

CHIFFRES & ÉTUDES

**unimev**<sup>®</sup>  
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÈNEMENT

## BILAN CHIFFRÉ 2014

DE LA FILIÈRE DES MÉTIERS  
DE L'ÉVÈNEMENT

Congrès des Métiers de l'Évènement 2015

# En quelques mots...

**L'année 2014 fut une année encourageante pour la filière Événements dans un contexte économique difficile avec une quasi-stagnation de la croissance française. Quelques grandes tendances sont à retenir :**

- **des salons professionnels** confirmant la dynamique de 2013 avec des entreprises au rendez-vous ;
- **des salons grand public et mixtes** en léger rebond ;
- **des foires-expositions** tentant de résister face à un recul de leur visitorat ;
- **des congrès** moins nombreux mais un nombre moyen de congressistes en hausse et attirant un public plus international ;
- **des agences événementielles** vigilantes sur la situation stagnante du marché mais qui investissent dans leur développement global et digital ;
- **des prestataires de services** toujours un maillon important et déterminant dans la chaîne de valeur qui fait la réussite de l'événement ;
- **des sites** qui diversifient leurs offres mais qui gardent comme principale activité la tenue et/ou l'organisation de foires et salons ;
- **un rythme d'investissement** toujours soutenu en dépit des menaces pesant sur les financements des collectivités.

<b>&gt;&gt;&gt;&gt; Salons, Foires et Congrès</b>	<b>8</b>
<b>Salons Professionnels</b>	<b>8</b>
<b>Salons Grand Public et Foires-Expositions</b>	<b>11</b>
<b>Salons Grand Public et Mixtes</b>	<b>11</b>
<b>Foires - Expositions</b>	<b>11</b>
<b>Congrès</b>	<b>12</b>
<b>&gt;&gt;&gt;&gt; Sites d'accueil : Parcs des Expositions, Centres de Congrès et Stades</b>	<b>16</b>
<b>L'offre d'accueil des sites</b>	<b>16</b>
<b>L'activité économique des sites</b>	<b>19</b>
<b>Les investissements</b>	<b>22</b>
<b>&gt;&gt;&gt;&gt; Prestataires de services et agences de communication événementielle</b>	<b>24</b>
<b>Les prestataires de services</b>	<b>24</b>
<b>Les agences événementielles – le baromètre ANAé</b>	<b>24</b>

# Introduction

En 2014, la base de données OJS représente environ 70% du marché total des Foires et Salons en France. Ces données sont contrôlées par nos partenaires Expocert et Expo'Stat, organismes certificateurs accrédités par la Cofrac.

	<b>48 foires</b>	<b>293 salons grand public et mixtes</b>	<b>219 salons professionnels</b>	<b>560 manifestations</b>
<b>m<sup>2</sup> de stands</b>	1 041 443	1 100 328	1 884 315	4 026 087
<b>Nombre total d'exposants</b>	20 535	47 857	80 415	148 807
<b>Nombre total de visites</b>	4 253 025	7 230 655	2 637 086	14 120 766

## Situation de l'économie française et européenne en 2014

Selon l'INSEE, en 2014 la croissance de la zone euro a stagné et a déçu dans la plupart des grandes économies de la zone, l'activité se contractant en Allemagne et en Italie (-0,2%). Toutefois, la croissance française en 2014 a été de 0,4%. Malgré une légère reprise de la consommation, le défaut de la zone euro et de la France reste la faiblesse de l'investissement. Après un rebond marqué dans tous les secteurs à l'été 2013, le climat des affaires en France est resté quasi stable jusqu'en mai 2014, puis il s'est à nouveau replié dans tous les secteurs d'activité. Les exportations françaises, elles, ont été légèrement favorisées par la baisse de l'euro notamment en fin d'année.

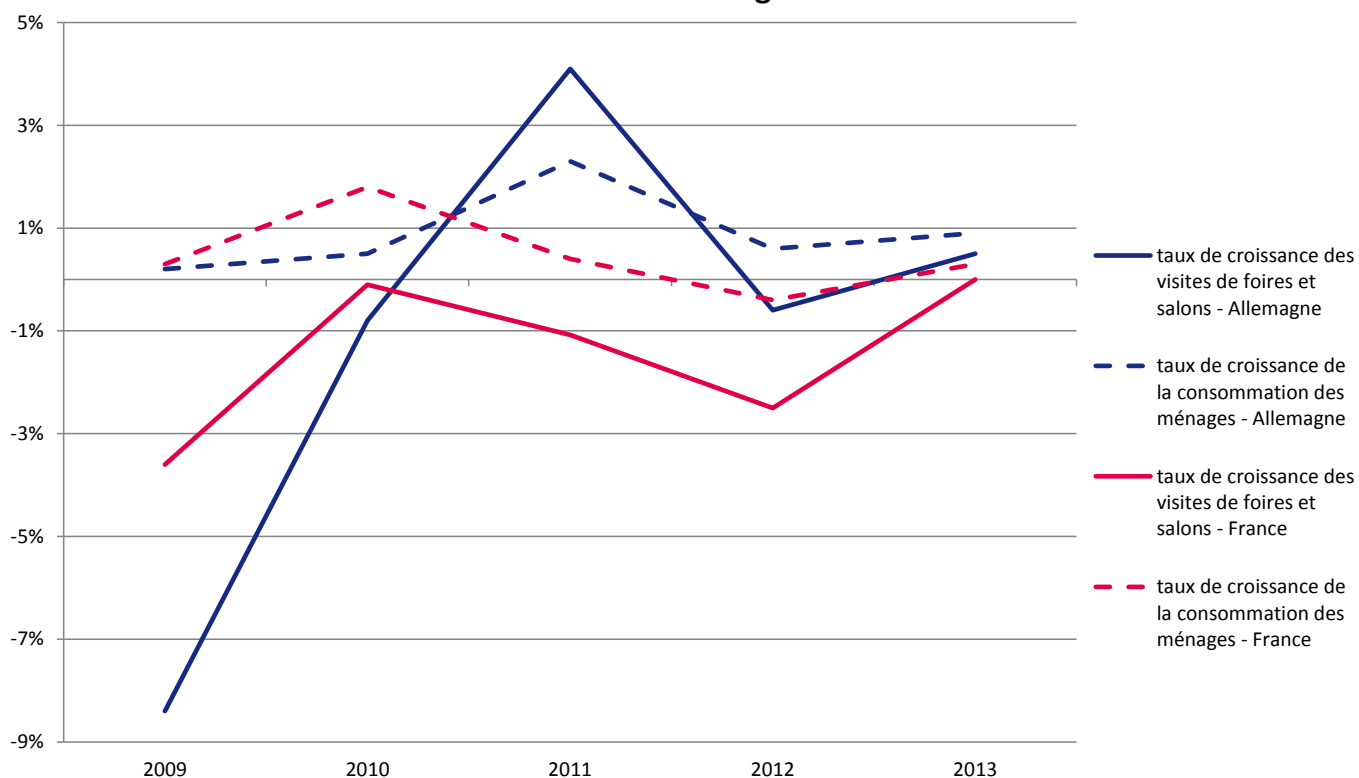
Les indicateurs ont été plus faibles que prévu en 2014 mais les prévisions pour 2015 amènent davantage d'optimisme pour l'économie française.

## Les Salons et Foires : reflet de la santé économique d'un pays

Les Salons et les Foires sont généralement le reflet de la santé économique d'un pays. Cela se vérifie notamment pour la France et l'Allemagne.

En effet, sur ces 5 dernières années, le visitorat des Salons et Foires a globalement suivi la consommation des ménages. Les prévisions de la consommation étant positives pour les prochains mois, cela porte à l'optimisme pour l'année 2015.

### Comparaison Allemagne - France : évolution des visites des salons et foires et de la consommation des ménages entre 2008 et 2013

