EVENT DATA BOOK 2017

PUBLICATION 2018

unimev
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT

EN COLLABORATION AVEC

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

L'ÉVÉNEMENT
l'association des agences de communication événementielle

EDITO

L'année 2017 est une année record pour l'économie française avec une croissance sans pareille depuis 10 ans. Pour notre secteur, 2017 montre les signes d'un vrai mouvement de transformation des événements tourné vers les besoins des publics, des clients et des participants.

LES TENDANCES ÉVÉNEMENTS

- Le retour de l'attractivité internationale avec plus d'exposants et plus de visiteurs étrangers pour l'année 2017 dans les salons.
- Une très belle année pour les salons professionnels en phase avec les besoins de leurs filières et particulièrement actifs en nouvelles offres de services.
- Les salons grand public et mixtes ont connu une stabilité dans leurs visites et une légère progression sur l'offre des exposants. Les salons mixtes ont eu de beaux succès.
- Les foires voient leur offre se resserrer et leur visitorat se stabiliser.
- Des événements sportifs qui sont de plus en plus nombreux à se tenir dans les parcs des expositions et les centres des congrès.
- La perception des participants se mesure en taux de satisfaction mais aussi en analyse sémantique des avis avec Tradefest.

LES TENDANCES SITES

- Les parcs des expositions renforcent leur stratégie d'autoproduction.
- Les centres de congrès continuent leur diversification dans l'accueil d'événements.
- Les investissements dans les sites d'accueil en hausse en 2017 et estimés comme record en 2018.

LES TENDANCES MÉTIERS

- Le Comité Régional du Tourisme PARIS REGION et UNIMEV investissent dans un outil plus stratégique avec le Calculateur 2.0 et son reporting événementiel.
- NIELSEN et LÉVÉNEMENT lancent l'Event Impact Score®, nouvel outil pour mesurer l'efficacité média des événements.
- CRÉALIANS sonde ses entreprises qui sont positives sur l'activité.

SOMMAIRE

1. CONTEXTE 4

2. LES ÉVÉNEMENTS 6

Salons professionnels 6
Salons grand public et mixtes 8
Mesurer la perception des participants aux événements by TRADEFEST 9
Foires-expositions 10
Les tendances des espaces d'exposition by CRÉALIANS 12
Le Calculateur - outil de reporting événementiel by Comité Régional du Tourisme PARIS REGION & UNIMEV 13
Congrès 14
Événements d'entreprise et d'institution 15
Événements sportifs 15
L'EVENT IMPACT SCORE® by NIELSEN et LÉVÉNEMENT 16

3. LES SITES ÉVÉNEMENTIELS 17

Parcs des expositions 17
Centres des congrès 18
Investissements 20
Tendances des sites 22

Partenaires et remerciements 23
Nos données sites 23
Nos données manifestations 23

I. CONTEXTE

L'ÉCONOMIE FRANÇAISE EN 2017

429 Millions

De nuitées enregistrées en 2017 selon l'Insee grâce à un renouveau de la croissance française et une très forte attractivité touristique de notre territoire

+5,6% par rapport à 2016

en 2017

L'activité mondiale a accéléré et la croissance de la zone euro est au plus haut depuis 2007.

PIB Français

Plus forte croissance depuis 2011.

+2,3% en 2017 **+1,2%** en 2016

DE NOUVELLES ÉTUDES DANS LE CADRE DU CONTRAT DE FILIÈRE RENCONTRES D'AFFAIRES ET ÉVÉNEMENTIEL

Signature en 2016 du contrat de la filière Rencontres d'Affaires et Événementiel

= Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères — Ministère de l'Économie et des Finances + Acteurs du tourisme rassemblés autour de l'activité événementielle française

L'un des premiers grands chantiers en cours est l'étude de retombées économiques et sociales des événements d'entreprise et d'institution en France

Des synergies sont envisagées avec la filière sport sur des sujets communs tels que les études sur les retombées économiques des événements sportifs, les travaux d'amélioration et d'innovation de l'expérience client des participants aux événements et la promotion de l'offre française.

OJS BY UNIMEV, UNE VITRINE DES ÉVÉNEMENTS RESPONSABLES DE LEURS DATAS QUI SE RAJEUNIT

OJS

C'est 50 ans d'existence et la référence des organisateurs responsables

La marque rassemble 107 organisateurs soit 485 manifestations qui respectent et défendent la réglementation de contrôle obligatoire des données chiffrées des manifestations commerciales, une exception française dans le monde. Afin de valoriser cette démarche, le site internet de l'OJS va faire peau neuve et va offrir un outil encore plus ergonomique aux internautes. Ainsi, les professionnels à la recherche de données sur les salons pourront les retrouver plus simplement. Toutes les études du secteur que les données OJS nourissent seront disponibles sur cette nouvelle plateforme.

PLACE DU MÉDIA FOIRES-SALONS

L'IREP France Pub et Kantar Media ont réalisé pour la première fois ensemble

BUMP

Baromètre Unifié du Marché Publicitaire

rassemblant les grands chiffres du marché publicitaire et des investissements de communication des annonceurs en 2017 via une méthodologie commune unifiée.

