



Édition 2019

unimev
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÈNEMENT

Event Data Book

Chiffres, analyses et tendances
de la filière événementielle en 2018

Sommaire

1. L'ÉVÉNEMENT DANS SON ENVIRONNEMENT MACRO-ÉCONOMIQUE..... 04

2. LES ENTREPRISES ET LE SECTEUR..... 06

Un secteur dynamique 06

Un secteur pourvoyeur d'emplois 07

3. LES ÉVÉNEMENTS 09

Salons professionnels..... 09

Salons grand public et mixtes 13

Foires-expositions 14

Congrès..... 16

Événements d'entreprise et d'institution 19

Événements sportifs 19

3. LES LIEUX ÉVÉNEMENTIELS 20

Les parcs des expositions..... 20

Les centres des congrès 21

Investissements 24

LES TENDANCES DU SECTEUR

LES TENDANCES DES ENTREPRISES DE L'EXPOSITION..... 08

L'IMPACT ÉCONOMIQUE MONDIAL DES FOIRES ET SALONS 11

CONTRÔLE DES CHIFFRES : UNE EXCEPTION FRANÇAISE ! 12

LES CHATBOTS ÉVÉNEMENTIELS, NOUVEL OUTIL DE L'EXPÉRIENCE CLIENT..... 15

CLEO, LE CALCULATEUR DE PERFORMANCE ÉVÉNEMENTIELLE 17

LES ÉVÉNEMENTS CRÉATEURS DE VALEUR POUR LES FRANÇAIS ? 18

L'OPEN INNOVATION DANS LE SECTEUR DE L'ÉVÉNEMENT..... 23

Éditorial



L'Event Data Book est un outil essentiel car il démontre toute la valeur de notre secteur d'activité. 💬

Il nous permet de faire le bilan chiffré de l'année 2018 pour la filière événementielle. Il constitue pour nous, professionnels de l'événement, un support essentiel car il démontre toute la valeur de notre secteur d'activité. Avec ses partenaires – Créaliens et L'événement mais également d'autres contributeurs comme l'UFI, French Event Booster et la startup Botspell – Unimev vous propose d'apprécier toutes les évolutions et tendances de l'activité événementielle.

Comme vous le lirez, 2018 représente une bonne année pour notre filière : la France a confirmé sa position parmi les destinations leaders sur la scène internationale, le secteur a de nouveau connu une croissance importante (+4,7%), beaucoup plus marquée que dans les autres services aux entreprises et le niveau d'investissement dans les infrastructures a atteint un véritable record (450 millions d'euros). Autant de bonnes nouvelles qui montrent que notre filière est stratégique. Faisons-le savoir !

Tout au long de l'année, Unimev suit l'évolution du marché de l'Événement, produit des indicateurs représentatifs et démontre la dynamique économique générée par nos événements (34,5 milliards d'euros de transactions réalisées sur les foires-expositions et salons). Elle accompagne également les professionnels et les futurs collaborateurs du secteur dans l'analyse de données stratégiques, et permet d'apprécier la valeur du média événement dans les territoires.

Avec Cleo, le calculateur de performance événementielle dont la V2 a été lancée en février 2019, en collaboration avec le Comité régional du tourisme Paris Region, les organisateurs d'événements comme les gestionnaires de sites peuvent produire leurs propres reporting d'impacts – marketing, territorial et environnemental. Une opportunité supplémentaire pour nous, professionnels de l'événement, de prouver la richesse de notre activité.

J'espère que vous aurez satisfaction à découvrir cet Event data book, qui se veut pédagogique dans sa présentation comme dans son format. L'équipe dédiée aux études reste à votre disposition pour tout complément d'informations.

Olivier Roux
Président d'Unimev



1. L'ÉVÉNEMENT DANS SON ENVIRONNEMENT MACRO-ÉCONOMIQUE

L'ÉCONOMIE FRANÇAISE EN 2018 : UN PIB TOUJOURS EN HAUSSE



PIB

1,7%

Le PIB français progresse de 1,7 % en volume, après une hausse de 2,3 % en 2017.



Cette croissance s'avère plus faible que prévu à cause d'un ralentissement de l'économie dû à la baisse de la consommation des ménages et de l'investissement des entreprises, en particulier sur le dernier trimestre avec l'apparition du mouvement des gilets jaunes.



1,8%

de croissance positive pour la zone Euro

En revanche, les importations et les exportations connaissent un rebond, permettant au commerce extérieur de contribuer à nouveau positivement au PIB.

LE TOURISME EN FRANCE EN 2018 : UN BON MILLÉSIME

Après une année 2016 compliquée et un renouveau en 2017, le tourisme a connu une belle année 2018, notamment en Île-de-France, grâce à la croissance française et à une très forte attractivité touristique de l'ensemble du territoire.



La France, première destination mondiale

La France a accueilli **89,4 millions** de visiteurs étrangers en 2018.

Près de **80%** des visiteurs étrangers viennent d'Europe.



7,4%

Les clientèles asiatiques marquent la plus forte progression entre 2017 et 2018.

2018 année record en recettes touristiques internationales estimées à **56,2 milliards d'euros**, avec une progression de **5%** par rapport à 2017

PLACE DU MÉDIA FOIRES-SALONS : UNE DYNAMIQUE TOUJOURS POSITIVE

Réalisé par
l'Irep France Pub et Kantar Media

le BUMP

Baromètre Unifié du Marché Publicitaire rassemble les grands chiffres du marché publicitaire et des investissements de communication des annonceurs.

Les dépenses des entreprises dans les foires et salons sont en croissance de



+0,5%

et continuent leur dynamique positive.

Le marché de la communication

33

milliards d'euros d'investissements

+2,3%

d'investissement des annonceurs



Relations publiques
Seul média à posséder la même tendance que notre secteur



Télévision
2018, meilleure année que les précédentes



Médias digitaux
La plus forte croissance des dépenses des annonceurs en 2018



Médias classiques
Toujours en difficulté du fait de la baisse des dépenses des annonceurs depuis 10 ans



Affichage
Média dans lequel les entreprises investissent

2. LES ENTREPRISES ET LE SECTEUR

Un secteur dynamique

L'INSEE a réalisé une analyse sur les entreprises de la filière de l'événementiel à travers le secteur qu'il désigne 82.30Z dans la nomenclature NAF rév. 2, recouvrant principalement l'organisation, la promotion et la gestion d'événements tels que des salons et foires commerciales, des congrès et des séminaires.

UN SECTEUR EN CROISSANCE

4,3

milliards d'euros
de chiffre d'affaires dégagé par
le secteur des foires et salons

4,7%

de croissance annuelle moyenne
du chiffre d'affaires entre 2006 et 2016



Cette hausse est beaucoup plus marquée que dans l'ensemble des services aux entreprises (+2,6% annuellement). Cette dynamique s'accompagne d'une **augmentation du nombre d'entreprises** exerçant dans le secteur.

1% des entreprises génère 52% du chiffre d'affaires : un secteur modérément concentré

23%

du chiffre d'affaires
est réalisé avec des clients étrangers.

86%

du chiffre d'affaires
est réalisé avec des entreprises.



24,9

milliards d'euros
chiffre d'affaires du secteur au sein
de l'Union européenne en 2016

La France se situe en **2^e position (17%)** derrière
l'Allemagne (**33%**) mais devant l'Italie (**11%**),
le Royaume-Uni (**10%**) et l'Espagne (**7%**).