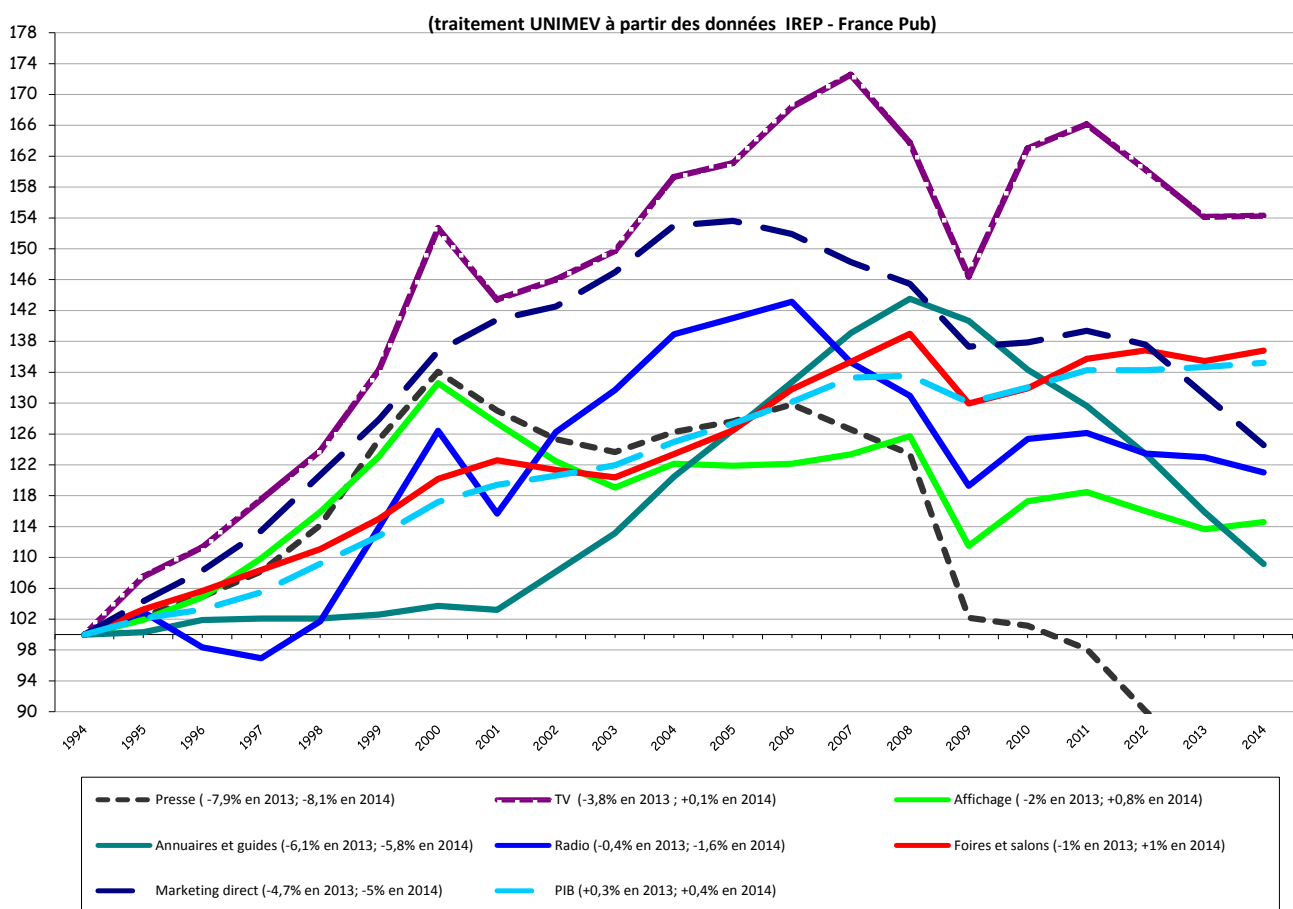


Sources : OJS – UNIMEV – AUMA – Eurostat

## Place du média Foires-Salons (France PUB)

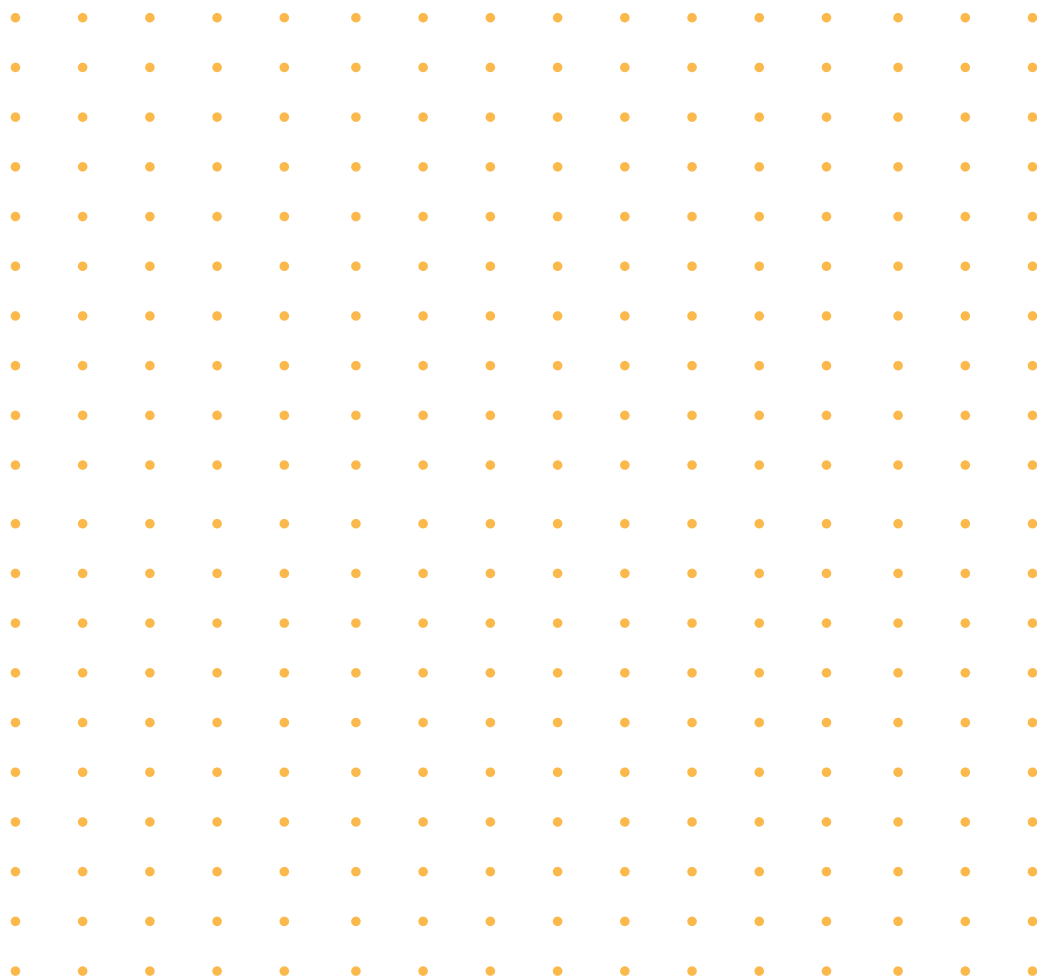
L'étude Irep-France Pub, publiée chaque année, évalue le marché de la communication et plus largement des différents médias en France. Après la baisse des dépenses consacrées par les entreprises à la participation aux Salons et Foires de 1% en 2013, la filière marque une croissance de 1% en 2014. Les rencontres professionnelles restent un outil de business et de communication faisant partie des plans de marketing et de stratégie des entreprises.

Evolution des principales dépenses des annonceurs  
(base 100 = 1994) comparée à l'évolution du PIB de 1994 à 2014





#1 SALONS, FOIRES  
ET CONGRÈS



## >>> Salons, Foires et Congrès

Les données des Salons et Foires sont restées stables en 2014. En effet le nombre d'exposants ainsi que la surface dédiée à leurs stands ont légèrement progressé avec respectivement une augmentation de 0,8% et 0,9%. Le visitorat lui est en faible recul de 0,8%.

<b>436 manifestations contrôlées</b>	<b>2014</b>	<b>Évolution 2014/S-1</b>
<b>m<sup>2</sup> de stands</b>	3 609 374	<b>0,9%</b>
<b>Nombre total d'exposants</b>	130 598	<b>0,8%</b>
<b>Nombre total de visites</b>	13 343 346	<b>-0,8%</b>

### Salons Professionnels

Les Salons Professionnels, vitrine des innovations et des filières d'excellence françaises, sont un véritable outil de développement des entreprises. Les résultats 2014 confortent la dynamique de ces dernières années : le nombre d'exposants augmente de 2,8% et le nombre d'entrées de visiteurs de 2%.

<b>162 salons contrôlés</b>	<b>2014</b>	<b>Évolution 2014/S-1</b>
<b>m<sup>2</sup> de stands</b>	1 632 462	<b>1.7%</b>
<b>Nombre total d'exposants</b>	69 539	<b>2.8%</b>
<b>Nombre total de visites</b>	2 506 287	<b>2%</b>

Les grands salons internationaux de filières ont été de très beaux succès, avec plus 6% de visites par rapport à 2013, année déjà positive : SIAL (qui fêtait ses 50 ans), Space, Première Vision et ses composantes (Leather, Yarns, Accessories, Designs, Fabrics).

Les Salons Professionnels en France sont également des rendez-vous internationaux. L'année 2013 a connu une augmentation significative d'exposants étrangers avec 47% du total des exposants : ce chiffre demeure stable en 2014.

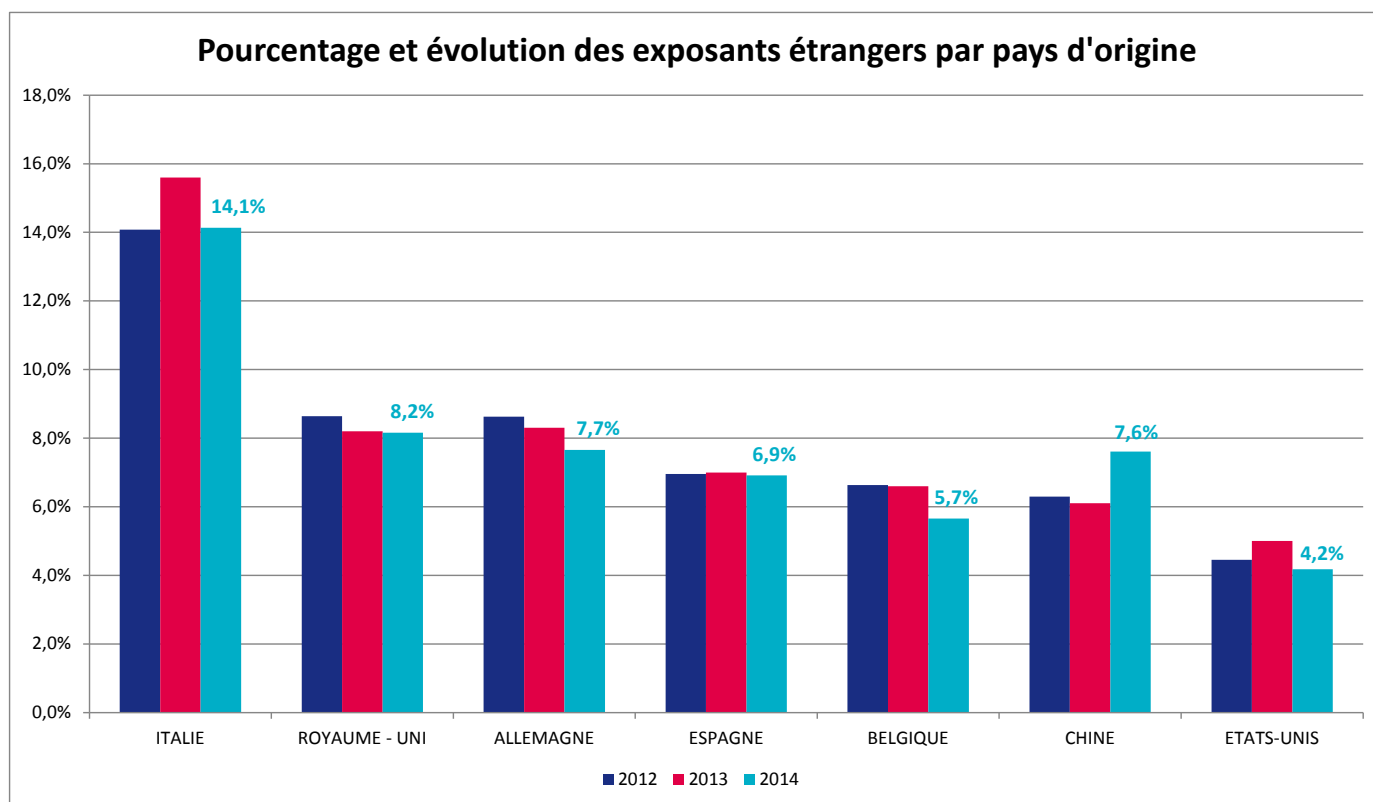
Concernant le visitorat, cette attractivité vis-à-vis de l'étranger s'intensifie avec une croissance de 10,2% du nombre d'entrées de visiteurs étrangers et de 2,7% de la part des étrangers dans le total des visiteurs qui atteint 36,3%.

