						Hors département stand Français Etrangers	32 4	35 885			2,6			3,3			105	
						Locaux	23	1 772			2,8			5,0			167	
				Visiteurs	184	Hors département ou région, salons grand public	0	1 085 038	nombre de visiteurs	x	1,0	durée du séjour à Paris - Île-de-France par visiteur	x	21	dépenses par jour et par personne			
Hors département ou région, salons professionnels	126	-	2,2			109												
Etrangers	35	527 202 28 261	4,1			303												

en millions d'euros

Retombées économiques en France en 2010 pour les salons grand public internationaux

Total des dépenses (calcul)	821	Dépenses directes	267	Exposants	267	Français	228	812 133	en m ²	x	281	dépenses par m ²	281	nombre de jours de présence à Paris - Île-de-France du personnel exposant	25	dépenses par jour et par personne
		Dépenses liées au séjour	554			Etrangers	38	145 777			264					
				Exposants	62	Locaux stand français	14	20 571			3,2		8,3		25	
						Locaux stand étrangers	2	3 842	nombre d'entreprises exposantes	x	2,4		7,9		25	
						Hors département stand Français	34	20 571			2,0		7,6		109	
						Etrangers	13	3 842			2,5		7,5		175	
				Visiteurs	492	Locaux	93	4 440 808			1,0		21			
						Hors département ou région, salons grand public	370	1 849 288			2,3		87			
						Hors département ou région, salons professionnels	0	-								
						Etrangers	29	23 019	nombre de visiteurs	x	4,1		303			

en millions d'euros

Retombées économiques en France en 2010 pour les salons grand public nationaux

Total des dépenses (calcul)	1 481	Dépenses directes	619	Exposants	619	Fançais Etrangers	604 16	2 473 699 62 670	en m²	x	244 249	dépenses par m²						
		Dépenses liées au séjour	862	Exposants	119	Locaux stand français	51	100 421	nombre d'entreprises exposantes	x	3,1	nombre de personnes par entreprise exposante	x	6,5	nombre de jours de présence à Paris - Île-de-France du personnel exposant	x	25	dépenses par jour et par personne
						Locaux stand étrangers	1	2 384			1,9			7,3			25	
						Hors département stand Français Etrangers	61 7	100 421 2 384			1,5			5,1			79	
						Visiteurs	743	Locaux Hors département ou région, salons grand public Hors département ou région, salons professionnels Etrangers			213 521 0 9			10 162 417 2 883 048 - 7 054			nombre de visiteurs	

en millions d'euros

Retombées économiques en France en 2010 pour tout type de salons

Total des dépenses (calcul)	5 760	Dépenses directes	2 838	Exposants	2 838	Fançais	1 766	4 870 310	en m²
						Etrangers	1 072	1 080 616	
		Dépenses liées au séjour	2 922	Exposants	455	Locaux stand français	86	186 607	nombre d'entreprises exposantes
						Locaux stand étrangers	5	39 579	
						Hors département stand Français	202	186 607	
						Etrangers	162	39 579	
				Visiteurs	2 466	Locaux	346	16 469 395	nombre de visiteurs
						Hors département ou région, salons grand public	891	4 732 336	
						Hors département ou région, salons professionnels	362	1 128 605	
						Etrangers	867	698 186	

en millions d'euros

MÉTHODOLOGIE DETAILLÉE DE LA MESURE DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Document remis aux partenaires en juin 2010

Objectifs

- Valoriser une filière d'excellence et un média jouant un rôle économique majeur
- Mesurer l'impact de l'activité des rencontres professionnelles sur les territoires
- Proposer à la profession et aux pouvoirs public une méthodologie partagée et un chiffre de référence

Document remis aux partenaires en juin 2010

Contexte

- Des estimations réalisées annuellement, mais dont les méthodes et les paramètres sont à revoir

Un projet partenarial :

- Fédération professionnelle FSCEF
- Atout France
- France Congrès
- Comité des Expositions de Paris
- VIPARIS
- Ministère

Document remis aux partenaires en juin 2010

Objectifs méthodologiques

- Clarté et simplicité du calcul
- Capacité de l'estimation à être déclinée géographiquement, sur un site ou sur une manifestation
- Cohérence avec les estimations existantes et comparabilité internationale

Document remis aux partenaires en juin 2010

Que mesure-t-on ?