32 Milliards

D'investissement dans le marché de la communication

+2% d'investissement des annonceurs

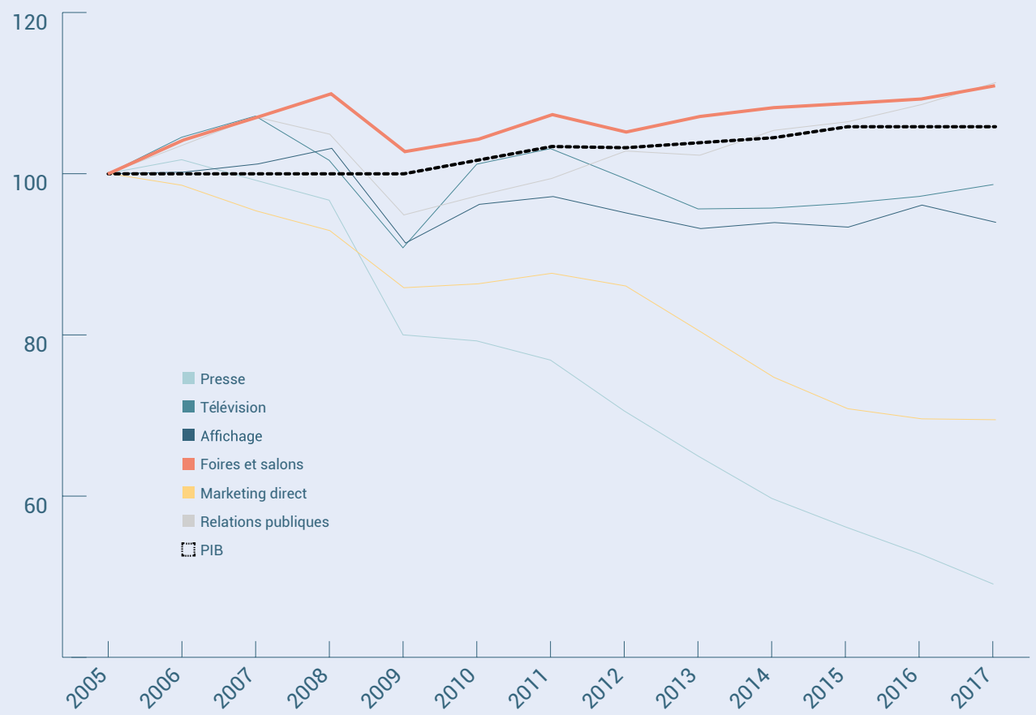
Les dépenses des annonceurs dans les foires et salons sont en croissance de +1,5% ! Une belle année 2017, après 2 années de légère croissance avec +0,5% en 2016 et 2015.

+280%

De progression pour internet depuis 2001

Depuis 2005, la presse connaît une baisse significative dans les budgets des annonceurs. La télévision a également beaucoup diminué mais voit malgré tout une tendance à la hausse depuis 2013. Le marketing direct diminue très nettement et de façon continue dans les dépenses des annonceurs en communication. Les relations publiques suivent les mêmes tendances positives que les événements. A travers le graphique ci-dessous, la résistance du média foires salons ressort très nettement. Cela démontre un vrai attrait pour le média de la part des annonceurs. Internet ayant une évolution difficilement comparable à celle des autres médias, il a été exclu du graphique.

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS DE COMMUNICATION DES ANNONCEURS DANS LES MÉDIAS



2. LES ÉVÉNEMENTS

SALONS PROFESSIONNELS

40%

Des salons se tenant en France sont strictement réservés aux professionnels

Les entreprises exposent sur les salons professionnels pour rencontrer leurs clients actuels et futurs

2 Premiers Objectifs d'exposition

La prospection de nouveaux clients et l'entretien de la relation commerciale

174 salons professionnels représentant plus de 80% de ces événements ont été analysés :

2 111 902 visites — **+3%** **de visiteurs et** **+2,8%** **de visites**

65 685 exposants — **+2,8%** **d'exposants**

1 620 358 m² nets d'exposition — **+0,3%** **de m² d'exposition**

Les trois indicateurs sont positifs pour les salons professionnels. La nette augmentation du nombre de visiteurs et d'exposants montre le fort attrait des professionnels pour leurs rendez-vous de filière.

Les modèles économiques de ces événements évoluent doucement vers de nouveaux formats, notamment pour certains salons internationaux de filière. La mise en place de stratégies permettant une très forte qualification du public est une réelle tendance afin de renforcer l'efficacité business de ces événements. Ceci peut expliquer la décorrélation des tendances d'évolution entre l'indicateur du nombre d'exposants et celui des surfaces d'exposition.

Ces résultats positifs sont liés notamment à une nette croissance des publics internationaux de ces salons.

+8,7%
Visiteurs étrangers
en 2017

+6,1%
Exposants étrangers
en 2017

Ceci se vérifie aussi bien pour les événements franciliens que pour les évènements en région.

+8,6%
Visiteurs étrangers
dans les salons en Région

+3,7%
Exposants étrangers
dans les salons en Région

FOCUS INTERNATIONAL SUR LES SALONS PROFESSIONNELS

ÉVOLUTION DES EXPOSANTS ÉTRANGERS

Une offre étrangère toujours plus présente sur les salons professionnels en 2017.

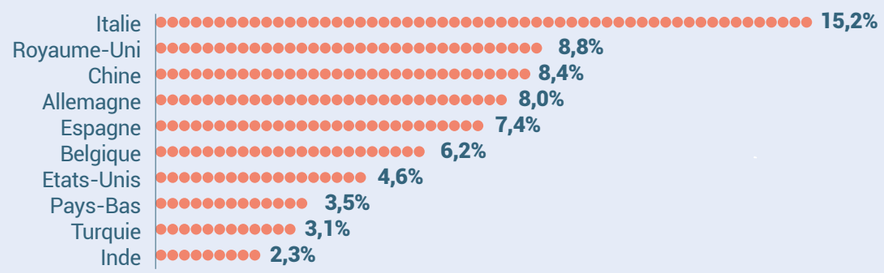
44%
Exposants étrangers
en 2016

45,3%
Exposants étrangers
en 2017

ITALIE
Premier pays représenté chez les visiteurs et exposants internationaux

Cette présence est toujours renforcée lors des grands salons de filière se déroulant les années impaires comme Vinexpo, SIAE (salon international de l'aéronautique et de l'espace), SIRHA. Alors que les exposants chinois ont été plus nombreux, la Chine recule d'un rang et repasse derrière le Royaume-Uni.