	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Visite étrangères</b>	825174	909318



## Les exposants étrangers des Salons Professionnels

Avec près de 47% d'exposants étrangers et 158 nationalités représentées, les salons français sont un véritable hub pour les entreprises.



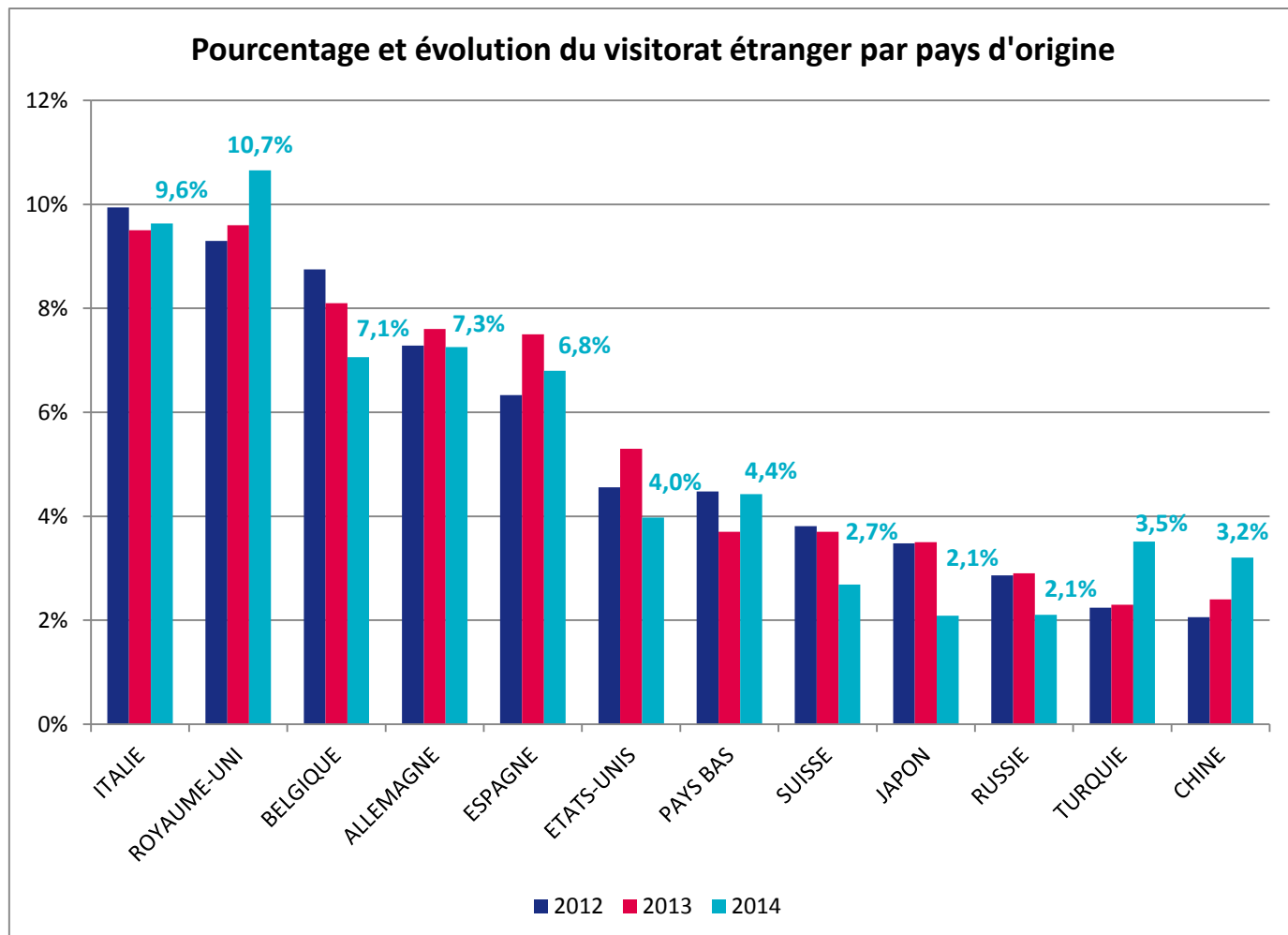
Source : OJS – UNIMEV

Les 7 premiers pays exposants rassemblent 54,3% des exposants étrangers des Salons Professionnels internationaux en 2014, soit 4% de moins qu'en 2013. Cela provient d'une légère augmentation du nombre de pays représentés, 158 en 2014 contre 152 en 2013.

**L'Italie est le premier pays exposant en France**, avec plus de 14% des exposants étrangers venant de la péninsule transalpine sur ces 3 dernières années. **En 2014, la Chine** devient un véritable acteur avec 7,6% des exposants étrangers venant de ce pays, passant de la 6<sup>e</sup> place à **la 4<sup>e</sup> place** en termes d'exposants étrangers sur nos salons professionnels internationaux.

## Les visiteurs étrangers des Salons Professionnels

Les visiteurs étrangers sont également nombreux, notamment lors de ces grands rendez-vous professionnels. **Le Royaume-Uni confirme en 2014 sa première place de pays visiteur des salons professionnels** français qu'il tient depuis 2013. L'Italie est deuxième pour la seconde année consécutive.



Source : OJS –UNIMEV

La situation économique en reprise du Royaume-Uni, 5<sup>e</sup> puissance économique mondiale et 2<sup>e</sup> puissance économique européenne aux côtés de la France, peut expliquer en partie cette nette augmentation du pourcentage de ses compatriotes parmi les visiteurs étrangers des salons professionnels internationaux. Avec une croissance de 2,7% prévue par le FMI en 2015, le Royaume-Uni restera une nationalité très présente sur les salons français.

Il est également intéressant d'observer que la Suisse, le Japon et la Russie émettent moins de visiteurs sur ces salons au profit de la Chine et de la Turquie qui sont nettement plus présents dans le visitorat 2014.

## Salons Grand Public et Foires-Expositions

### Salons Grand Public et Mixtes

En 2014, l'activité des Salons Grand Public et Mixtes a vécu un léger rebond avec 0,5% d'entrée de visiteurs supplémentaires. Il y a eu un enrayment de la baisse des surfaces et des exposants que nous avons connue précédemment. Les résultats 2014 présentent donc une quasi-stabilité sur les 3 indicateurs.

232 salons contrôlés	2014	Évolution 2014/S-1
m <sup>2</sup> de stands	993 962	-0,4%
Nombre total d'exposants	41 189	-0,6%
Nombre total de visites	6 628 399	0,5%

Les grands salons de filière comme le Mondial de l'Automobile, le Salon International de l'Agriculture, le salon Plaisance Cannes sont restés des vitrines mais aussi des rencontres incontournables tant pour les professionnels que pour les passionnés. Certains salons ont connu de très beaux succès auprès du public pour leur édition 2014, notamment Rétromobile, les Artisanales de Chartres, le salon du Livre de Paris et la FIAC.

En région, les salons qui se distinguent sont ceux qui ont diversifié leur offre ou l'ont dupliquée dans de nouvelles régions.

### Foires - Expositions



- La foire, ou foire-exposition, réunit l'ensemble des acteurs socio-économiques d'une région, proposant au visiteur une rencontre avec tous les représentants de la vie économique industrielle, artisanale et sociale. Elle peut également être assortie d'une offre internationale originale.
- Vecteur de promotion économique pour l'ensemble de la région, ce rendez-vous d'affaires présente une offre généraliste unique en termes de biens d'équipement, de consommation et de services.
- Pour nombre de petites entreprises artisanales ou commerciales, la foire est souvent le seul vecteur de vente et de promotion commerciale. Spécificité française, la foire généraliste peut, dans les régions frontalières, attirer de nombreux consommateurs des pays limitrophes.

Les foires-expositions ont une identité propre favorisant la rencontre de plusieurs univers, métiers et activités.

<b>42 foires contrôlées</b>	<b>2014</b>	<b>Évolution 2014/2013</b>
<b>m<sup>2</sup> de stands</b>	982 951	<b>0,8%</b>
<b>Nombre total d'exposants</b>	19 870	<b>-3,3%</b>
<b>Nombre total de visites</b>	4 208 660	<b>-4,4%</b>

En 2014, on observe une baisse de 4,4% des visites. La baisse du nombre d'exposants de 3,3%, ralentit par rapport à 2013. Les petites et moyennes entreprises exposantes ont retrouvé un peu d'optimisme avec les prévisions économiques plus encourageantes pour 2015, après deux années de quasi-stagnation, selon le rapport sur les PME en 2014 de PBI France. Cela est visible à travers l'augmentation de 0.8% des surfaces totales louées pour les stands qui illustre la volonté de changer de format et d'augmenter les activités proposées aux visiteurs.