UNE ACTIVITÉ DYNAMIQUE

Dans l'organisation de foires et de salons, la location d'espace aux exposants représente la principale source de recettes (77%), loin devant les droits d'entrée payés par les visiteurs (12%).

52%

des recettes du secteur

sont issues de l'organisation des foires et salons. La part du chiffre d'affaires des salons professionnels se maintient alors qu'elle diminue légèrement pour les foires et salons grand public.

29%

pour l'organisation

des congrès et des séminaires.
Cette part dans le chiffre
d'affaires s'accroît.

30%

taux de marge moyen du secteur

23%

rentabilité économique du secteur

Pour en savoir plus : Insee Première, « Les entreprises du secteur des foires et salons : une vive croissance et des marges élevées », mars 2019. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3896513>

Un secteur pourvoyeur d'emplois

14 700 ETP

salariés en Équivalent Temps
Plein annuel employés par le
secteur de l'événement selon
l'Insee en 2016

Les événements nécessitent également la mobilisation de nombreux emplois en temps limité à travers des contrats de courte durée lors de la tenue des manifestations. On observe une dynamique de **croissance d'emplois depuis 2009** à un taux identique à celui de la croissance de l'activité.

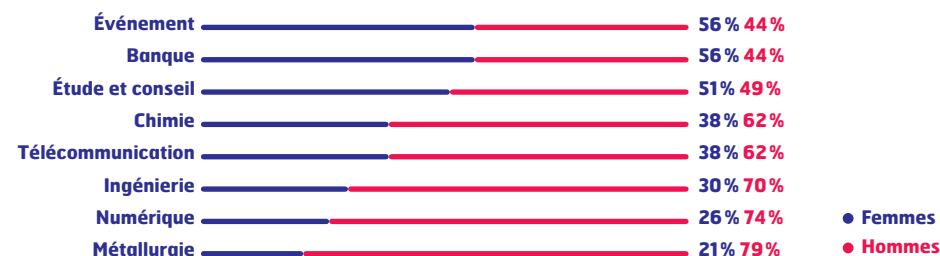
Les emplois du secteur sont particulièrement qualifiés avec :

25%
de cadres

20%
de professions intermédiaires

UNE FÉMINISATION FORTE

Le secteur de l'événement connaît une féminisation beaucoup plus importante que les autres secteurs de sa branche et au-delà.



UN SECTEUR JEUNE

Plus de **80%** des salariés du secteur ont **moins de 50 ans**.

Plus de **50%** des salariés ont **moins de 10 ans d'ancienneté**, les femmes ont légèrement plus d'ancienneté que les hommes.

LES CONDITIONS DE TRAVAIL



3%

des salariés du secteur réalisent
une part de leur activité en
télétravail.



+6,1%

des salariés du secteur
travaillent en
temps partiel.

DYNAMIQUE D'EMBAUCHE



L'Île-de-France est la première région en termes d'effectif et d'offres d'emploi pour la filière. Elle rassemble **47%** des salariés du secteur et rassemble **37%** des offres d'emplois. L'Auvergne-Rhône-Alpes arrive en seconde position, en termes d'offres d'emploi, avec **16%** des offres.

En début d'année 2019, les chefs d'entreprise sont **31%** à prévoir des embauches dans les 6 prochains mois et dans **20%** des cas avec l'objectif d'augmenter leur masse salariale. Cette dynamique illustre la confiance des entrepreneurs dans l'activité de leur entreprise et de leur secteur.

Les tendances des entreprises de l'exposition

En 2018, le Leads a publié une étude sur le marché des agences de design de stands sur mesure. Avec **530 millions d'euros**, le chiffre d'affaires des agences de design de stands sur mesure a progressé de près de **5%** en 2017. Cette dynamique est également confirmée par la croissance de **6,7%** des **100 premières agences** entre 2017 et 2016.

418

agences

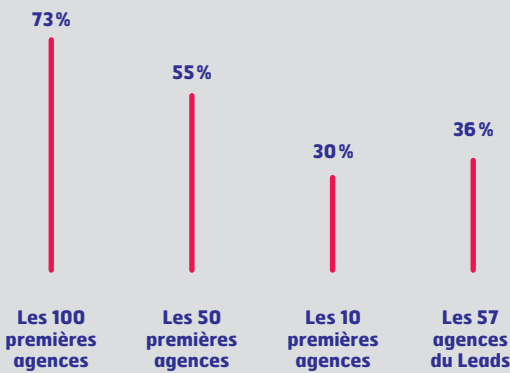
Le nombre d'agences est en légère augmentation. Le marché se structurerait plus facilement sur un nombre d'agences proche de 320.

26%

des dépenses des exposants

sont consacrées aux stands sur mesure.

PARTS DE MARCHÉ EN % DU CA TOTAL



Plus des **2/3** du marché se concentrent sur les 100 premières agences.

Un stand sur trois est réalisé par une agence du Leads pour 51% des appels d'offre.

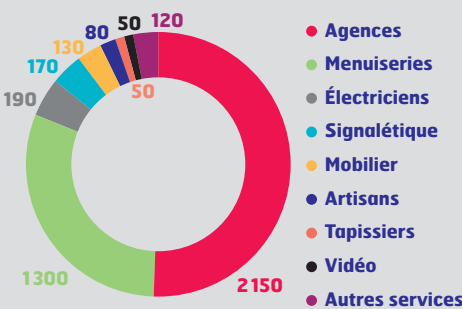


4 240

personnes

Effectif global de la profession (agences et prestataires des agences). Plus de la moitié provient des agences.

EFFECTIFS DÉDIÉS AUX STANDS SUR MESURE



crealians
Fédération Française des Métiers de l'Exposition et de l'Événement

L'association Crealians a été créée en 1936 par les prestataires des foires et salons. Membre d'Unimev, elle rassemble aujourd'hui plus d'une centaine d'adhérents au sein de 3 collectifs :

- Le Leads, l'association des agences design et stand
- Prestalians, le collectif des prestataires de l'exposition et de l'événement
- Frenchtouch, la branche export de Crealians

<https://www.crealians.fr/>



3. LES ÉVÉNEMENTS

La France est une terre événementielle dans sa culture et son histoire. Elle rivalise avec l'Allemagne et les États-Unis en termes d'accueil et d'organisation d'événements internationaux. Cette position est portée par la place de leader mondial de Paris pour l'accueil de congrès et de salons.

En France chaque année :



Salons professionnels

En France chaque année :



Analyse effectuée sur un échantillon de 173 salons professionnels issu de la base OJS - Unimev de données contrôlées.

Taux d'évolution des salons 2018 par rapport à leurs sessions précédentes :

-3,9%
de visiteurs

+1,2%
d'exposants

-0,5%
de m² d'exposition

La baisse du visitorat peut être recherchée par les organisateurs à travers une stratégie de qualification et de rétrécissement de la taille des événements, ou subie avec la perte d'attractivité du salon comme outil stratégique de développement pour l'écosystème. La décorrélation des tendances d'évolution entre le nombre d'exposants et les surfaces d'exposition est observée depuis 2 ans.

UN OUTIL DE BUSINESS FORT POUR LES ENTREPRISES

23,5
milliards d'euros
par an ont été générés par les entreprises exposantes sur les salons professionnels (jusqu'à 10 mois après la fin du salon) en 2018.