50%
Des exposants internationaux viennent des 5 premiers pays

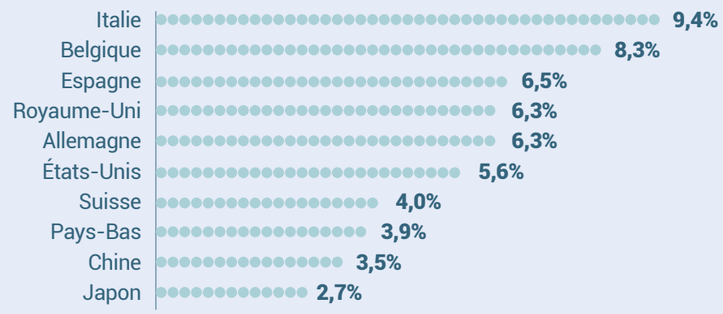


ÉVOLUTION DES VISITES ÉTRANGÈRES

La proportion de visiteurs étrangers reste stable par rapport à 2016 mais en 2017, ils ont été plus nombreux à se rendre sur les salons professionnels. L'Italie reprend sa place de leader perdue depuis 2013.

Le Royaume-Uni perd sa première place et redescend à la 4ème place.

30%
Des visiteurs de salons professionnels sont étrangers



SALONS GRAND PUBLIC ET MIXTES

289 salons grand public et mixtes représentant 80% de ces événements ont été analysés :

5 965 133 visites — **-0,5%** **de visites**

48 016 exposants — **+0,8%** **d'exposants**

1 121 490 m² nets d'exposition — **+0,6%** **de m² d'exposition**

Cette quasi stabilité des visites reflète une cassure avec le fort recul connu en 2016

-3,8%
De visites dans les salons grand public et mixte en 2016

En réalité de très fortes disparités persistent entre les différentes typologies de salons. Les grands salons mixtes comme la FIAC, Rétromobile, Paris Photo ont connu de très beaux succès auprès du public.

Les salons grand public et mixtes portant sur le secteur de l'agro-alimentaire, de l'agriculture à l'alimentation (vins des vignerons indépendants – Lyon, vins et gastronomie – Caen , chocolat – Paris, Terralies Saint-Brieuc…) attirent une offre toujour plus diversifiée.

+0,8%
D'exposants
en 2017

+2,1%
De visites
en 2017

Les salons portant sur les tendances bio et bien-être se développent et parlent à de plus en plus de consommateurs, et donc de visiteurs de salons.

En 2017, les salons de passion ont su répondre aux attentes de leurs publics que ce soit dans le secteur de l'automobile ancienne, avec Rétromobile – Paris et Epoq'Auto – Lyon, ou chez les communautés geek avec Japan Expo à Paris, Japan Touch Haru à Lyon…

MESURER LA PERCEPTION DES PARTICIPANTS AUX EVENEMENTS BY TRADEFEST

Comme dans la restauration, l'hébergement et de nombreux secteurs du tourisme, de nouvelles plateformes de facilitation de services et de connaissance des publics se développent pour les événements afin de collecter les avis et recommandations de leurs clients (exposants, conférenciers, visiteurs, spectateurs…). UNIMEV, observatoire économique du secteur de l'événement en France, est à l'écoute de ces nouvelles plateformes collectives pouvant permettre une analyse des comportements des participants et un recueil des avis et de la satisfaction des publics. Ainsi l'Union a noué un partenariat avec 3 nouveaux acteurs - Bestrade, Explori et Tradefest - afin d'approfondir les études et les nouveaux indicateurs pouvant accompagner la transformation de nos métiers.

Tradefest présente aujourd'hui des premières pistes d'analyse sémantique des avis accompagnant les notes de satisfaction des contributeurs de sa plateforme.

Impression générale — **4,3**

Opportunités d'affaires — **3,9**

Organisation — **4,2**

Retour sur investissement — **4,0**

Recommandez-vous ? — **4,4**

77 avis en français et en anglais de participants à des salons en France
ont été analysés pour comprendre les attentes se cachant derrière
les notations de satisfaction et de recommandations.

Les commentaires laissés par les exposants font principalement part de deux sujets :
les opportunités de business et de networking.
En effet ce sont les mots des champs lexicaux de la rencontre et des affaires qui ressortent le plus.

Les visiteurs des événements basent davantage leurs avis sur
la qualité des animations, des conférences et des speakers.

Les premiers répondants à cette plateforme encore très récente dans le secteur des événements sont des participants engagés. En effet pour **81% ce sont des profils de « promoteur »,** qui sont prêts à recommander l'événement avec des notes de 4 ou 5 sur 5.

tradefest
www.tradefest.io

Incubé au French Event Booster
www.frencheventbooster.com

FOIRES-EXPOSITIONS

Après une année 2016 très compliquée avec -7% de visites, les résultats 2017 des foires sont moins alarmants.

4 449 933 visites — **+0,3%** **de visites**

21 980 exposants — **-2,3%** **d'exposants**

1 620 358 m² nets d'exposition — **-3,4%** **de m² d'exposition**

En Région les foires connaissent une relative stabilité des visites qui s'accompagne d'une baisse des exposants et d'une baisse des espaces d'exposition.

-0,5%
De visites des foires en région
en 2017

-2%
D'exposants dans les foires en région
en 2017

-2,7%
Des espaces d'exposition en région
en 2017

En tant qu'événement de grande consommation, les foires font face au développement de nouveaux modes de consommation des Français et innovent pour s'adapter et répondre aux besoins de leurs clients. Les foires, grands magasins éphémères ancrés dans leurs territoires, valorisent leur rôle de levier économique et de marketplace avec la réalisation de panoramas collectifs.