Au sein d'UNIMEV et du Groupement des Organismes de Foires, de nombreuses démarches ont été initiées pour faire face aux différentes problématiques liées aux réalités du marché telles que :

- la création d'un argumentaire de promotion du média foire qui a permis la mise en place de partenariats avec des grandes marques comme LEGO et Leroy Merlin,
- la mise en place de la formation « Nouveaux Clients, Nouveaux Marchés, Nouveaux Services »,
- la revitalisation de la marque Foires de France à travers la réinvention de son identité visuelle,
- la création de la Charte Foires de France,
- le déploiement d'actions de communication pour valoriser le réseau Foires de France et pour faire vivre la marque.

## Congrès



- Le segment des congrès reste une partie de notre filière moins évaluable car il n'existe pas de réglementation sur le contrôle des chiffres de ces manifestations.
- Notre analyse est réalisée suite à la collecte des données via l'enquête site auprès des gestionnaires.

En 2014, nous observons dans les chiffres déclarés par les sites une baisse du nombre de congrès accueillis mais une augmentation du nombre moyen de congressistes.

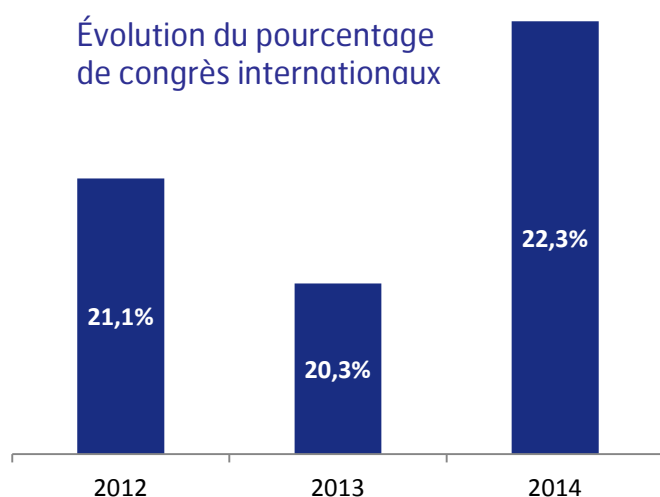
En effet à périmètre constant de 43 sites, 689 congrès se sont tenus soit une baisse de 3,4% du nombre de manifestations par rapport à 2013. Il est important de se rappeler que cette dernière avait été une très belle année pour les congrès notamment en Île-de-France. L'année 2014 note tout de même une hausse de 6,5 % du nombre de congrès par rapport à 2012.

### Nombre des congrès

<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>647</b>	<b>713</b>	<b>689</b>

Source : OJS – UNIMEV

## Évolution du pourcentage de congrès internationaux



Source : OJS – UNIMEV

En termes de public, on observe une forte augmentation du nombre moyen de congressistes avec une estimation à 1 185 participants en 2014. Ainsi les sites ont accueilli moins de congrès mais ceux-ci étaient plus grands et plus internationaux (23% des congrès face à 20% en 2013).

La durée moyenne d'ouverture au public des congrès a diminué en 2014, après une stabilité sur 2012, 2013. Mais celle-ci reste supérieure à la durée d'une manifestation tout type confondu qui est de 2,2 jours d'ouverture au public.

	2012	2013	2014
<b>Durée moyenne des congrès en jour</b>	2,75	2,66	2,26

Selon le classement mondial de l'ICCA en 2014, établissant le recensement des congrès tournants de plus de 50 participants, la France est 5<sup>ème</sup> avec 533 congrès internationaux. Elle se place derrière les Etats-Unis, l'Allemagne, l'Espagne et la Grande-Bretagne et devance l'Italie.

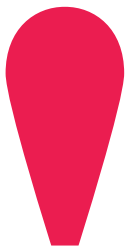
Paris, 1<sup>ère</sup> en nombre de congrès dans ce même classement par ville, se place devant Madrid, Vienne, Barcelone et Berlin.

### Classement mondial ICCA : nombre de congrès par pays

### Classement mondial ICCA : nombre de congrès par ville

Rang	Pays	Congrès en 2014
1	États-Unis	831
2	Allemagne	659
3	Espagne	578
4	Royaume Uni	543
5	France	533
6	Italie	452
7	Japon	337
8	Chine	332
9	Pays-Bas	307
10	Brésil	291

Rang	Ville	Congrès en 2014
1	Paris	214
2	Vienne	202
3	Madrid	200
4	Berlin	193
5	Barcelone	182
6	Londres	166
7	Singapour	142
8	Amsterdam	133
9	Istanbul	130
10	Prague	118



## Sport

À travers l'enquête des sites dédiés principalement aux événements professionnels, nous avons pu observer l'augmentation du nombre d'événements sportifs accueillis. Cette estimation nous permet d'avoir une illustration de ce segment de manifestations avant la mise en place d'enquêtes pour un affinement des données propres à ce secteur.

Sur notre échantillon de sites, nous comptons 49 événements sportifs, comprenant des matchs de championnats nationaux de sports collectifs comme le handball et le football mais aussi des événements européens ou internationaux comme les mondiaux de pétanque ou des compétitions équestres internationales.

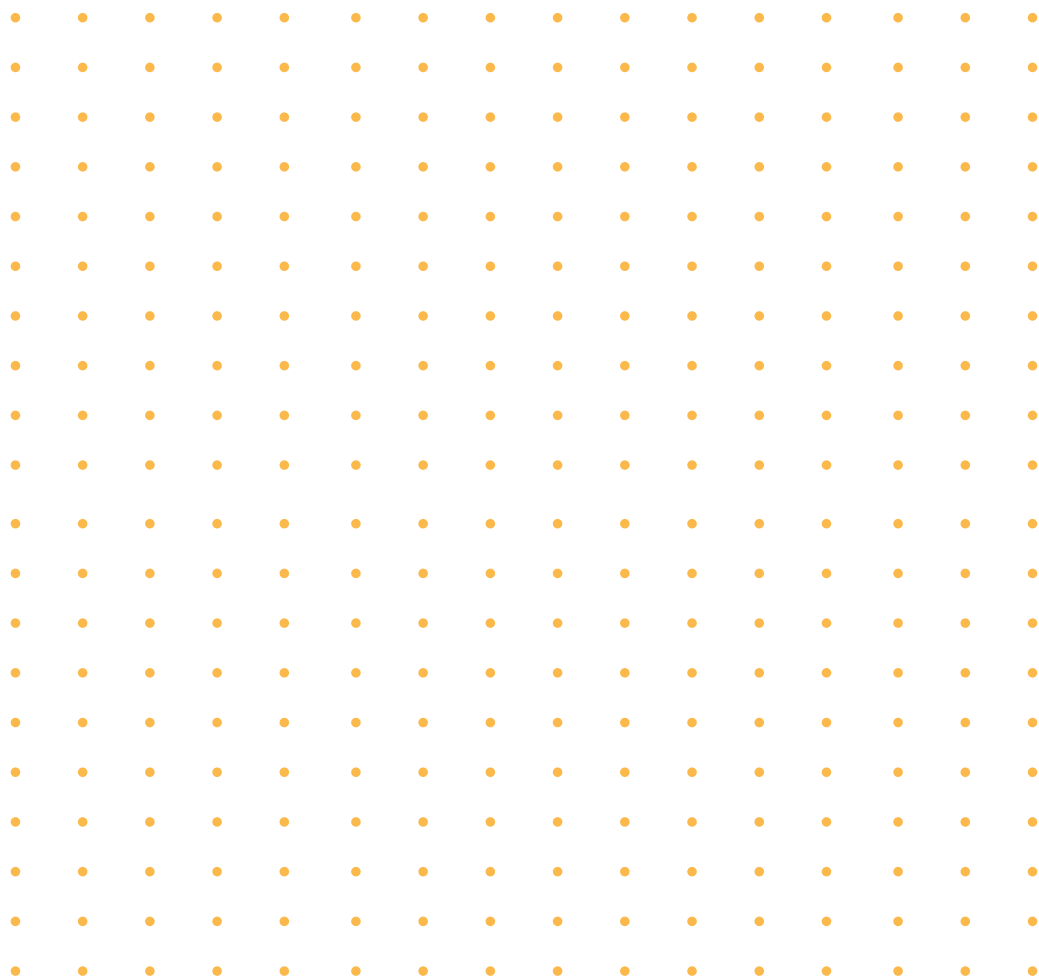
188 391 personnes ont été accueillies dans le cadre de ces compétitions soit une moyenne de 4 000 participants à ces événements.

Nous retrouvons les mêmes caractéristiques qu'en 2013. Ces manifestations demandent une organisation particulière des espaces. Elles occupent en moyenne 4 jours et près de 2 jours ouverts au public.

1,7% de la surface totale est occupée tout au long de l'année par le sport dans les sites de notre enquête. Ce taux encore faible est en croissance puisqu'il a doublé en 3 ans.



## #2 SITES D'ACCUEIL: PARCS DES EXPOSITIONS, CENTRES DE CONGRÈS ET STADES



# >>> Sites d'accueil : Parcs des Expositions, Centres de Congrès et Stades

## L'offre d'accueil des sites

Plus qu'un lieu, les sites d'accueil réalisent de plus en plus de marketing de la destination en développant une offre élargie auprès de leurs clients et du grand public. En effet le taux d'occupation de leurs structures est lié à la rigidité de la périodicité des manifestations, notamment les salons et foires. Cette diversification leur permet d'accueillir du public tout au long de l'année.