ROI de 10
pour 1 euro investi, la participation à un salon professionnel permet aux entreprises de réaliser 10 euros de chiffre d'affaires en moyenne.

La participation à un événement est citée comme le meilleur outil de promotion en termes de coût/efficacité.

Source étude 2015 « Salons et Foires en France : un puissant outil de développement pour les entreprises », Médiamétrie pour UNIMEV – CCI Paris Île-de-France – DGE – CEP.
www.unimev.fr/tout-savoir-sur-le-secteur/bilans-etudes/etudes-partenariales-filieres/etude-salons-foires-france-puissant-outil-de-developpement/

FOCUS SUR LES PUBLICS INTERNATIONAUX DES SALONS PROFESSIONNELS FRANÇAIS

En 2018, la part d'internationaux dans les salons professionnels est restée stable chez les exposants comme chez les visiteurs.



45%

d'exposants étrangers



30%

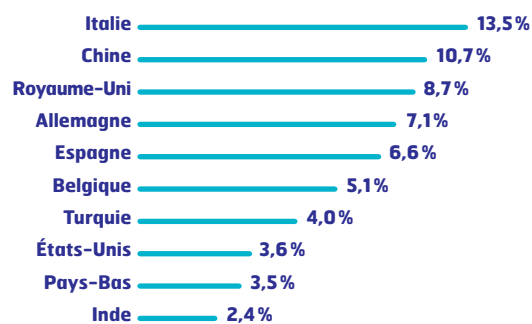
de visiteurs étrangers

L'offre des salons professionnels bénéficie toujours d'une importante présence internationale.

Près de
45 000

exposants étrangers sont présents sur les salons professionnels en France dont 22 % d'entre eux sur des salons de la mode, textile et accessoires.

TOP 10 DES PAYS D'ORIGINE DES EXPOSANTS



ITALIE

Premier pays représenté
chez les exposants
étrangers depuis 2012

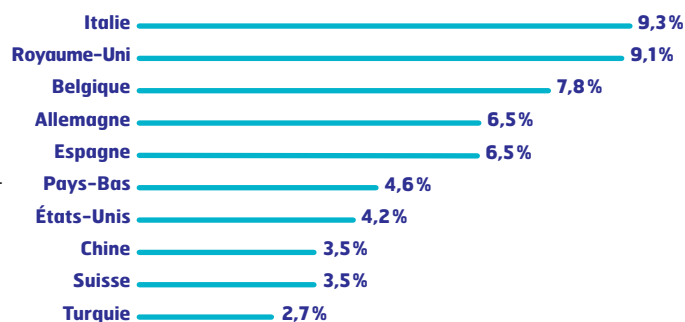
Les exposants chinois ont été encore plus nombreux en 2018, la Chine reprenant ainsi la seconde place devant le Royaume-Uni dans le top 10 des pays d'origine des exposants.

Le public international des salons professionnels français représente une part stable de leur visitorat.

+ d' **1,1**

million de visiteurs étrangers sont présents sur les salons professionnels en France dont 28 % d'entre eux sur des salons de la mode, textile et accessoires.

TOP 10 DES PAYS D'ORIGINE DES VISITEURS



Les pays européens sont les plus représentés chez les visiteurs étrangers.

L'Italie conforte son retour à la première place du top 10 des pays d'origine des visiteurs. Le Royaume-Uni revient à la seconde place.

L'impact économique mondial des foires et salons

En partenariat avec Oxford Economics, entreprise spécialisée en prévisions et analyses quantitatives internationales, l'UFI a publié en avril 2019 une étude portant, pour la première fois, sur l'impact économique mondial des foires et salons.



Le marché mondial

32 000 foires et salons

303 millions de visiteurs

4,5 millions d'exposants

138 millions de m² d'exposition loués



Les retombées économiques

115,9 milliards d'euros de dépenses directes

68,7 milliards d'euros de contribution au PIB

3 343 euros de dépenses directes par m² d'exposition

1,3 million d'emplois

Ces retombées économiques incluent les dépenses liées à l'organisation de l'événement (montage de stands, location d'espaces, décoration, traiteurs...) et aux séjours des visiteurs et des exposants (hôtels, restaurants, achats, visites...).



L'impact économique global

275,1 milliards d'euros de retombées économiques

167 milliards d'euros de contribution au PIB

7 900 euros de retombées économiques par m² d'exposition

3,2 millions d'emplois

L'impact économique global comprend :

Les dépenses liées aux prestations de service dont disposent les sites (support technologique, comptabilité, services juridiques et financiers, entretien des équipements, nettoyage...)

Les effets induits liés aux dépenses des employés directs et indirects (loyer, transport, alimentation, loisirs...).



L'UFI est l'association internationale regroupant les organisateurs de foires et salons, les gestionnaires de sites ainsi que les principales fédérations professionnelles nationales et internationales.

Pour en savoir plus :

<https://www.ufi.org/industry-resources/surveys-and-studies/>

Contrôle des chiffres : une exception française !

Le France est le seul pays à disposer d'une réglementation aussi stricte sur le contrôle des chiffres. Cette obligation légale, mise en place en 2006, est une pierre angulaire de la structuration et du professionnalisme du secteur événementiel français. Le contrôle des chiffres doit être réalisé à la suite de l'événement par l'un des 3 organismes accrédités par le Cofrac.

AVANT



Avant le mois d'octobre, le gestionnaire du site doit **enregistrer l'agenda** des manifestations qu'il va accueillir l'année suivante.



Pour remplir ce document, il doit avoir reçu le **certificat de contrôle des statistiques** des manifestations commerciales et estimer les jauges des premières éditions des manifestations qui seront accueillies.

PENDANT

L'organisateur rassemble au cours de l'événement des informations et des documents qui serviront de **preuves pour le contrôle** des statistiques par l'organisme de contrôle :

POUR LES EXPOSANTS ET LES ESPACES



Il réalise un plan précis, enregistre l'ensemble des informations de ses clients exposants et des caractéristiques de leurs espaces d'expositions

POUR LES VISITEURS



Il comptabilise le nombre de places vendues ou de tickets gratuits et les enregistrements en ligne.

APRÈS



Après l'événement, l'organisme de contrôle réalise la **certification de ces chiffres**.



Au travers de la revue détaillée des documents fournis par l'organisateur, il **audite les chiffres déclarés**. Puis, il réalise des tests de cohérence et vérifie l'évolution des indicateurs.



Tout le processus de contrôle des chiffres des manifestations commerciales est inscrit dans la loi.



OJS valorise les chiffres du secteur depuis 50 ans ! Après avoir été à l'origine de la structuration des données chiffrées du secteur, OJS est devenu la marque collective référence de la crédibilité des statistiques des foires et salons. Site Internet rassemblant les données contrôlées des manifestations adhérentes, il est la source fiable pour les exposants et clients pour retrouver les données des foires et salons français. Le logo OJS permet de retrouver immédiatement les événements respectueux de la réglementation et volontaires à la structuration des données de notre secteur. www.ojs.fr

Salons grand public et mixtes

En France chaque année :



750 salons grand public et mixtes



12,5 millions de visiteurs



101 000 exposants

Taux d'évolution des salons 2018 par rapport à leurs sessions précédentes :

Analyse effectuée sur un échantillon de 261 salons grand public et mixtes issu de la base OJS - Unimev de données contrôlées.