Au-delà des tendances générales, certaines foires tirent leur épingle du jeu de manière significative comme :

La foire de Marseille
+5,9%
de visites

La foire du Clermont-Cournon
+7,8%
de visites

La foire de Montpellier
+13,1%
de visites

La foire de Nancy
+9,6%
de visites

La Foire Haute-Savoie Mont-Blanc
+15,2%
de visites

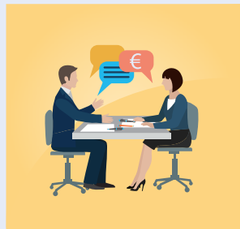
La Foire de Rouen
+10,8%
de visites

Pour mieux connaître les foires engagées dans une démarche collective, responsable et innovante et avoir une vision de leurs initiatives, nous vous invitons à visiter le site Internet Foires de France : **www.foiresdefrance.com**

2ÈME PANORAMA DES FOIRES DE FRANCE : 18 ÉVÉNEMENTS DE GRANDE CONSOMMATION EN 2017 BY FOIRES DE FRANCE

18 Foires de France se sont évaluées dans le Calculateur pour réaliser le second panorama des événements de grande consommation.

181 Jours | **2 530 671** Visiteurs | **21 319** Entreprises exposantes | **604 198 m²** D'exposition



Business

4 millions
De commandes et prospects

850 millions d'€
D'affaires conclues entre participants

Retombées touristiques

231 millions d'€
De retombées économiques
+ 28 millions d'€ de TVA

4 500 emplois
Créés ou maintenus (ETP annuels)

Retombées événementielles

164 millions d'€
De retombées économiques
+ 37 millions d'€ de TVA

9 600 emplois
Créés ou maintenus (ETP annuels)

Empreinte environnementale

170 000 t.éq.CO2
D'émissions de Gaz à Effet de Serre

16 millions de kWh
D'énergie consommée

soit l'équivalent des émissions et consommations annuelles d'une ville de **~ 20 000 habitants** comme Concarneau

Merci aux foires de Besançon, Bordeaux, Clermont-Cournon, Colmar, Grenoble, La Roche-sur-Foron, Lyon, Marseille, Montpellier, Nancy, Nantes, Nice, Orléans, Paris, Romans-sur-Isère, Rouen, Tarbes, Toulouse.

Pour parler autrement de vos événements, évaluez-vous dans le Calculateur de Performance Globale (by UNIMEV & le Comité Régional PARIS REGION) !

LES TENDANCES DES ESPACES D'EXPOSITION BY CREALIANS

CREALIANS, Fédération Française des Métiers de l'Exposition et de l'Événement, association rassemblant le Leads – association des agences de design et de stands – et Prestalians – association des prestataires de l'exposition et de l'événement – a interrogé ses membres et ses clients pour analyser les tendances du marché et mieux comprendre leurs attentes.

1-BAROMÈTRE BUREAUX D'ÉTUDES

À travers un sondage réalisé par le Leads auprès des dirigeants de près de 50 bureaux d'étude, les tendances de leur activité en 2017 et 2018 sont positives. Ces entreprises ont de bonnes projections pour l'année 2018 selon les tendances qu'ils perçoivent. Pour rappel, le marché de l'agencement des stands sur mesure est de 506 millions d'euros.

Année 2017

79%
Jugent 2017 comme une bonne année
avec une stabilité ou une croissance de l'activité

38%
Déclarent une progression de CA

36%
Font état d'une hausse des effectifs

Perspectives 2018

59%
Envisagent une bonne année
avec une stabilité ou une croissance de l'activité

30%
Anticipent une progression de CA

Retrouvez tous les résultats dans l'étude du marché de la profession publiée par le Leads.

2-BAROMÈTRE ENTREPRISES EXPOSANTES SUR LES SALONS

Sondage réalisé auprès de 218 entreprises exposantes

LES 3 OBJECTIFS PRINCIPAUX DES EXPOSANTS

Les objectifs business sont la priorité des entreprises qui exposent sur un stand lors d'un salon. Les objectifs secondaires concernent davantage les dimensions d'image ou d'obligation politique de représentation. La taille moyenne d'un stand sur mesure d'une entreprise exposante est de 67m², ce qui est beaucoup plus élevé que la taille moyenne d'un stand sur un salon qui est de 27m².

LE STAND IDÉAL POUR UNE ENTREPRISE EXPOSANTE EN 7 CRITÈRES

Beau / Esthétique / Tendance
Différent / innovant
Reflétant la stratégie de communication
Mettant en avant l'offre / les produits
Fonctionnel / Pratique
Modulable / Réutilisable
Pas cher / Économique

crealians
Fédération Française des Métiers de l'Exposition et de l'Événement
www.crealians.fr

LE CALCULATEUR - OUTIL DE REPORTING EVENEMENTIEL BY COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME PARIS REGION & UNIMEV

Le Calculateur est le premier outil au monde qui permet à tout type d'événement de mesurer ses retombées socio-économiques événementielles et touristiques, la performance de rencontre de ses participants, et son empreinte environnementale. Novembre 2015, le calculateur de performance globale est lancé. La COP 21 réalise le premier reporting d'impact événementiel rassemblant les indicateurs de retombées économiques, fiscales, sociales, environnementales, médiatiques et scientifiques. L'outil s'installe dans la profession.

2
Ans et demi plus tard

100
Sites d'accueil
sont référencés dans toute la France

200
Événements
se sont évalués

2
Panoramas
collectifs ont été réalisés

65
Entreprises
organisatrices l'intègrent dans leurs outils de reporting

Été 2018, les copropriétaires du Calculateur, le Comité Régional du Tourisme PARIS REGION et UNIMEV, ont décidé de lancer la nouvelle version du Calculateur.

POURQUOI ?

Monter en stratégie
Gagner en simplicité
Renforcer sa méthodologie

COMMENT ?