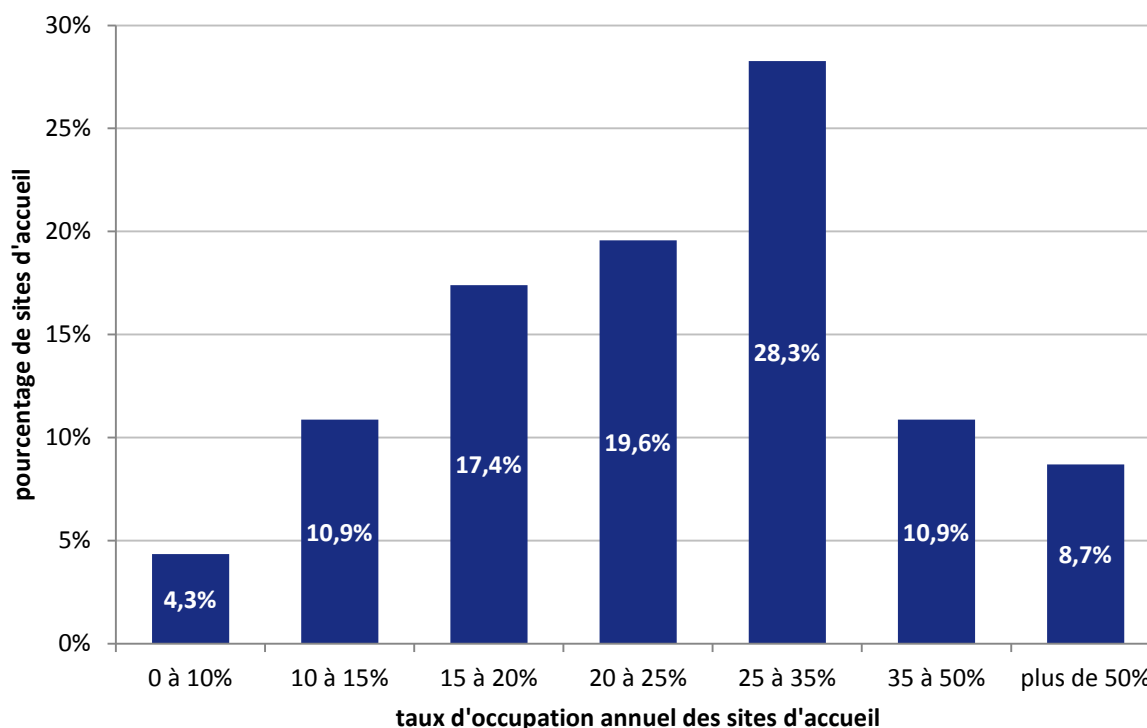
### Taux d'occupation moyen des sites d'accueil

2012	2013	2014
29,6%	30,1%	28,3%

**Le taux d'occupation moyen des sites<sup>1</sup> d'accueil a atteint 28,3% en 2014.** Ce qui marque un recul de l'occupation des sites. En 2014, le taux d'occupation en région est de 28% et il retrouve ainsi le niveau du taux moyen de 2012 après une augmentation en 2013.

Source : OJS – UNIMEV

À travers la distribution du taux d'occupation des sites, on note une grande hétérogénéité, notamment en région. Au niveau national, 28,3% des parcs des expositions et des centres de congrès ont un taux d'occupation annuel entre 25% et 35%. 8,7% des sites d'accueil ont un taux d'occupation annuel supérieur à 50%.

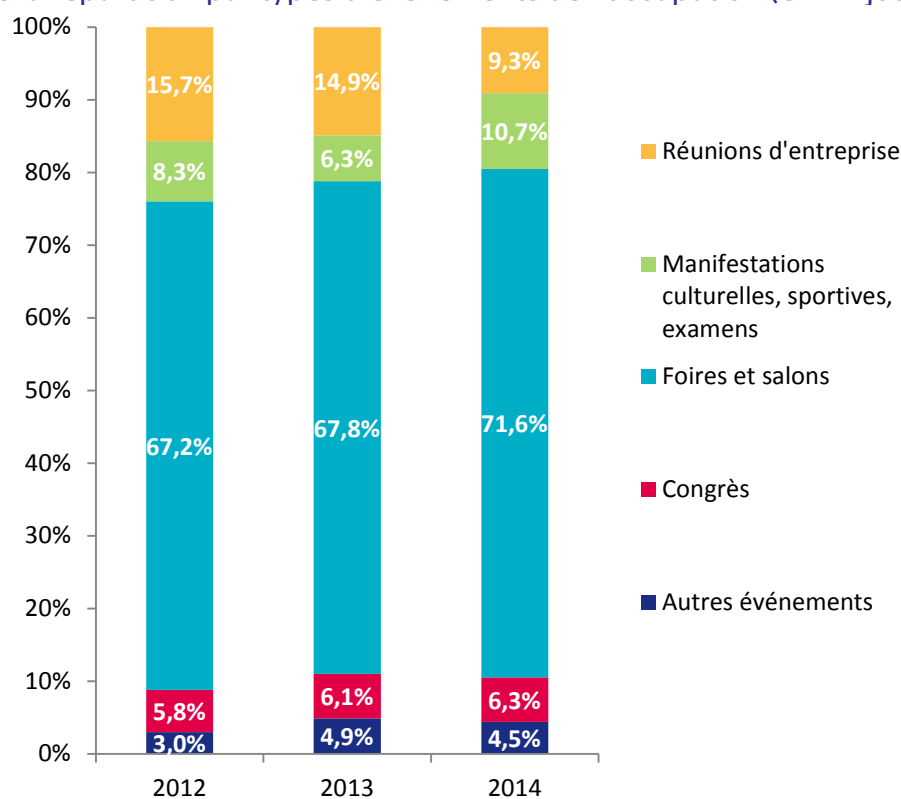


Source : OJS – UNIMEV

<sup>1</sup> Détails de la méthode de calculs dans la partie « OJS : un observatoire de la filière événement au sein d'UNIMEV »



## Évolution de la répartition par types d'événements de l'occupation (en m<sup>2</sup>.jours) des sites



Source : OJS – UNIMEV

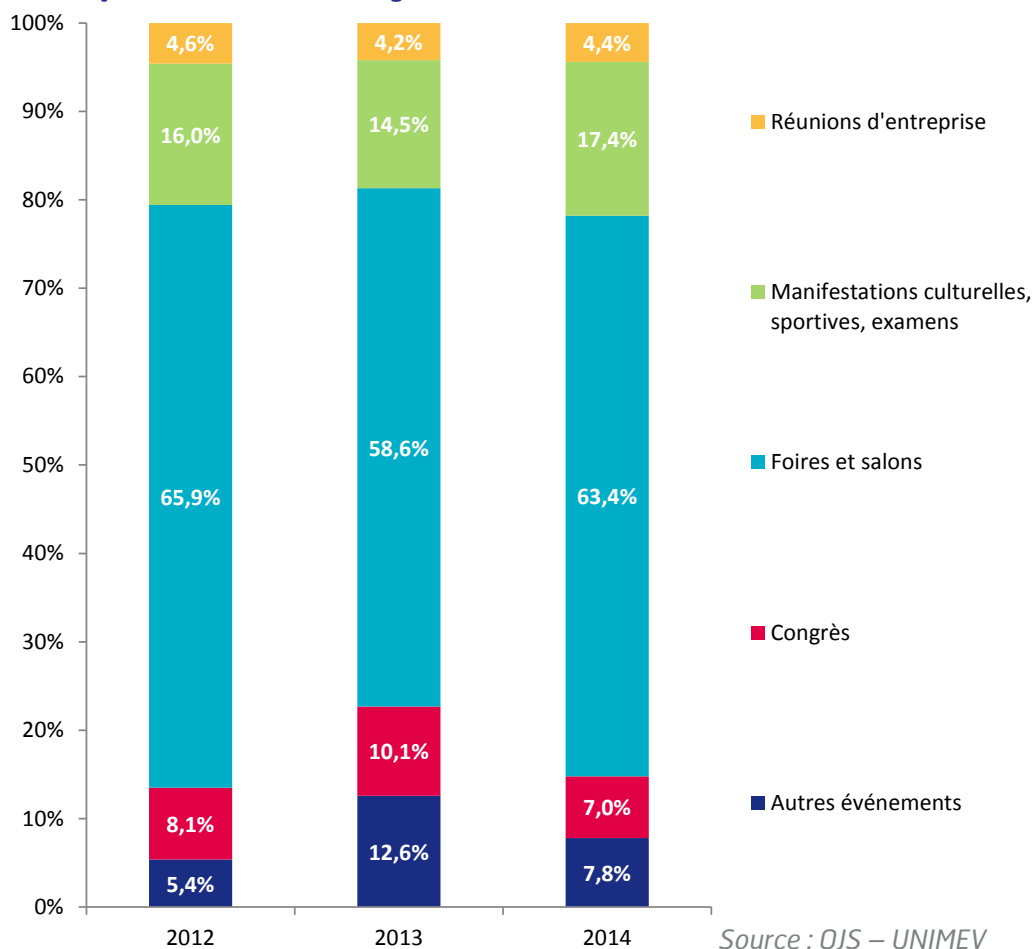
On note que les salons, foires et congrès représentent plus de 70% de l'occupation des sites sur un an. Ce taux de 73% en 2012, en légère hausse avec 73,9% en 2013, augmente jusqu'à 77,9% en 2014.

En 2012, les réunions d'entreprises faisaient une nette percée dans l'occupation des sites en représentant 15,7% de celle-ci. Cette proportion a diminué en 2013 et plus fortement en 2014 pour atteindre 9,3%. En effet, on observe un nombre moins important de réunions d'entreprise sur les sites d'accueil de notre échantillon. Avec leurs formats particuliers ces événements s'installent dans des sites non dédiés aux manifestations.

## En région, des sites qui continuent de se diversifier

L'activité des sites d'accueil en régions, en termes d'occupation en m<sup>2</sup>.jours, baisse de 3% pour l'année 2014.

Évolution de la répartition par types d'événements de l'occupation (en m<sup>2</sup>.jours) des sites en région



Les foires, salons et congrès constituent toujours l'activité principale avec plus de 70% de l'occupation des sites d'accueil.

D'ailleurs, on observe sur le graphique ci-dessus que l'année 2014 a été davantage consacrée aux foires et salons tandis que 2013 avait fait une part plus belle aux congrès.