-0,9%
de visites



+2,2%
d'exposants



+2,5%
de m² d'exposition

L'année 2018 connaît un léger recul des visites reflétant la même dynamique qu'en 2017.



Les salons grand public et mixtes portant sur le **secteur de l'agro-alimentaire**, de l'agriculture et l'alimentation comme le Salon International de l'Agriculture, les vins des Vignerons Indépendants de Paris, Strasbourg, Bordeaux ou encore Rennes ont attiré plus de public.



La dynamique positive des salons portant sur les **tendances biologiques** et de **bien-être** a été confortée en 2018 avec plus de visiteurs dans ces événements répondant aux besoins des consommateurs. Cela s'est accompagné d'une augmentation des espaces d'exposition.



Les salons de passion attirent une offre toujours plus diversifiée dans le secteur des voitures anciennes avec Rétromobile, des sports de plein air avec Randonneurs Lyon ou Cheval Paris.



Le constat est le même pour les **salons des communautés geek** avec Paris Games Week et Japan Touch à Lyon. Cela montre l'intérêt de faire évoluer, de créer ou d'attirer des salons correspondants aux tendances et aux enjeux sociétaux qui intéressent les publics.

Foires-expositions

En France chaque année :



80 foires-expositions



6 millions de visiteurs



30000 exposants

Taux d'évolution des foires 2018 par rapport à leurs sessions précédentes en 2017 :

Analyse effectuée sur un échantillon de 46 foires-expositions issu de la base OJS - UNIMEV de données contrôlées.



-4,2%
visites



-5,0%
exposants



+0,9%
m² d'exposition

En région, les foires 2018 connaissent un recul de **2,6% des visites**, après une année 2017 de stabilité. Au niveau national, l'offre s'est restreinte avec une diminution de 5% des exposants pour une surface d'exposition en légère augmentation de +0,9%.

Dans ce contexte de perte d'attractivité du modèle historique depuis quelques années, les foires poursuivent leur **démarche de transformation** de leur format pour s'adapter à l'**évolution des modes de consommations** des Français et aux tendances, en gardant leur ancrage territorial fort.

LES VISITEURS DES FOIRES-EXPOSITIONS



80%

des participants ont réalisé au moins un achat sur la foire avec un panier moyen de 528 euros
Ce qui confirme qu'elles restent avant tout des places de commerce.



Local

97%

des visiteurs viennent de la région.



Projet

40%

des visiteurs ont un projet d'achat précis motivant leurs visites.



Innovations

33%

viennent à la foire pour découvrir des nouveautés.



Convivialité

57%

des visiteurs viennent à la foire pour y passer un bon moment.

Source : l'étude sur les visiteurs de foires réalisée par le cabinet Co-Spirit reposants sur l'analyse de 11 foires-expositions françaises soit plus de 5 000 visiteurs.



Pour mieux connaître les foires engagées dans les démarches collectives responsables et innovantes et visualiser leurs initiatives, nous vous invitons à visiter le site Internet Foires de France : www.foiresdefrance.com

Les chatbots événementiels, nouvel outil de l'expérience client

Outil digital pour améliorer la relation avec ses clients, le chatbot est également un outil marketing, fournisseur de data et d'indicateurs de connaissance des publics. Ils permettent aux organisateurs et sites d'accueil des événements d'améliorer l'expérience client. BotSpell, start up incubée à French Event Booster et spécialisée dans la conception de chatbot pour le secteur, nous livre quelques tendances d'utilisation.

44%

des visiteurs du site web de l'événement ouvrent le chatbot.

Le chatbot répond à 4 objectifs améliorant le parcours clients en ligne et pendant l'événement :

L'ACCOMPAGNEMENT DES CLIENTS

En amont de leur visite, les utilisateurs à la recherche d'informations bénéficient de l'accompagnement du chatbot, particulièrement utile pour les voyageurs étrangers et les personnes à mobilité réduite.

LA PERSONNALISATION DU SERVICE

Grâce au chatbot, média conversationnel par excellence, les utilisateurs peuvent s'abonner à des sujets pour recevoir des informations ciblées qui sont lues dans **91%** des cas.

LA FACILITATION DE L'ACHAT

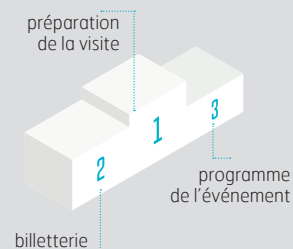
Connecté à la billetterie en ligne de l'événement, le chatbot conseille les participants et atteint **un taux de conversion compris entre 45 et 65%** (correspondant au taux d'achat des personnes ayant consulté la partie billetterie à partir du chatbot).

L'IDENTIFICATION DES POINTS DE FRICTION ET FEEDBACKS

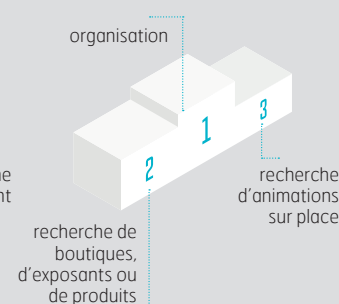
Grâce aux échanges anonymes, les utilisateurs expriment plus facilement leurs besoins et leurs frustrations au chatbot ce qui permet de détecter les problèmes en temps réel et d'apporter une réponse rapidement.

Principales tendances issues de l'analyse des recherches et questions des participants sur plus de 15 millions de conversations :

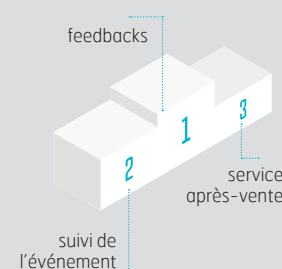
Top 3 des thèmes de questions des visiteurs avant l'événement



Top 3 des thèmes de questions des visiteurs pendant l'événement



Top 3 des thèmes de questions des visiteurs après l'événement



BotSpell

BotSpell est une start up de Station F incubée à French Event Booster, spécialisée dans les solutions conversationnelles (chatbot, voicebot).
<https://botspell.com>

Congrès

En France chaque année :

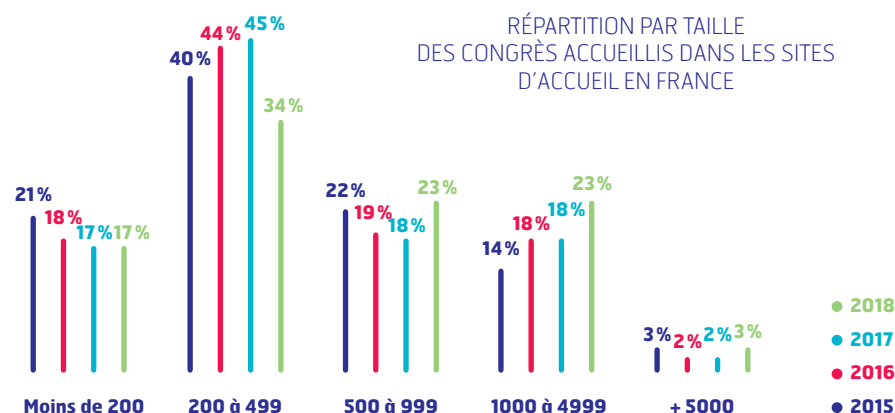


2800 congrès



1,8 millions de congressistes

En 2018, les congrès dans les centres des congrès et les parcs des expositions en France ont accueilli en moyenne **750 congressistes**.