Un nouveau Calculateur qui permet de réaliser **1 reporting d'impact** événementiel sur 3 dimensions :

Performance de la rencontre
Retombées événementielles et touristiques
Bilan environnemental

À travers un nouveau site Internet enrichi, les utilisateurs pourront accéder à une nouvelle plateforme performante et rapide pour réaliser leurs reportings événementiels. UNIMEV renforce l'accompagnement de ses membres au travers de services « plus » et d'une formation complète traitant de la collecte des données à l'exploitation marketing des résultats.

AVEC QUI ?

La collaboration de deux expertises pour développer le Calculateur 2.0 :
- **Deloitte**, **auditeur** et **cabinet spécialiste** du reporting financier et extra-financier,
- **UL**, éditeur de logiciel leader de solutions spécialisées dans la RSE et la performance opérationnelle

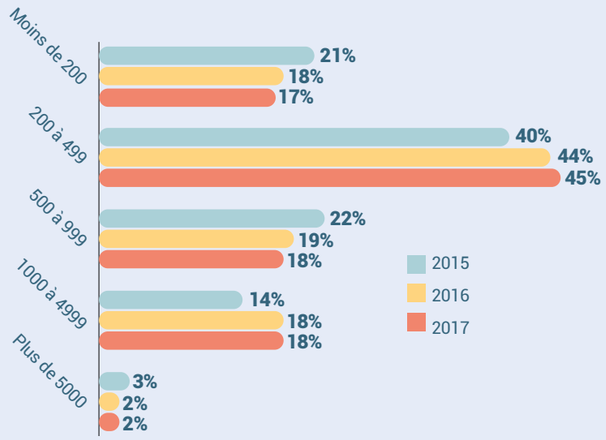
Pour toute question, contactez-nous : **calculateur@unimev.fr**

PARIS REGION COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME
unimev UNION FRANÇAISE DES METIERS DE L'EVENEMENT

CONGRÈS

En 2017, les congrès dans les centres des congrès et les parcs des expositions en France ont accueilli en moyenne 748 congressistes.

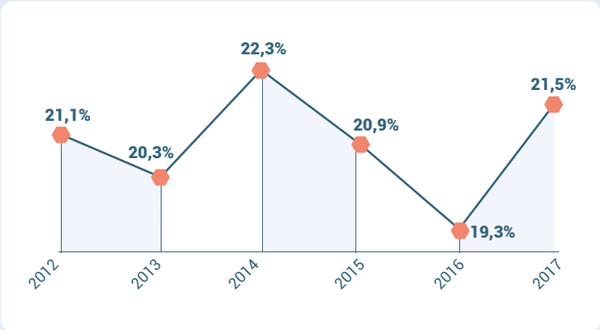
RÉPARTITION PAR TAILLE DES CONGRÈS ACCUEILLIS DANS LES SITES D'ACCUEIL EN FRANCE



62% **Des congrès se déroulant** sur ces sites **d'accueil rassemblent moins de 500 personnes,** et cette proportion est en progression

1 Congrès sur 3
accueillant plus de 5000 personnes
a un caractère international (européen ou mondial)

PART DES CONGRÈS INTERNATIONAUX ACCUEILLIS EN FRANCE.



De la part des congrés internationaux
en 2017

21,5%
Des congrès ont une audience internationale, atteignant un niveau supérieur à 2012.
Elle reste cependant inférieure au pic connu en 2014

La tendance francilienne analysée par l'OTCP se retrouve au niveau national. Il semble que la part des congrès internationaux ait augmenté en 2017.

Paris
En seconde place ex-aequo avec Vienne. Barcelonne est première au classement mondial ICCA en 2017, en nombre de congrès accueillis.
Mais Paris reste la première place d'accueil en nombre de congressistes.

4 villes
Françaises se placent également dans le top 150 :
Lyon (58ème), Marseille (80ème), Bordeaux (119ème) et Strasbourg (148ème).

LES 5 PREMIERS SECTEURS D'ACTIVITÉ DES CONGRÈS EN FRANCE EN 2017

Santé, médecine, pharmacie, biotechnologies et équipements	**44,62 %**
Sciences sociales	**8,40%**
Sciences et techniques	**7,87%**
Economie, assurances, banque, juridique et financier	**6,96%**
Enseignement	**4,20%**

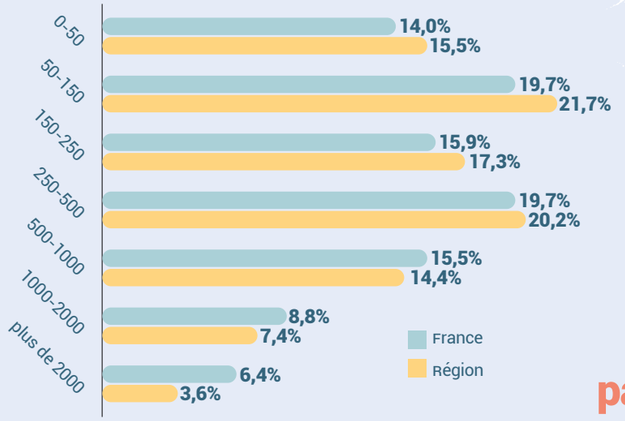
La santé reste le 1er secteur faisant l'objet de congrès en France.