- On ne mesure pas les courants d'affaires générés par le salon, entre participants

- On mesure les dépenses des exposants et visiteurs occasionnées par leur participation à la manifestation :
 - Dépenses au bénéfice de la filière « salon »
 - Dépenses au bénéfice de la filière « tourisme »

Dépenses au bénéfice de la filière « Salons »

Pour les exposants :

- Les frais de réalisation de stands
- La location d'espaces et les prestations techniques associées
- Les dépenses de promotion et de réception
- Le personnel temporaire embauché à l'occasion du salon
- Frais d'acheminement des produits exposés

Pour les visiteurs :

- Droit d'entrée au salon

Dépenses au bénéfice de la filière « Tourisme »

- Hébergement
- Restauration
- Transports de personnes
- Cadeaux, achats, sorties, visites touristiques

Document remis aux partenaires en juin 2010

Une méthode microéconomique d'évaluation des dépenses des exposants et des visiteurs :

- Estimation de ratios par enquêtes auprès des visiteurs et des exposants
- Application des ratios à la structure annuelle d'activité, observée de manière fine par le dispositif statistique OJS-CCIP
- Possibilité de déclinaison de l'estimation selon une activité particulière
- Un dispositif équivalent à celui développé par l'AUMA sur l'activité allemande

Document remis aux partenaires en juin 2010

Dépenses des exposants au bénéfice de la filière « Salons »

		Données CCIP / OJS		Ratios estimés par enquête	
Dépenses directes des entreprises exposants	français	=	m ² de Surface louée	x	Dépenses moyennes / m²
	étrangers	=	m ² de Surface louée	x	Dépenses moyennes / m²

Document remis aux partenaires en juin 2010

Dépenses des exposants au bénéfice de la filière « tourisme »

			Données CCIP / OJS		Ratios estimés par enquête		Ratios estimés par enquête		Ratios estimés par enquête
Dépenses liées au séjour du personnel des entreprises exposantes	locaux	=	Nombre d'entreprises exposantes	x	Nombre moyen de personnes par entreprise exposante	x	Durée moyenne du séjour en nb de jours	x	Dépenses moy. par jour et par personne
	français non locaux	=	Nombre d'entreprises exposantes	x	Nombre moyen de personnes par entreprise exposante	x	Durée moyenne du séjour en nb de jours	x	Dépenses moy. par jour et par personne
	étrangers	=	Nombre d'entreprises exposantes	x	Nombre moyen de personnes par entreprise exposante	x	Durée moyenne du séjour en nb de jours	x	Dépenses moy. par jour et par personne

Dépenses des visiteurs au profit de la filière « Tourisme »