51% des congrès se déroulant sur ces sites d'accueil, soit la majorité, rassemblent moins de 500 personnes. Cette proportion est de 69% en Île-de-France. En 2018, ces lieux événementiels français ont également accueilli des congrès de plus grande taille. En effet, 26% des congrès ont rassemblé plus de 1000 participants.



SANTÉ

Toujours le **1^{er}** secteur

des congrès en France devant le secteur de la recherche scientifique et sociale et le secteur des nouvelles technologies.



23%

des congrès ont eu un public international. niveau record en 2018.

PARIS LEADER MONDIAL

Dans le classement mondial de l'association internationale des congrès ICCA, **Paris reprend sa place de leader** et devance la ville de Vienne. L'Office du Tourisme et des Congrès de Paris précise que **Paris a capté 58 premières éditions de congrès**, montrant l'attractivité de la capitale et sa capacité à accompagner l'émergence et l'organisation de nouveaux événements.

Barcelone, précédemment première du classement, recule à la 4^e place malgré une année 2018 similaire à 2017 en nombre de congrès accueillis. Ainsi, les **autres places européennes** sur le podium sont parvenues à **attirer de nouveaux événements** et à faire la différence avec leur concurrente espagnole.

De nouvelles villes françaises se placent également dans le top 150 montrant une **dynamique positive d'attraction de la place France**. Lyon (63^e), Marseille (77^e), Toulouse (87^e), Bordeaux (103^e), Nice (110^e) et Nantes (143^e).

Cleo, le calculateur de performance événementielle

UNE PLATEFORME DE REPORTING POUR TOUS LES ÉVÉNEMENTS EN FRANCE



Cleo est une plateforme informatique évaluant les impacts des événements et territoires événementiels.

Grâce aux données saisies, les professionnels produisent des reportings estimés ou réels compilant

jusqu'à 72 indicateurs

stratégiques, pilotables et valorisables, répartis en **3 chapitres** :



LA PERFORMANCE DE LA RENCONTRE

pour valoriser la richesse des publics et communautés de l'événement, la création de contenu et le business réalisé.



LES RETOMBÉES ÉVÉNEMENTIELLES ET TOURISTIQUES

des événements pour mesurer l'impact économique, social et fiscal sur les territoires et les filières touristiques.



LE BILAN ENVIRONNEMENTAL

pour analyser l'empreinte de l'événement, mesurer les déchets et valoriser les initiatives positives réalisées par l'organisation.

UN OUTIL INDIVIDUEL ET COLLECTIF AU SERVICE DES ÉVÉNEMENTS ET DES TERRITOIRES ÉVÉNEMENTIELS

Ces rapports servent les actions et argumentaires commerciaux, marketing, institutionnels et RSE des organisateurs de manifestations et gestionnaires de lieux événementiels.

Depuis sa mise en service en 2016, **230 événements** ont été évalués par plus de **80 organisateurs** dans Cleo, dont la COP21, Maison et Objet, la Foire de Lyon et 17 autres foires, le Yachting Festival de Cannes, la FIAC ou encore le SIAE. Cleo est ainsi devenu un **outil fondamental de valorisation matérielle et immatérielle**, voire de transformation des modèles et notamment des modèles économiques des événements de demain.

Cleo permet également la **consolidation de plusieurs événements** pour **porter des discours collectifs de filière et de territoire**. Ainsi, les Foires de France construisent leur 3^e panorama pour disposer d'une mesure collective de l'efficacité business de leurs places de marché et apprécier leurs impacts sur les territoires. Cette démarche collective se met au service des filières stratégiques économiques françaises avec deux projets : le panorama des salons du secteur Mode - Luxe - Design, et le panorama des salons du secteur de l'Alimentation.

cleo

Cleo, le calculateur de performance événementielle est développé par Unimev et le Comité Régional du Tourisme Paris Region
Pour plus d'informations
www.lecalculateur.fr

Les événements créateurs de valeur pour les Français ?

L'événement, association des agences de communication événementielle, s'est associée à Nielsen Sports & Entertainment pour développer un nouvel outil, l'Event Impact Score®, permettant de mesurer l'efficacité média des événements. À l'occasion de sa sortie en mai 2018, Nielsen a mené une étude d'opinion portant sur les Français et les événements auprès d'un échantillon représentatif de la population française.

L'ÉVÉNEMENT FAIT PARTIE DE LA VIE DES FRANÇAIS

86 % des Français

ont déjà participé à un événement sur ces deux dernières années.

LES ÉVÉNEMENTS ONT UN IMPACT QUI VA BIEN AU-DELÀ DU JOUR J

69 % des Français

parlent autour d'eux des événements auxquels ils ont participé.



25 % des participants

partagent l'événement auquel ils assistent sur les réseaux sociaux et 82% d'entre eux en font la promotion.

L'ÉVÉNEMENT EST CRÉATEUR DE SOUVENIRS



69 % des Français

affirment mieux se souvenir des choses qu'ils vivent que de celles dont ils parlent uniquement.

L'ÉVÉNEMENT CRÉE DE LA VALEUR POUR UNE MARQUE

3 Français sur **4**

acceptent la présence d'une marque sur les événements.



Près d'**1** Français sur **2**

privilégie une marque qui lui a fait vivre une expérience lors d'un événement.

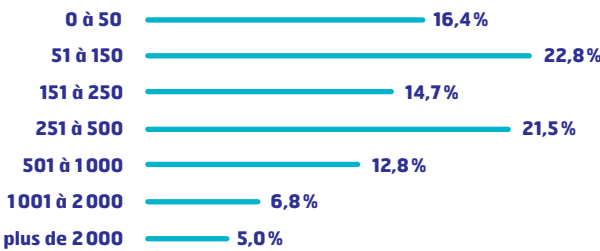


L'ÉVÉNEMENT est l'association des agences de communication événementielle, fédérant 70 agences et pesant environ 80% du marché.
<https://levenement.org/>

Événements d'entreprise et d'institution

Les événements d'entreprise et d'institution ayant lieu dans les centres de congrès et les parcs des expositions en France accueillent en moyenne **400 participants**.

30% de ces événements ont rassemblé moins de 100 personnes et 1/4 de ces événements ont rassemblé plus de 500 personnes.



1,6 jour

Durée moyenne de ces événements

Près de **4 %**

des événements ont une **dimension internationale** et réunissent en moyenne près de 2 000 personnes. 2 événements d'entreprise et d'institution sur 3 ont une audience régionale.

46 % de ces événements sont issus d'une demande spontanée du client vers le lieu et **36 %** sont des reconductions par rapport à l'année précédente.

Comme en 2016 et en 2017, **le secteur de l'assurance, la banque, les services financiers et juridiques** a organisé le plus grand nombre d'événements d'entreprises, soit 20% des événements accueillis dans les parcs des expositions et les centres des congrès. En 2^e place, ce sont les entreprises issues des secteurs de l'industrie, de la recherche et de l'informatique qui sont à l'origine de l'organisation de 11,6% de ce type d'événements. Les domaines de la santé, de la pharmacie et de la biotechnique génèrent 7,8% des événements étudiés.