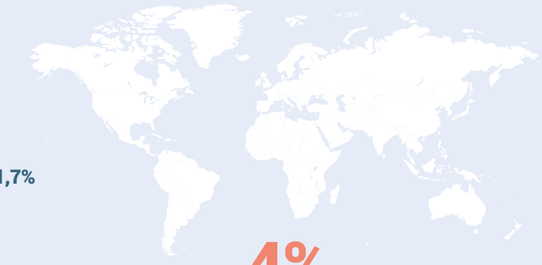
ÉVÉNEMENTS D'ENTREPRISE ET D'INSTITUTION

849 Participants
Sont accueillis en moyenne lors des événements d'entreprise et d'institution ayant lieu dans les centres de congrès et les parcs des expositions en France

512 Participants
Sont accueillis en moyenne lors des événements en Région

50%
De ces événements ont rassemblé moins de 250 personnes





4%
Des événements ont **une dimension internationale**

Ils accueillent
2 458 participants
en moyenne

Ils durent
1,5 jours
en moyenne

17,4%
Sont organisés par le secteur de l'assurance, la banque, les services financiers et juridiques en 2017

10,5%
Portent sur des questions de société, de religion, de politique et d'histoire des acteurs de la Vie sociale

8%
Concernent le secteur de la santé, de la pharmacie et de la biotechnique

5%
Portent sur le secteur de l'environnement et de l'énergie

ÉVÉNEMENTS SPORTIFS

76
événements
recensés dans notre enquête annuelle portant sur l'activité des sites d'accueil

De plus en plus d'événements sportifs
dans les sites d'accueil notamment en Région

6 jours
De montage et démontage
pour une durée moyenne de
2,8 jours
D'ouverture au public
pour des championnats ou des galas d'exhibition dans ces sites d'accueil

L'EVENT IMPACT SCORE ® BY NIELSEN ET LÉVÉNEMENT

Les agences de LÉVÉNEMENT (l'association des agences de communication événementielle, membre d'UNIMEV) déclarent que

6% **Des événements** font l'objet d'une mesure d'impact

Dans un contexte toujours plus concurrentiel, celles-ci cherchent comment mesurer la valeur créée lors des événements qu'elles portent pour leurs clients. C'est dans cette optique qu'un groupe de travail sur le ROI a été mis en place et a collaboré avec des experts pour mesurer les bénéfices d'un événement et comprendre son efficacité au service des marques. Un nouvel outil l'Event Impact Score® est maintenant disponible pour répondre aux besoins de mesure de l'efficacité média des événements.

L'EVENT IMPACT SCORE® QU'EST-CE QUE C'EST ?

C'est une méthodologie d'étude de NIELSEN (institut mondial d'analyse de la consommation produits et média) réalisée en co-construction avec l'expertise des professionnels de LÉVÉNEMENT permettant la mesure de l'impact média des événements et des marques présentes sur un événement.

3 BLOCS COMPOSENT L'EVENT IMPACT SCORE® :

RÉSONANCE DIGITALE Mesure de la résonance digitale au travers des mentions, interactions et discussions sur les réseaux sociaux autour de l'événement et/ou de la marque.

IMPACT SUR LES EXPOSÉS L'impact sur les exposés repose sur une enquête auprès des participants aux événements pour mesurer leur satisfaction, la mémorisation, les intentions d'actions et le bouche à oreille existant autour de l'événement ou de la marque

VALORISATION DE L'EXPOSITION Ceci correspond à la valorisation en euros du temps de présence média : plurimédia, on site, digital…

Ce dispositif est accessible pour tous les événements. Selon la cible (B2B, Grand public, communication interne) et la taille de l'événement, un conseil sera proposé au commanditaire sur le périmètre de l'étude et les blocs de mesure les plus pertinents. Les résultats détaillés en « score » permettent la comparaison des événements.

LES PLUS :

1

Il répond aux besoins d'indicateurs faciles, fiables et tangibles demandés par les professionnels

2

Il accompagne la profession avec la mise en place de dispositifs de mesure avec une méthodologie homogène

3

Il a la volonté de positionner les événements au même rang que les autres outils dans les stratégies de communication des entreprises

LÉVÉNEMENT l'association des agences de communication événementielle nielsen

www.levenement.org

3. LES SITES ÉVÉNEMENTIELS

32,2%

Taux moyen d'occupation de la surface couverte des sites d'accueil en 2017

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES SITES ÉVÉNEMENTIELS

Après une année 2016 difficile pour les sites, il semble que l'activité 2017 ait permis une belle reprise avec un niveau de chiffre d'affaires au-dessus de celui de 2014.

2014/2015	2015/2016	2016/2017
+2,8%	-4,7%	+5,1%

PARCS DES EXPOSITIONS

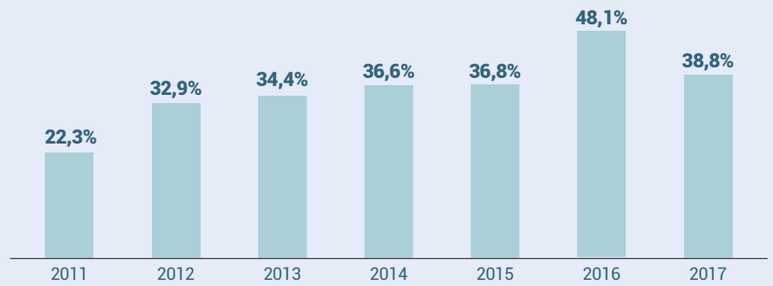
38,8%

Part du chiffre d'affaires des parcs des expositions en région liée à l'activité d'organisation en 2017

Par rapport à 2016

La difficile année 2016 avait souligné que la stratégie d'autoproduction pouvait permettre aux sites de sécuriser une partie de l'activité à travers cette ressource régulière et de renforcer leur stratégie de marque. Depuis 2011, le développement de l'organisation internalisée au sein des parcs des expositions est une tendance de fond.