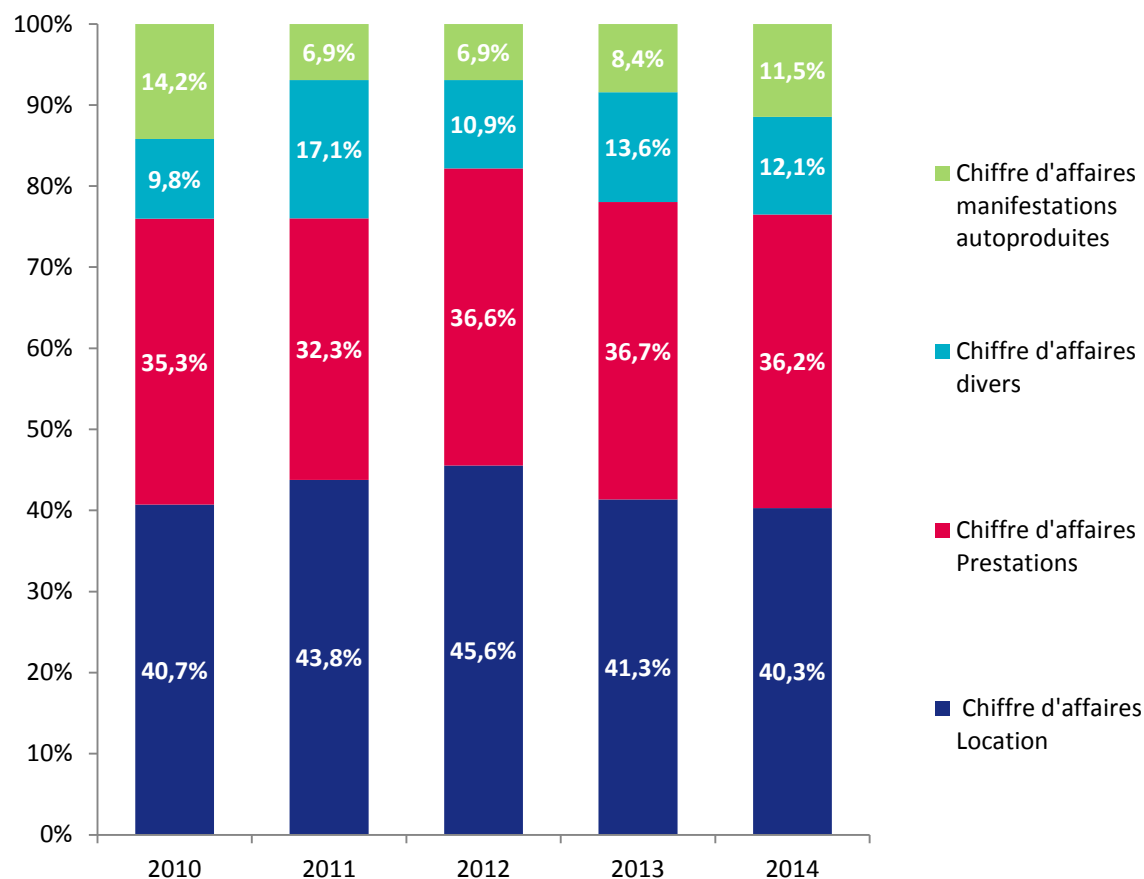
Les sites en région ont développé l'accueil de manifestations culturelles et surtout sportives en 2014, avec des expositions plus grandes s'adaptant aux lieux et aux différents publics et des événements sportifs demandant plus d'espace.

Au contraire, on note que l'activité d'accueil de réunions d'entreprises représente une plus faible proportion dans l'occupation des sites en régions qu'au niveau national.

## L'activité économique des sites

Les sites d'accueil sont depuis quelques années en pleine mutation. Les événements et les demandes d'accueil évoluant, les sites répondent à leurs clients en diversifiant les surfaces louables et les prestations.

### Répartition par types d'activités du chiffre d'affaires des sites d'accueil

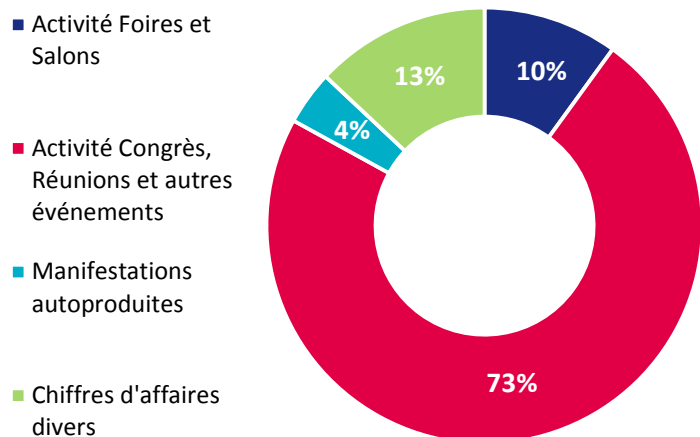


Source : OJS – UNIMEV

La location d'espace reste la première source de chiffre d'affaires des sites d'accueil. Après un fort recul du pourcentage du chiffre d'affaires provenant des manifestations autoproduites en 2011 par rapport à 2010, on observe une croissance de cette source de CA depuis 2012. Elle atteint aujourd'hui 11,5%.

## Analyse de la répartition des chiffres d'affaires des sites par types d'événements

### Répartition du chiffre d'affaires des Centres de Congrès en France

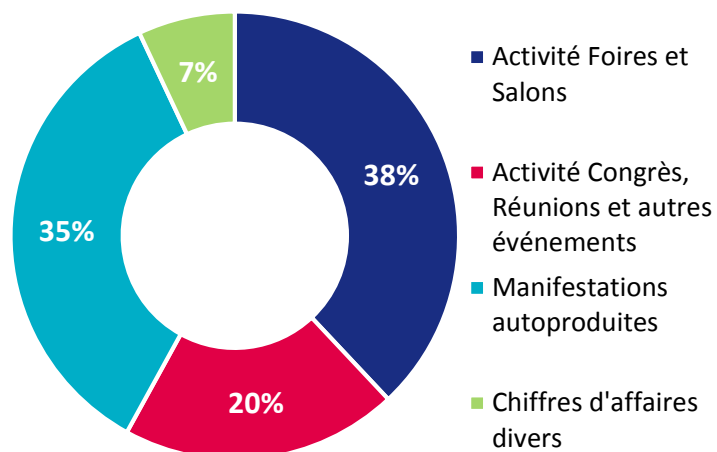


Le chiffre d'affaires des Centres de Congrès provient pour 73% de leur activité première, l'accueil de congrès, de conférences et de réunions. Les données collectées par l'OJS nous montrent que depuis 2011 l'activité Salons et Foires s'est développée mais reste une partie mineure de leurs sources de revenu, 10% en 2014.

Source : OJS – UNIMEV

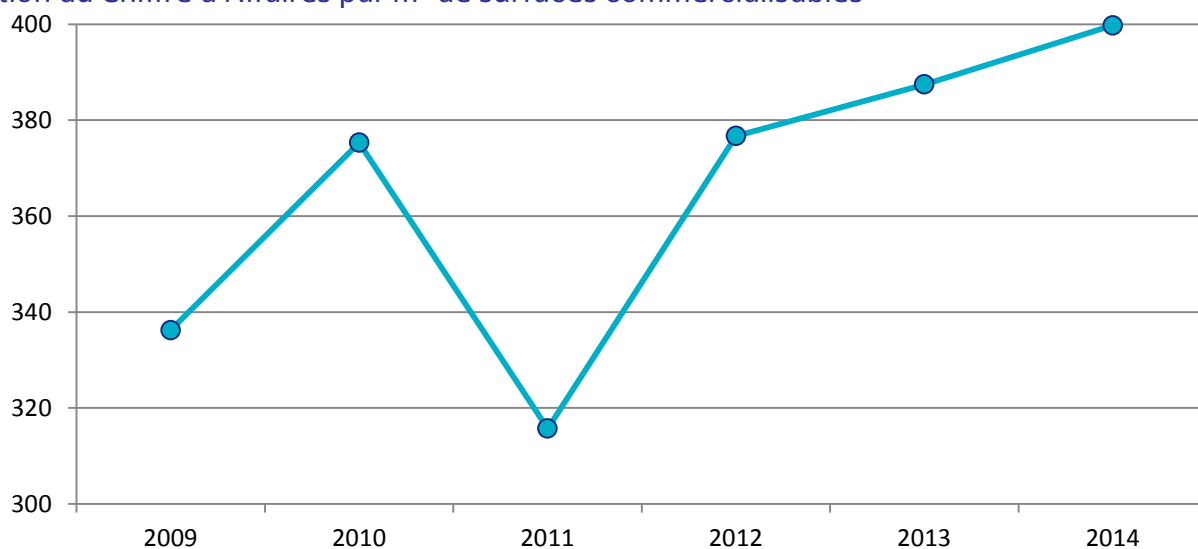
### Répartition du chiffre d'affaires des Parcs des Expositions en France

Les Parcs des Expositions sont aujourd'hui de plus en plus tournés vers l'accueil d'événements culturels, sportifs ou combinant plusieurs types d'événements. En analysant leurs chiffres d'affaires, on observe que les salons et foires restent l'activité la plus importante avec 38% suivis de près par les manifestations autoproduites avec 35%. Au-delà d'être des sites d'accueil recevant des événements, les parcs des expositions sont également prescripteurs et producteurs de manifestations.



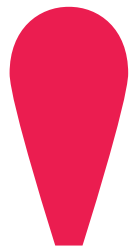
Source : OJS – UNIMEV

### Évolution du Chiffre d'Affaires par m<sup>2</sup> de surfaces commercialisables



Source : OJS – UNIMEV

Ce ratio nous permet de mesurer la rentabilité des surfaces commercialisables des sites ; il est calculé à partir des chiffres d'affaires totaux et des surfaces déclarés par les sites via l'enquête annuelle « bilan site ». Après une chute en 2011, le ratio moyen de chiffre d'affaires par m<sup>2</sup> de surface commercialisable est en nette progression depuis 2012. En 2014, il est de 399,76 € HT /m<sup>2</sup> avec une progression de 3,2% par rapport à 2013, soit une hausse de 26,6% entre 2011 et 2014.