Événements sportifs

Les événements sportifs sont une part récurrente de l'activité des lieux événementiels surtout en région. Si **60 %** de ces événements sont d'**ampleur régionale**, on observe que **20 %** d'entre eux ont un **caractère international**.

Ces événements rassemblent des compétitions officielles des fédérations sportives nationales et régionales mais également des nouveaux formats d'événements comme les compétitions de sports extrêmes et les spectacles sportifs.



7 000 spectateurs en moyenne



3,8 jours en moyenne



4 jours de montage et démontage en moyenne



8 500 m² occupation moyenne du site d'accueil

4. LES LIEUX ÉVÉNEMENTIELS

Après une année 2016 difficile pour les sites et la belle reprise de l'activité en 2017, les lieux ont connu une bonne année 2018 avec un chiffre d'affaires moyen en légère hausse par rapport à l'année précédente.

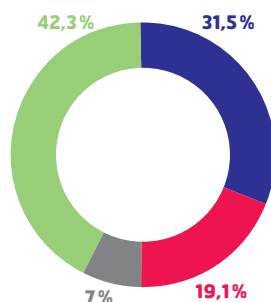
31,2%
taux moyen d'occupation
de la surface couverte des sites
d'accueil en 2018

Les parcs des expositions

CHIFFRE D'AFFAIRES DES PARCS DES EXPOSITIONS

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES
DES PARCS DES EXPOSITIONS

- Accueil de salons et foires
- Accueil de congrès, événements d'entreprises, spectacles...
- Autres ressources (redevances, concessionnaires, parking...)
- Organisation d'événements



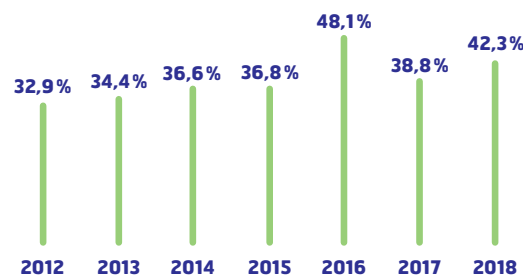
L'activité des parcs des expositions repose, pour plus de la moitié (51%) de leur chiffre d'affaires, sur l'**accueil d'événements**.

Ils diversifient les types d'événements accueillis avec une place de plus en plus importante pour les manifestations culturelles, expositions et spectacles. Cette tendance est très affirmée en région.

Depuis 2012, les parcs des expositions affirment une **stratégie d'auto-production d'événements** permettant une diversification de l'offre et une sécurisation de leur activité.

42,3%
du chiffre d'affaires
des parcs des expositions
en région est lié à l'activité
d'organisation en 2018.

ZOOM SUR L'ÉVOLUTION DE LA PART DU CHIFFRE
D'AFFAIRES DES PARCS DES EXPOSITIONS LIÉE
À L'AUTOPRODUCTION D'ÉVÉNEMENTS



TAUX D'OCCUPATION DES PARCS DES EXPOSITIONS

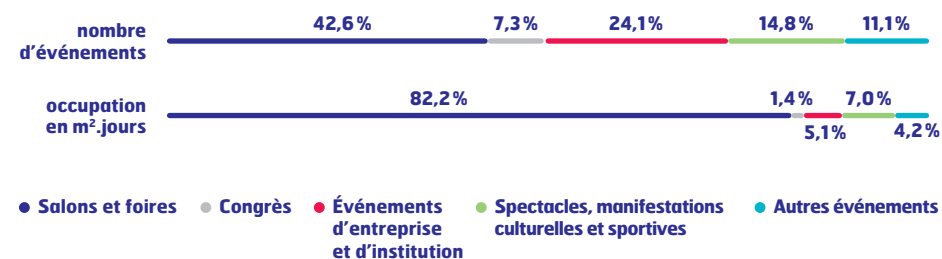
Les parcs des expositions ont en moyenne un **taux d'occupation de 34,5%** en 2018. En région, le taux est légèrement plus élevé avec 35,8% et reste quasi stable avec celui des deux années précédentes.

	2014	2015	2016	2017	2018
France	29,0%	36,8%	34,0%	35,1%	34,5%
Régions (hors Île-de-France)	29,2%	31,7%	35,6%	35,1%	35,8%

TAUX MOYEN D'OCCUPATION
DES PARCS DES EXPOSITIONS

Les salons et foires représentent **42,6% des événements pour 82,2% de l'occupation des sites**. Les événements d'entreprise et d'institution et les manifestations culturelles et sportives correspondent à 40% des événements mais ne représentent que 12% de l'occupation annuelle des parcs des expositions.

RÉPARTITION DES ÉVÉNEMENTS DES PARCS DES EXPOSITIONS EN NOMBRE
(EN UNITÉ) ET EN OCCUPATION (EN M².JOURS)



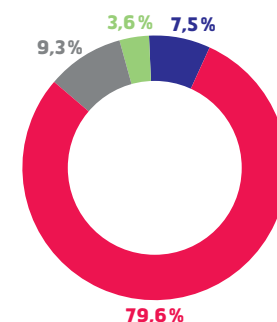
Les centres des congrès

CHIFFRE D'AFFAIRES DES CENTRES DE CONGRÈS

Les centres de congrès ont un modèle économique reposant sur l'**accueil d'événements**. Près de **87%** de leur chiffre d'affaires provient de cette activité. La part de production d'événements représente seulement 3,6% de leur chiffre d'affaires total. Cette proportion est stable sur les dernières années. Les services de redevances et autres concessions représentent environ 10% de leur chiffre d'affaires, ce qui reste une part faible.

RÉPARTITION PAR TYPE D'ACTIVITÉ DU CHIFFRE
D'AFFAIRES DES CENTRES DES CONGRÈS

- Accueil de salons et foires
- Accueil de congrès, événements d'entreprises, spectacles...
- Autres ressources (redevances, concessionnaires, parking...)
- Organisation d'événements



L'open innovation dans le secteur de l'événement

French Event Booster est la première plateforme d'innovation-incubation des acteurs de l'événementiel située à Paris Expo Porte de Versailles. Créé en septembre 2018, il rassemble sur 1 000 m² un incubateur de start-up, un espace de co-working et héberge LÉCOLE, structure de formation des métiers de l'événementiel.

French Event Booster vient apporter un lieu et tout un écosystème pour faciliter l'open innovation ou innovation partagée au sein de la filière événement.



partenaires impliqués
Viparis, L'événement, Novelty/Magnum, WeYou, Unimev et Openevents.



startups incubées
qui ont mis en place de nombreuses expérimentations :
• MadamePee et Odiho à VivaTech,
• Cispé au Paris Convention Centre,
• Linguali chez Heavent Cannes,
• QikObjects au Palais des Congrès de Paris,
• Aglaé à Congrès Expositions de Bordeaux ...



Office Hours
sorte de mentorat individuel où chacun a pu rencontrer, réfléchir et co-construire avec les partenaires.



visites
par des acteurs de la filière : organisateurs, agences, prestataires de services mais également d'autres incubateurs.



événements
talks/conférences sur les sujets de filière, DémoDay, Reverse Pitches, atelier d'intelligence collective, ... dont 6 FEBulous Night, moments de networking décontracté en soirée.



coworkers
ont profité des espaces pour travailler dans ce lieu.