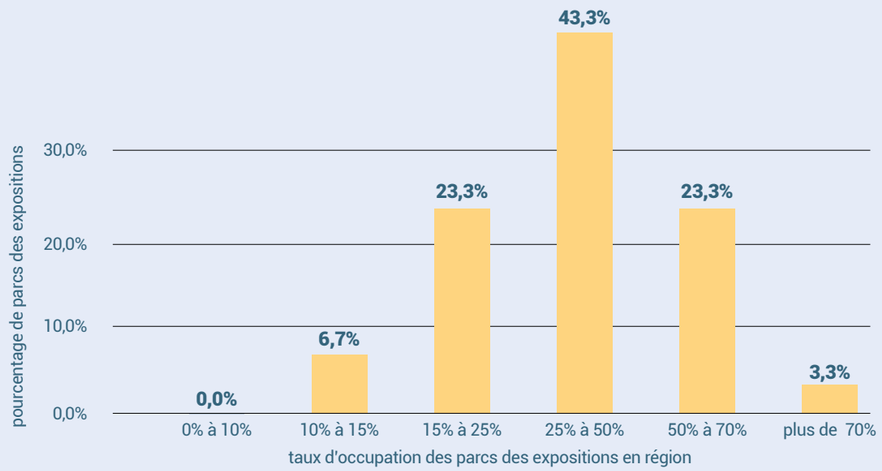
PART DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES PARCS DES EXPOSITIONS EN RÉGION LIÉ À L'AUTOPRODUCTION D'ÉVÉNEMENTS



TAUX MOYEN D'OCCUPATION DES PARCS DES EXPOSITIONS

	2013	2014	2015	2016	2017
En France	38,2%	29,0%	36,8%	34,0%	35,1%
En région (hors Île-de-France)	28,9%	29,2%	31,7%	35,6%	35,1%

DISTRIBUTION DU TAUX D'OCCUPATION DES PARCS DES EXPOSITIONS EN RÉGION



CENTRES DES CONGRÈS

Les centres de congrès ont un modèle économique reposant davantage sur l'accueil d'événements.

5%

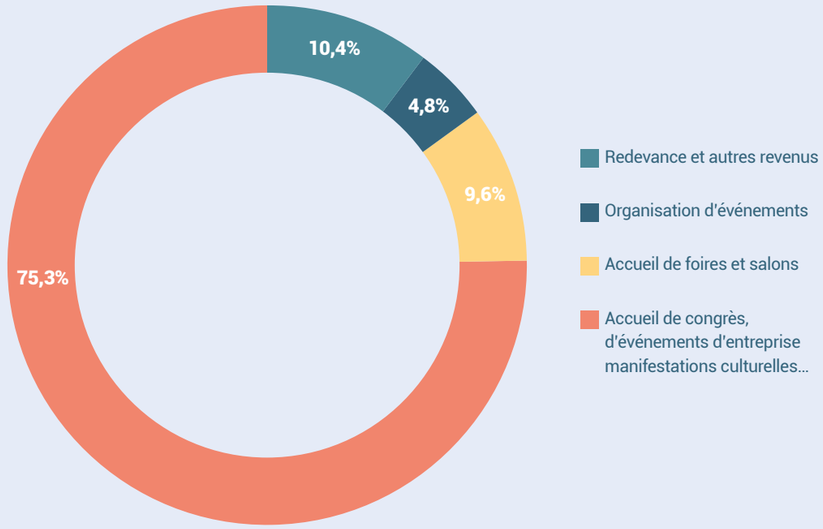
Du chiffre d'affaires est **lié à la production d'événements**

10%

De leur chiffre d'affaires est **lié aux services de redevances et de concessions**

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

La répartition du chiffre d'affaires par type d'activité reste assez stable avec une légère hausse de l'activité «organisation d'événements».

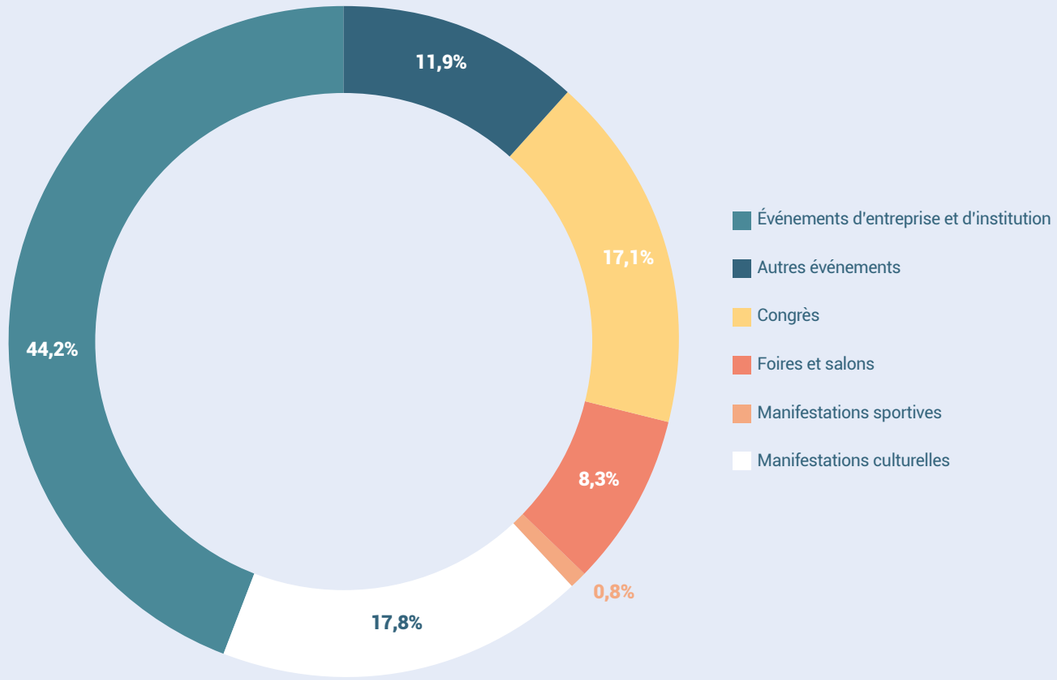


Après une année 2016 en recul, le taux d'occupation retrouve en 2017 une valeur proche de celle de 2015. La périodicité des grands événements professionnels joue un rôle important dans l'occupation des sites sur tout le territoire, ainsi il est intéressant d'observer l'évolution annuelle mais également les années paires et impaires entre elles.