## Les stades

Les stades possèdent différents modèles économiques et sont en pleine mutation. Plus que des lieux d'accueil de matchs et autres compétitions sportives, les stades reçoivent des concerts mais aussi des conférences et des congrès. Ils ne sont plus uniquement liés à leur équipe locale mais ont une dimension régionale avec le besoin de mutualiser les structures récentes de plus en plus grandes et modernes nécessitant de forts investissements. Cela permet d'héberger les événements exceptionnels des villes avoisinantes qui ont un besoin de capacité d'accueil et de prestations plus importantes que leurs infrastructures ne le permettent.

L'objectif est d'accroître le taux d'activité des structures récentes et déjà présentes sur le territoire afin d'éviter de forts investissements dans de nouveaux sites qui ne pourront atteindre un seuil suffisant d'activité pour être rentables.

Le stade dernière génération de la ville de Nice s'inscrit dans cette évolution : **Allianz Riviera**, un stade aux normes UEFA construit pour être multifonction avec la programmation de matchs de son équipe de football et d'autres sports mais également de conventions, de séminaires avec 10 000 m<sup>2</sup> dédiés à ces dernières.

**Le Stade de Bordeaux**, inauguré en mai 2015, est le fruit d'un partenariat public – privé entre la ville de Bordeaux et la société Stade Bordeaux-Atlantique. C'est un nouveau stade multifonctionnel pouvant accueillir tous types d'événements.

La construction et la rénovation de plusieurs grands stades se font dans l'optique de l'accueil de l'Euro en 2016.

Nous ne possédons pas aujourd'hui de données sur l'accueil des événements dans les stades. Mais des réflexions sont en cours et nous proposerons prochainement des indicateurs spécifiques pour ce type de sites.

## Les investissements

Depuis mai 2014, Grand **Nancy** Congrès Événements gère les deux sites d'accueil que sont le Parc des Expositions de Nancy et le tout nouveau Centre Prouvé mis en service en juin 2014 et qui a continué ses aménagements avec la création d'un grand parking public de 455 places.

À **La Baule**, le Palais Atlantia a réouvert ses portes au printemps 2014 après 15 mois de travaux de rénovation et de modernisation de ses espaces pour 13 millions d'euros. Les investissements se poursuivent en connectivité pour 2014 et 2015.

Le Parc des Expositions de **Rouen** est en travaux jusqu'en octobre 2015. Un investissement de 10 millions d'euros a été décidé par Métropole Rouen Normandie, propriétaire du site, en accord avec le gestionnaire Rouen Événements. Les manifestations sont accueillies malgré les travaux.

Congrès et Expositions de **Bordeaux** rénove ses infrastructures et investit pour une meilleur connectivité. 70 millions d'euros seront dédiés à ces nouveaux projets qui débiteront mi 2016.

En 2015, après 10 millions d'euros investis sur 6 ans, le Parc des Expositions de **Colmar** à travers Colmar Expo en partenariat avec la ville de Colmar, continue son développement vers de nouveaux événements.

**Toulouse** Métropole, à travers Europolia, investit pour un budget total de 300 millions d'euros dans la construction d'un nouveau Parc des Expositions de 55 000 m<sup>2</sup> de surfaces couvertes et 40 000 m<sup>2</sup> d'exposition extérieure. Souffrant d'un déficit d'équipements, la métropole voit en ce projet un vecteur de développement et d'attractivité pour la ville. GL Events déjà présent à Toulouse, est le gestionnaire de l'actuel et de ce futur Parc des Expositions.

De nombreux projets sont en cours de réflexion avec des études de faisabilité : la délocalisation du Parc des Expositions de **Pau** et la restructuration du Parc des Expositions de la **Roche-sur-Foron**.

Près d'un million d'euros d'investissement sur 2015 – 2016 seront engagés par la communauté d'Agglomération de **Douai** pour rénover ses infrastructures et améliorer l'offre de connectivité aux visiteurs du Parc des Expositions de Gayant Expo Concerts.

Des projets de construction de nouveaux sites se dessinent à **Annecy** avec un nouveau Centre de Congrès pour un budget de 54 millions d'euros, et à **Chartres** avec un nouveau Parc des Expositions budgété à 35 millions d'euros.

À **Quimper**, le nouveau Parc des Expositions a ouvert ses portes en février 2015 représentant un investissement de 10,5 millions d'euros pour l'agglomération. Le Centre des Congrès du Chapeau Rouge au cœur de la ville est également en cours de construction et sera livré en octobre 2016 pour 6,5 millions d'euros d'aménagements.

**Strasbourg** : les travaux d'extension du Palais de la Musique ont commencé en 2013. 180 millions d'euros seront investis en deux phases pour l'aménagement du nouveau Parc des Expositions avec une livraison des premiers halls prévue en 2018.

À **Rennes**, le Couvent des Jacobins dont l'ouverture est prévue en 2018, est le symbole d'un Centre de Congrès au cœur de la ville, liant l'histoire à la modernité. La première pierre a été posée en février 2014. Le projet représente 107 millions d'euros d'investissement.

À **Paris**, le grand projet de la Porte de Versailles de près de 500 millions d'euros de modernisation des infrastructures a commencé. Il permet notamment le développement du hall 7 qui accueillera alors le plus grand centre de congrès d'Europe.

Le projet du nouveau Palais des Congrès de **Noisy-le-Grand** envisage un investissement de 26 millions d'euros. Le concours d'architecture est en cours.

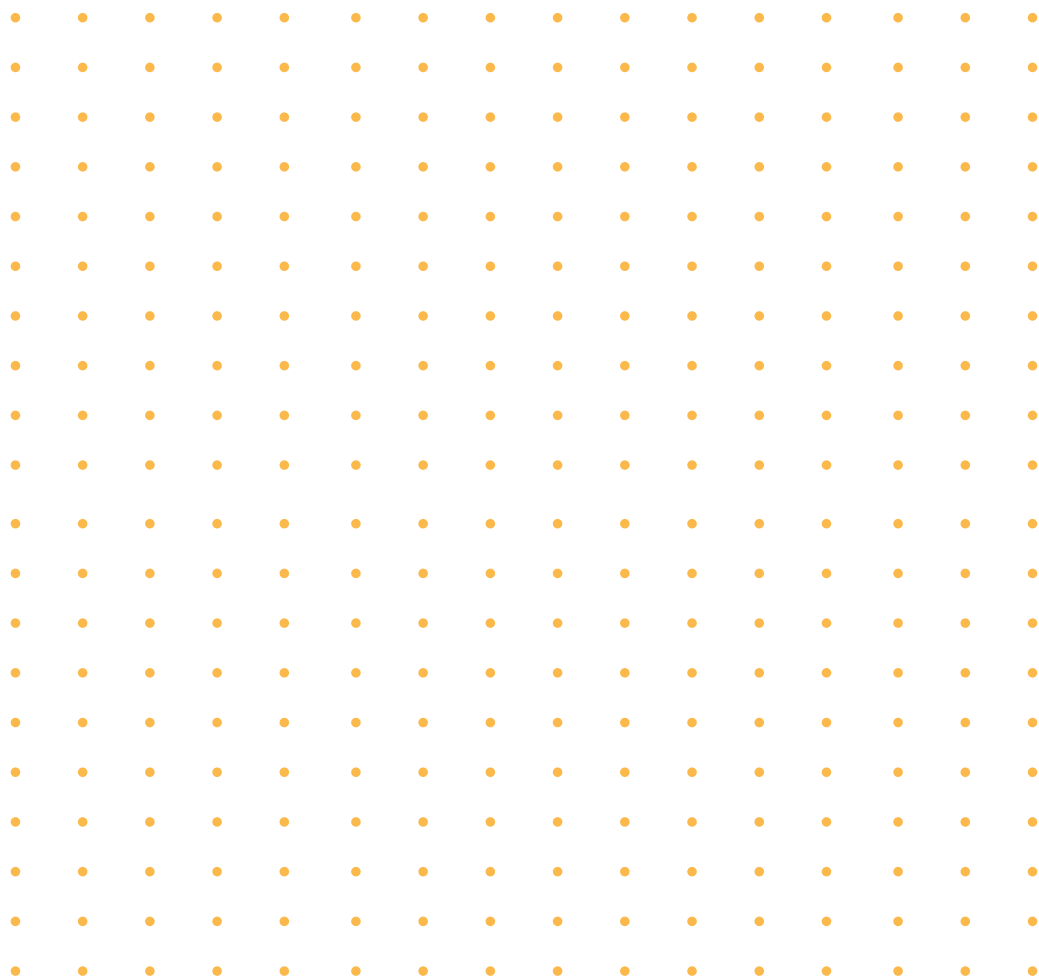
À **Marne-la-Vallée**, le projet d'un futur Palais des Congrès doté d'une salle de 2 500 places pouvant accueillir des manifestations culturelles, des séminaires d'entreprise et des salons semble confirmé.

Avec 750 millions d'euros, le projet colossal de l'International Trade Center de **Roissy-en-France** a commencé en septembre 2014. Il ouvrira en 2018 et pourra accueillir un très large public dans ses 3 halls d'exposition rassemblant 38 000 m<sup>2</sup> et son Centre de Conférence de plus de 30 000 m<sup>2</sup>.

Source : OJS – UNIMEV et NEELSON ACCOMPAGNEMENT



### #3 PRESTATAIRES DE SERVICES ET AGENCES DE COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE



# >>> Prestataires de services et agences de communication événementielle

## Les prestataires de services

Les prestataires de services sont nombreux, variés tant en taille qu'en activités. Ils représentent un maillon important et déterminant dans la chaîne de valeur qui fait la réussite de l'événement. UNIMEV rassemble 71 entreprises prestataires de services qui représentent plus de 25 métiers différents. Au même titre que toutes les activités rassemblées au sein d'UNIMEV, les prestataires de services doivent s'évaluer et se mesurer. Leur diversité rend cet exercice particulièrement difficile. C'est pourquoi les administrateurs du Groupement des Prestataires de Services ont mené une réflexion visant à définir une segmentation des activités permettant d'identifier des problématiques communes et de définir des indicateurs pertinents pour les activités. Tout ce travail devrait permettre une meilleure animation de cette communauté des prestataires de services et une progression dans la mesure de leurs activités.