TAUX D'OCCUPATION DES CENTRES DE CONGRÈS

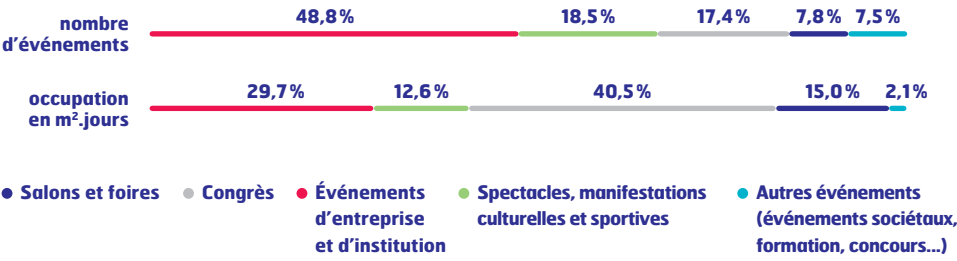
TAUX MOYEN D'OCCUPATION DES CENTRES DES CONGRÈS

	2014	2015	2016	2017	2018
France	28,7%	32,6%	27,1%	29,3%	27,2%
Régions (hors Île-de-France)	28,2%	35,7%	27,8%	30,7%	27,5%

Les taux d'occupation des centres de congrès en 2018 se rapprochent de ceux de 2016.

Les années impaires semblent moins attractives pour les centres de congrès, ceci peut être dû au besoin de rotation des congrès notamment internationaux.

RÉPARTITION DES ÉVÉNEMENTS DES CENTRES DE CONGRÈS EN NOMBRE (EN UNITÉ) ET EN OCCUPATION (EN M².JOURS)



Les événements d'entreprise et d'institution, qui recouvrent les conventions, séminaires, galas et réunions d'entreprises, sont les plus nombreux accueillis dans les centres de congrès.

Toutefois, leur format se caractérisant par une courte durée, ce sont les congrès qui constituent la première source d'occupation (en m²-jours) des centres de congrès. En effet, ces derniers sont des événements plus longs et développant de façon croissante les espaces d'expositions.



Le 19 juin 2019 French Event Booster a recruté sa deuxième promotion de start-up. Toutes les informations sont sur : <http://www.frencheventbooster.com/fr>

Investissements

Plus de **330** millions d'euros d'investissement en 2017



2018

Une année d'investissement record réalisée avec

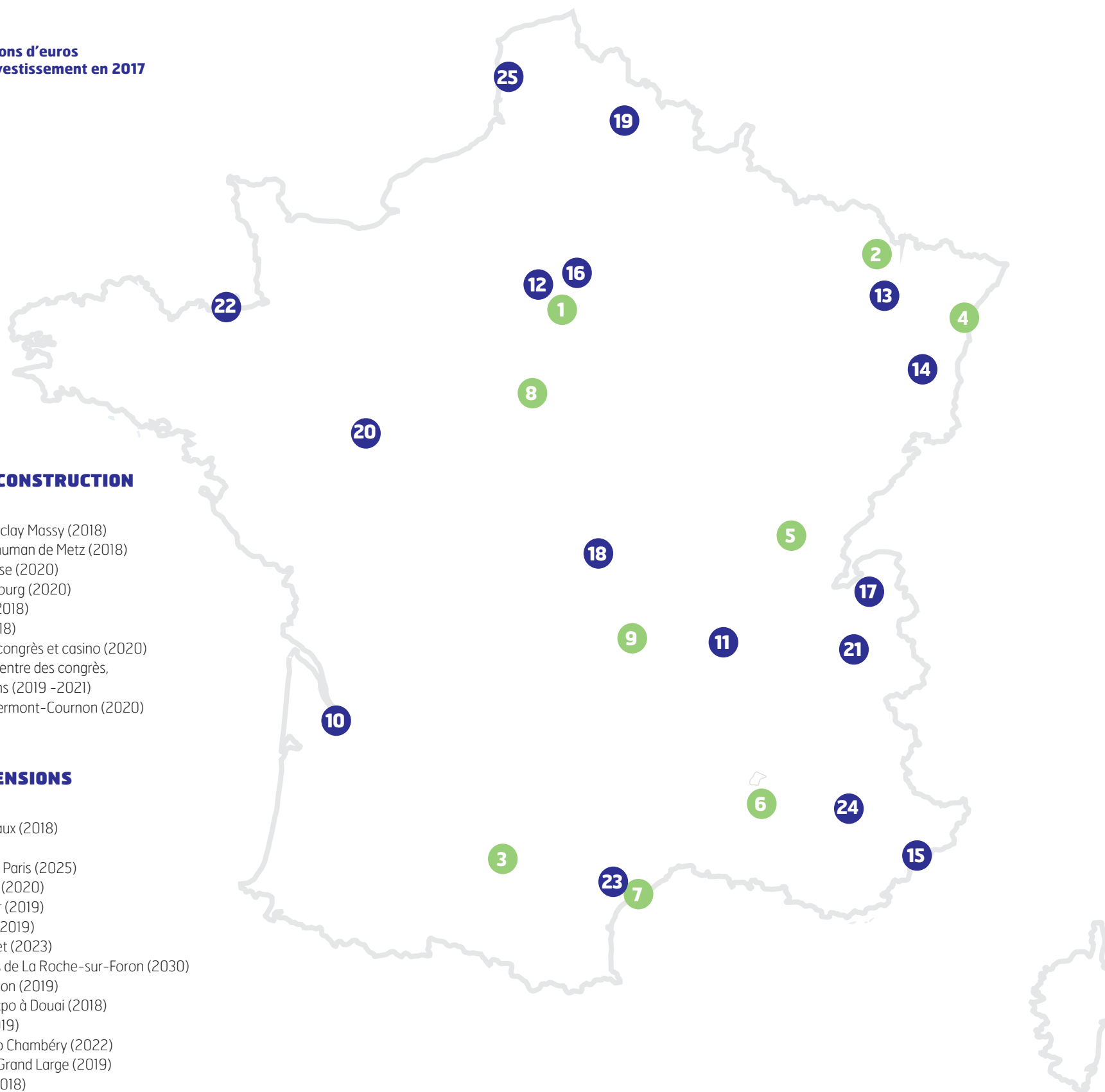
Plus de **450** millions d'euros investis

CONSTRUCTION OU RECONSTRUCTION

- 1 Centre des congrès de Paris Saclay Massy (2018)
- 2 Centre des congrès Robert Schuman de Metz (2018)
- 3 Parc des expositions de Toulouse (2020)
- 4 Parc des expositions de Strasbourg (2020)
- 5 Juraparc de Lons-le-Saunier (2018)
- 6 Carré des papes à Avignon (2018)
- 7 Iconic - Cap d'Agde centre de congrès et casino (2020)
- 8 CO'MET parc des expositions, centre des congrès, zénith et salle de sport d'Orléans (2019 -2021)
- 9 Grande Halle d'Auvergne de Clermont-Cournon (2020)