Données CCIP
/ OJS
+ enquête

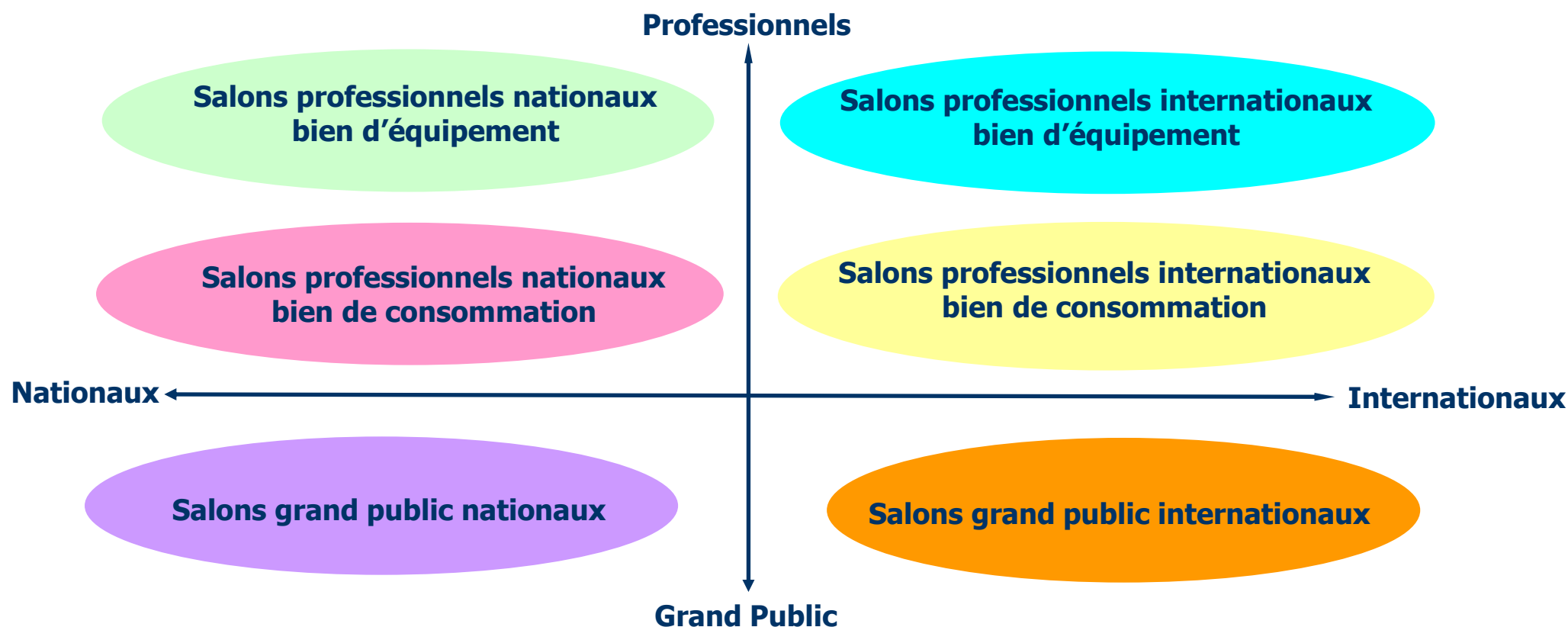
**Ratios estimés
par enquête**

**Ratios
estimés
par enquête**

Dépenses liées au séjour des visiteurs	Locaux	=	Nombre de visiteurs	x	Durée moyenne du séjour en nb de jours	x	Dépenses moy. par jour et par Visiteur
	Français non locaux	=	Nombre de Visiteurs	x	Durée moyenne du séjour en nb de jours	x	Dépenses moy. par jour et par Visiteur
	Etrangers	=	Nombre de Visiteurs	x	Durée moyenne du séjour en nb de jours	x	Dépenses moy. par jour et par Visiteur

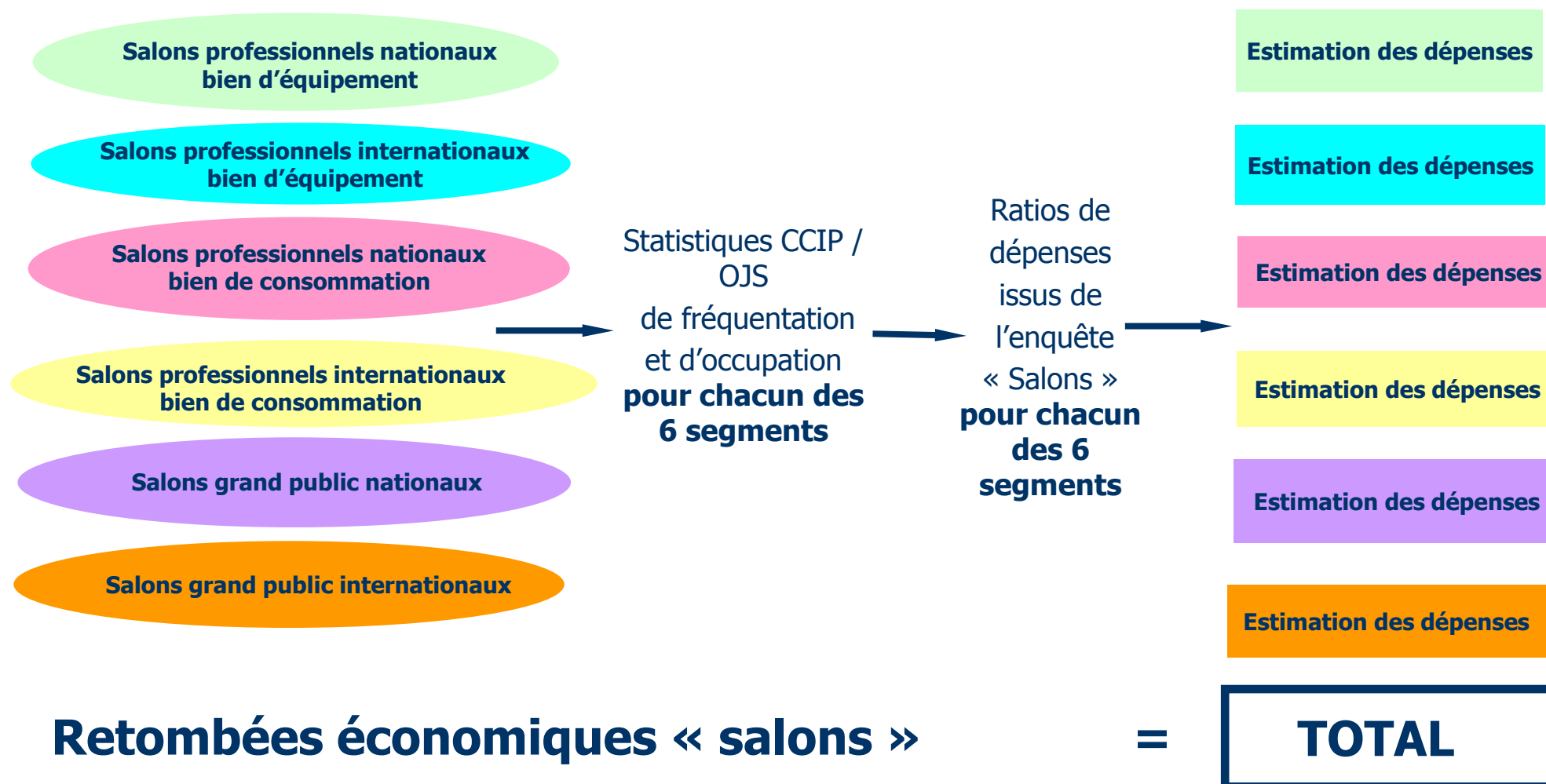
Document remis aux partenaires en juin 2010