La segmentation adoptée vise à répondre aux attentes de chacun. Elle est constituée par quatre clusters :

- les prestations intellectuelles,
- les prestations techniques,
- les prestations humaines,
- les prestations NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication).

Les entreprises vont être sollicitées pour se positionner dans un ou plusieurs clusters. Une fois cette répartition réalisée, les clusters seront réunis pour définir une feuille de route. Cette dernière devra identifier les problématiques, les hiérarchiser et définir un échéancier pour les traiter. Toutefois, tous les clusters devront mettre en place une solution visant à mesurer leur activité et leur part dans la réussite globale de l'événement. Ce travail mené dans chaque cluster permettra ensuite à UNIMEV de consolider les données et de mesurer l'activité des prestataires.

**Les prestataires de services représentent 56,2% des retombées économiques directes pour les salons, foires et congrès tant à travers l'aménagement des stands et leur conception que l'accueil, la restauration, la sécurité** (Source : Étude partenariale sur les retombées économiques 2011-2012).

## Les agences événementielles – le baromètre ANAé

Le baromètre ANAé est un outil semestriel de mesure de l'état de santé des agences et de leurs activités.

Le baromètre de septembre 2014 montrait la stabilité de la perception des agences pour l'année en cours. En effet, elles évaluaient le marché à 5,5/10 à la rentrée comme au printemps. Par contre elles étaient plus négatives sur l'estimation moyenne de leur business qui passait de 6,4 à 5,2 sur 10. Cela peut être relativisé avec la bonne perception qu'elles ont venant de leurs clients concernant la valeur ajoutée des prestations des agences (noté 6/10).

Au niveau de l'emploi, le secteur montre de vrais points positifs avec la déclaration pour 51% des agences d'un recrutement entre mars et septembre 2014, dont 62% de créations de postes.

Au niveau économique, ce baromètre met en évidence le développement des agences avec 80% d'entre elles qui investissent dans des activités complémentaires et connexes à l'événement pur pour maîtriser tous les dispositifs de communication et notamment les activités digitales.





# Un observatoire de la filière événement au sein d'UNIMEV

L'OJS, association créée en 1967, devenue en 2014 une marque collective au sein d'UNIMEV, collecte les données de la filière et réalise les études et statistiques. L'OJS met l'ensemble de ses travaux à disposition de ses Adhérents et répond à leurs demandes spécifiques.

## Nos enquêtes

Deux grandes enquêtes auprès des gestionnaires de sites constituent des dispositifs d'observation essentiels dans l'analyse de notre filière :

- **Enquête bilan site – annuel**
  - Afin de compléter les données contrôlées par les organisateurs certificateurs pour le segment salons et foires régi par la réglementation, une enquête est menée auprès des gestionnaires de sites. Celle-ci consiste en un document rassemblant l'ensemble des manifestations accueillies et une fiche récapitulative des capacités du site et du chiffre d'affaires réalisé par sa structure.
- **Enquête Investissement des sites d'accueil**
  - Ce questionnaire synthétique nous permet de mieux connaître les initiatives et les stratégies d'innovations des gestionnaires de sites. Il nous permet également d'être à l'écoute des besoins des adhérents en termes de plans collectifs ou de demande particulière d'analyse et de statistiques pour des dossiers techniques.

## Calculs

**Le taux d'occupation** correspond au rapport de l'activité d'un site en surface couverte lors des manifestations sur la capacité totale du site pour une année en  $m^2 \cdot \text{jours}$ .

**L'activité d'un site en surface couverte** correspond ici, à la surface commercialisable couverte d'une manifestation x sa durée d'occupation (durée de tenue et durée de montage/démontage).

**La capacité totale du site** correspond à sa capacité totale brute en surface commercialisable couverte x 365 jours.

**Le ratio moyen de chiffre d'affaires par  $m^2$  de surfaces commercialisables** correspond au rapport du chiffre d'affaires total du site rassemblant ses activités de locations, de prestations mais aussi de production d'événements, et de la surface totale commercialisable couverte et à l'air libre. Celui-ci est défini en euros H.T. par  $m^2$ .

## Projets

La commission Recherche Prospective Innovation appuyée par la commission Études et Statistiques au sein d'UNIMEV a sélectionné deux principaux thèmes jugés stratégiques pour l'avenir de l'industrie:

- Axe #1 : « Innovation et architecture de l'événement » (réinventer l'événement pour en faire une plateforme d'innovation au service des entreprises, des filières et communautés d'acteurs, et des territoires)
- Axe #2 : « Marque et capital immatériel » (qualifier et développer une méthodologie d'évaluation du capital marque et plus largement du capital immatériel des événements, et de ses interrelations avec le capital immatériel des entreprises clientes, des filières et communautés d'acteurs animées, et des territoires).
- Les discussions avec nos partenaires sont en cours pour la réalisation de ces projets.

De plus, des travaux sur les nouveaux indicateurs vont être réalisés prochainement. La création d'un baromètre d'activité pour le Groupement des Prestataires est envisagée ainsi que la mise en place d'enquêtes spécifiques pour le sport afin d'évaluer au mieux cette activité.



# Nos données sites

Nous remercions les gestionnaires des 56 sites ayant contribué à nos enquêtes

ANGERS - Centre de Congrès	MONTPELLIER - Zénith
ANGERS - Parc des Expositions	MULHOUSE - Parc des Expositions
AVIGNON - Parc des Expositions	NANCY - Parc des Expositions
BEAUNE - Congrès	NANTES - Exponantes
BÉZIERS - Palais des Congrès	NANTES - La Cité
BIARRITZ - Bellevue	NICE - Acropolis S.E.A.N.
BIARRITZ - Casino Municipal	NIMES - Parc des Expositions
BIARRITZ - Gare du Midi	PARIS - Carrousel du Louvre
BIARRITZ - Halle d'Iraty	PARIS - Cité des Sciences et de l'Industrie
BORDEAUX - Centre de Congrès Cité Mondiale	PARIS - CNIT La Défense
BORDEAUX - Hangar 14	PARIS - Espace Champeret
BORDEAUX - Palais des Congrès	PARIS - Espace Grande Arche
BORDEAUX - Parc des Expositions	PARIS - Le Bourget
DIJON - Palais des Congrès	PARIS - Palais des Congrès
GRENOBLE - Alpexpo	PARIS - Porte de Versailles
GRENOBLE - CCWTC	PARIS - Nord Villepinte
ISSY LES MOULINEAUX - Palais des Congrès	REIMS - Centre de Congrès
LA ROCHE SUR FORON - Parc des Expositions	REIMS - Parc des expositions
LA ROCHELLE - Autres lieux d'expositions	ROUEN - Parc des Expositions
LA ROCHELLE - Espace Encan	SAINT MALO - Le Grand Large
LA ROCHELLE - Forum des Pertuis	ST ÉTIENNE - Parc des Expositions
LE MANS - Palais des Congrès	STRASBOURG - Palais de la Musique et des Congrès
LILLE - Grand Palais	STRASBOURG - Parc des Expositions
LYON - Eurexpo	TOULOUSE - Centre de Congrès Pierre Baudis
MARSEILLE - Parc Chanot	TOULOUSE - Parc des Expositions
MONTPELLIER - Aréna	TROYES - Parc des expositions
MONTPELLIER - Palais des Congrès	VANNES - Chorus
MONTPELLIER - Parc des Expositions	VERSAILLES - Palais des Congrès

**Pour tout renseignement sur les parties chiffrées de ce document,  
nous vous remercions de contacter :**

**Constance MARSILLI**

Chargée d'Études

t. 01 53 90 20 00

@ [c.marsilli@unimev.fr](mailto:c.marsilli@unimev.fr)

[www.unimev.fr](http://www.unimev.fr)

L'année 2014 fut une année encourageante pour la filière Événements dans un contexte économique difficile avec une quasi-stagnation de la croissance française. Quelques grandes tendances sont à retenir :

- **des salons professionnels** confirmant la dynamique de 2013 avec des entreprises au rendez-vous ;
- **des salons grand public et mixtes** en léger rebond ;
- **des foires-expositions** tentant de résister face à un recul de leur visitorat ;
- **des congrès** moins nombreux mais un nombre moyen de congressistes en hausse et attirant un public plus international ;
- **des agences événementielles** vigilantes sur la situation stagnante du marché mais qui investissent dans leur développement global et digital ;
- **des prestataires de services** toujours un maillon important et déterminant dans la chaîne de valeur qui fait la réussite de l'événement ;
- **des sites** qui diversifient leurs offres mais qui gardent comme principale activité la tenue et/ou l'organisation de foires et salons ;
- **un rythme d'investissement** toujours soutenu en dépit des menaces pesant sur les financements des collectivités.

**2015** sera une année de grands rendez-vous économiques qui seront des sources importantes d'événements connexes pour les filières et les entreprises. Ce sera aussi une année riche d'expériences issues d'événements nouvellement créés auxquels s'ajoute la préparation de grands événements internationaux parmi lesquels COP 21 fin novembre 2015, les compétitions de l'Euro 2016, et des projets de plus long terme, mobilisant de nombreuses parties prenantes : J.O. 2024, ExpoFrance 2025...où l'effet d'entraînement sera partagé entre tous les acteurs.

**L'ÉVÉNEMENT, COMME CŒUR RAYONNANT DES PLUS BEAUX SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS, GRÂCE À LA PASSION ET À L'EXCELLENCE QUI SONT LES NÔTRES.**

**unimev**<sup>®</sup>  
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT

**UNIMEV**, Union Française des Métiers de l'Événement, est l'organisation professionnelle représentative des organisateurs de foires, salons, congrès et événements, des gestionnaires de sites d'accueil et des prestataires de services dédiés en France. Elle compte plus de 400 adhérents et représente près de 90% de l'activité du secteur, dont les plus grands noms de l'organisation, de l'accueil et de la prestation de services des manifestations en Île-de-France et en Région. Depuis 2014, elle intègre progressivement les acteurs de l'événementiel sportif afin de représenter au mieux la filière globale des métiers de l'événement.