RÉNOVATIONS OU EXTENSIONS

- 10 Parc des expositions de Bordeaux (2018)
- 11 Eurexpo Lyon (2018)
- 12 Paris Expo Porte de Versailles à Paris (2025)
- 13 Parc des expositions de Nancy (2020)
- 14 Parc des expositions de Colmar (2019)
- 15 Palais des festivals de Cannes (2019)
- 16 Parc des expositions du Bourget (2023)
- 17 Rochexpo parc des expositions de La Roche-sur-Foron (2030)
- 18 Parc des expositions à Montluçon (2019)
- 19 Parc des expositions Gayant Expo à Douai (2018)
- 20 Centre des congrès Angers (2019)
- 21 Parc des expositions Savoieexpo Chambéry (2022)
- 22 Palais des congrès Saint Malo Grand Large (2019)
- 23 Parc des expositions Béziers (2018)
- 24 Digne-les-bains palais des congrès (2019)
- 25 Le Touquet palais des congrès (2018)



ZOOM SUR QUELQUES PROJETS D'INVESTISSEMENT

MEETT – Toulouse

MEETT Toulouse Exhibition & Convention Centre, Haute-Garonne – Occitanie – France, rassemble le centre de convention de 15 000 m² et le futur Parc des Expositions de 40 000 m² dont l'ouverture est prévue pour juin 2020. Il représente le plus gros investissement de ces dernières années pour la construction d'un complexe de lieux événementiels avec plus de 310 millions d'euros. Il se positionne comme un outil de développement économique territorial. Europolia est chargé par Toulouse Métropole de ce projet qui sera géré par la suite par GL events. Des ambitions en faveur de l'environnement ont été mises en place dès le début de la construction avec une certification HQE (Haute Qualité Environnementale) des bâtiments. Le projet hybride comprend la réalisation d'un pôle économique autour des lieux événementiels avec des complexes hôteliers, restaurants, un village d'entreprises, des bureaux, des commerces et des logements.

CO'MET – Orléans

CO'MET est le projet de 110 millions d'euros d'un ensemble modulable porté pour 70 % par Orléans Métropole pour développer la stratégie événementielle du territoire. Il contient un zénith de 10 000 places, le Parc des Expositions et le Palais des Congrès. De la conception à l'entretien à long terme, le projet a été réfléchi dans sa durabilité pour diminuer son impact environnemental, avec notamment l'utilisation des énergies vertes par géothermie et photovoltaïque. La livraison des nouveaux équipements construits et rénovés est prévue pour 2021.

Rochexpo Foire de la Haute-Savoie Mont-Blanc – La Roche-sur-Foron

3^e parc de la région Auvergne-Rhône-Alpes en surfaces, le parc des expositions de la Roche-sur-Foron géré par Rochexpo va connaître un grand projet de développement pour construire un lieu de vie événementiel encore plus connecté et durable. Rochexpo 2030 est une grande ambition portée par tous les acteurs locaux pour soutenir et développer l'attractivité de ce parc. Ce projet modernise le positionnement du parc pour s'adapter aux nouveaux besoins des participants. Un "tiers lieu" permettra aux visiteurs de développer leur courant d'affaires et de profiter de lieux adaptés pour travailler pendant le salon. Et à terme, une offre de services bien être et sportives sera proposée pendant les événements.

Porte de Versailles – Paris

Le grand projet de modernisation de Paris expo Porte de Versailles de 500 millions d'euros, initié en mai 2015, s'étend sur 10 années réparties en 3 grandes phases. De nombreuses réalisations sont déjà terminées avec la transformation du hall 7 en Paris Convention Centre et le réaménagement complet de l'entrée du parc pour reconfigurer l'accueil des visiteurs avec notamment la mise en place du grand anneau. Le Paris Convention Centre se positionne comme le plus grand centre de congrès d'Europe avec 5 200 places assises. Ceci s'accompagne de la création et de l'installation du French Event Booster, plateforme de 1 000 m² rassemblant l'écosystème entrepreneurial et éducatif de la filière. Ce projet souhaite également porter une dimension sociétale avec la volonté d'ouverture du parc vers la ville, ses entreprises et ses habitants.

Remerciements



Nous remercions les gestionnaires des 61 sites ayant contribué à nos enquêtes pour leur fidélité et leur confiance. Nous sommes ravis de les compter nombreux à participer à ce panel pour la réalisation des études UNIMEV – OJS.

Ales – Parcs des expositions • Angers – Centre des congrès • Angers – Parc des expositions • Antibes Juan-les-Pins – Palais des Congrès • Arles – Palais des congrès • Avignon – Parc des expositions • Beaune – Centre des congrès • Besançon – Micropolis • Biarritz – Bellevue • Biarritz – Casino Municipal • Biarritz – Gare du midi • Biarritz – Halle d'Iraty • Bordeaux – Centre de Congrès Cité Mondiale • Bordeaux – Hangar 14 • Bordeaux – Palais des Congrès • Bordeaux – Parc des Expositions • Colmar – Parc des expositions • Deauville – Centre International de Deauville – CID • Dijon – Parc des expositions • Grenoble – Parc des expositions – Alpexpo • Grenoble – World Trade Center • La Rochelle – Espace Encan • La Rochelle – Forum des Pertuis • La Roche-sur-Foron – Parc des expositions – Rochexpo • Le Mans – Palais des Congrès • Le Mans – Parc des expositions • Lille – Lille Grand Palais • Lorient – Palais des congrès • Lorient Parc des expositions • Lyon – Cité Centre de Congrès Lyon • Lyon – Eurexpo • Mandelieu-La Napoule – Centre Expo Congrès Mandelieu • Mulhouse – Parc expo • Nancy – Centre Prouvé • Nancy – Parc Expo • Nantes – La cité des congrès • Nantes – Parc des expositions – Exponantes • Nice – Acropolis • Nîmes – Parc des expositions • Paris – Carrousel du Louvre • Paris – Espace Champerret • Paris – Espace Grande Arche • Paris – Hotel Salomon de Rothschild • Paris – Palais des Congrès de Paris • Paris – Palais des Congrès de Versailles • Paris – Palais des Congrès d'Issy les Moulineaux • Paris – Paris Expo Porte de Versailles • Paris – Paris Le Bourget • Paris – Paris Nord Villepinte • Rouen – Parc des expositions • Saint-Brieuc – Saint-Brieuc Expo Congrès • Saint-Étienne – Parc des expositions • Saint-Malo – Le Grand Large • Strasbourg – Palais de la Musique et des Congrès • Strasbourg – Parc des expositions • Tarbes – Parc des expositions • Toulouse – Centre de congrès Pierre Baudis • Toulouse – Espace Vanel • Toulouse – Parc des expositions • Troyes – Centre de congrès de l'Aube • Vannes – Chorus.

Nous remercions nos deux partenaires, organismes de contrôle des données chiffrées des manifestations commerciales qui contribuent à notre base commune CCI Paris Île-de-France, UNIMEV, OJS



Contacts Études

Laëtitia BOUVIER, Attachée Études UNIMEV-OJS, l.bouvier@unimev.fr

Diane DECAUDIN, Chargée d'Études, d.decaudin@unimev.fr

Constance MARSILLI, Directrice des Études UNIMEV-OJS, c.marsilli@unimev.fr

Création, conception : Cithéa. www.citheaa.com

©iStock

Imprimeur : GraphiPrint Management



unimev
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÈNEMENT

11, rue Friant
75014 PARIS

www.unimev.fr



Action financée et pilotée par Atlas selon des axes de coopération définis dans la convention signée avec le Ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse et le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation avec le concours des fonds collectés au titre de la taxe d'apprentissage.