Segmentation des salons en 6 sous-ensembles homogènes



Document remis aux partenaires en juin 2010

Estimation des dépenses pour les 6 types de salons



Document remis aux partenaires en juin 2010

Enquête auprès d'un échantillon représentatif de 20 salons

- 13 en Ile-de-France
 - 7 en régions
-
- Echantillon de salons concentré sur la période septembre 2010 – février 2011
 - Echantillon de salons représentatif des différents segments de salons.
 - 2 700 exposants français et étrangers interrogés par téléphone
 - 4 000 visiteurs français et étrangers interrogés sur site

Document remis aux partenaires en juin 2010

Nom du salon	Nb d'exposants	Nb de visiteurs	Lieu
Maison & Objet	2 140	86 000	Paris Nord Villepinte
Pollutec	950	31 000	Paris Nord Villepinte
SIAL	5 174	145 000	Paris Nord Villepinte
Prêt à Porter	975	45 000	Paris Porte de Versailles
Salon nautique de Paris	942	260 000	Paris Porte de Versailles
Mondial de l'automobile	356	1 040 000	Paris Porte de Versailles
Heavent	536	15 097	Paris Porte de Versailles
Le salon de la Copropriété	158	5 916	Paris Porte de Versailles
Salon Infirmier	174	49 000	Paris Porte de Versailles
Mondial Coiffure Beauté	223	32 000	Paris Porte de Versailles
Salon de la pêche sportive	135	12 000	Paris Porte de Versailles
Salon Adrep Enseignement supérieur	281	11 000	Espace Champerret
Salon de la Photo	127	44 000	Paris Porte de Versailles

Document remis aux partenaires en juin 2010

Nom du salon	Nb d'exposants	Nb de visiteurs	Lieu
Foire internationale de Marseille	1 379	355 000	Marseille- Parc Chanot
Foire du Havre	293	15 000	Le Havre – Parc expo
CONFOREXPO	914	117 000	Bordeaux – Parc expo
Salon de l'étudiant	85	21 000	Saint Etienne – Parc expo
SIRHA	1 732	147 000	Lyon - Eurexpo
Print'Or, le salon européen de la bijouterie	225	5000	Lyon - Eurexpo
SIVAL	474	21 000	Angers – Parc expo

(*) lors de la dernière session

Document remis aux partenaires en juin 2010

Calendrier des différentes étapes du projet

Mise au point méthodologique	2008 - 2009
Réalisation d'une enquête pilote	4 ^{ème} trimestre 2009
Appel d'offres	2 ^{ème} trimestre 2010
Réalisation des enquêtes terrain	septembre 2010 – janvier 2011
Résultats de l'étude et nouvelle estimation des retombées économiques	2 ^{ème} trimestre 2011

Document remis aux partenaires en juin 2010