TAUX MOYEN D'OCCUPATION DES CENTRES DES CONGRÈS

	2013	2014	2015	2016	2017
En France	27,7%	28,8%	33,4%	26,9%	28,4%
En région (hors Île-de-France)	30,6%	28,2%	35,7%	27,8%	30,7%

RÉPARTITION DES ÉVÉNEMENTS ACCUEILLIS DANS LES CENTRES DES CONGRÈS (EN NOMBRE D'ÉVÉNEMENTS)

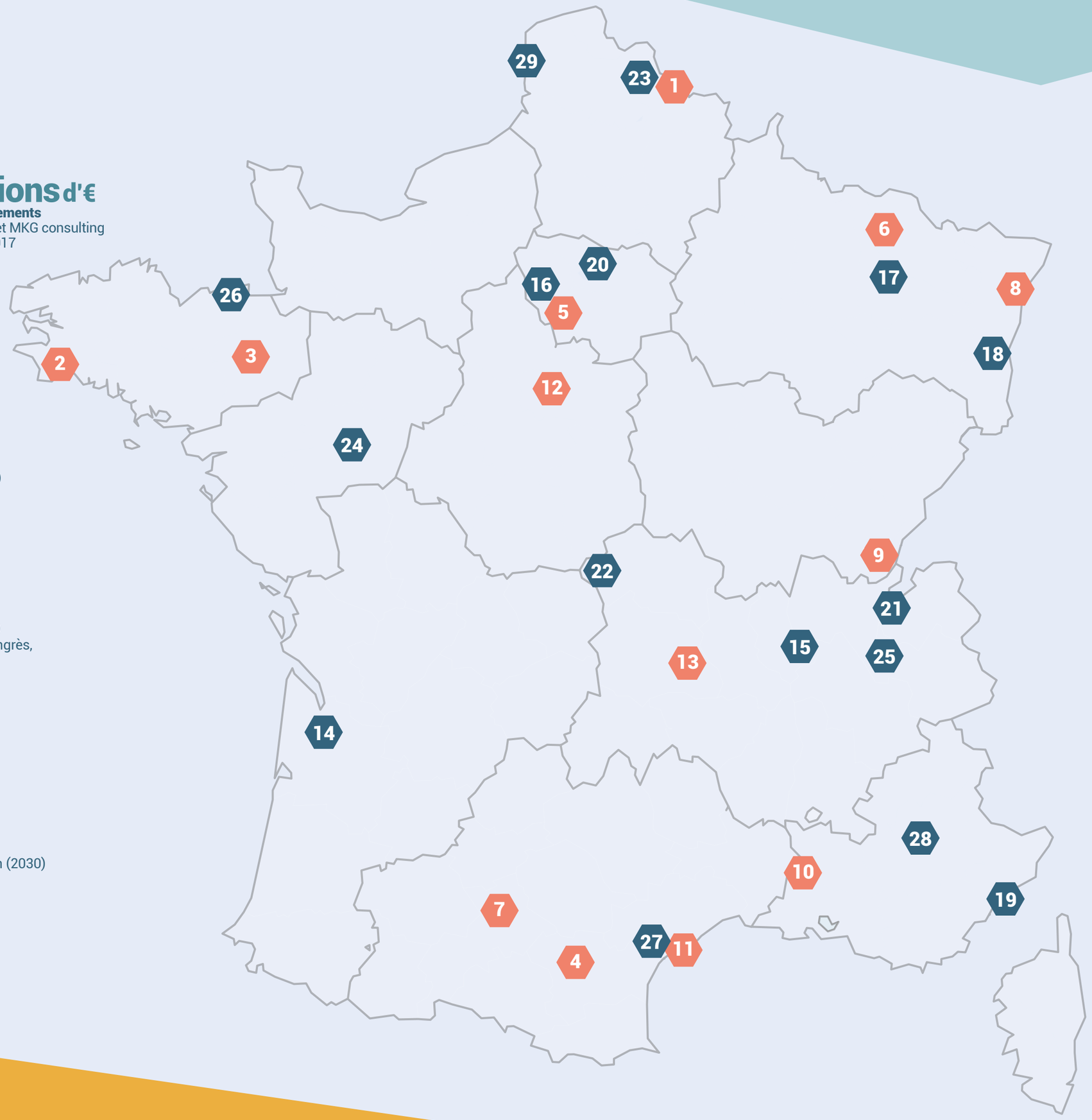


INVESTISSEMENTS

2018
Prévue comme une année record
en investissements

330 millions d'€
d'investissements
recensés par Unimev et MKG consulting
pour 2017

450 millions d'€
d'investissements
prévus pour 2018



CONSTRUCTIONS OU RECONSTRUCTIONS :

1 - Centre des congrès de Valenciennes (2017)
2 - Centre de congrès du Chapeau rouge à Quimper (2017)
3 - Couvent des Jacobins de Rennes (2017)
4 - Centre de congrès Le Dôme à Carcassonne (2017)
5 - Centre des congrès de Paris Saclay Massy (2018)
6 - Centre des congrès Robert Schuman de Metz (2018)
7 - Parc des expositions de Toulouse (2020)
8 - Parc des expositions de Strasbourg (2020)
9 - Juraparc de Lons-le-Saunier (2018)
10 - Carré des Papes à Avignon (2018)
11 - Iconic - Cap d'Agde centre de congrès et casino (2020)
12 - CO'MET d'Orléans parc des expositions, centre des congrès, zénith et salle de sport (début 2019 -2021)
13 - Grande Halle d'Auvergne de Clermont-Cournon (2020)

RÉNOVATIONS :

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

TENDANCES DES SITES

MARQUE DE DESTINATION ÉVÉNEMENTIELLE POUSSÉE PAR LES MÉTROPOLES

Certaines métropoles décident de réunir les structures d'accueil événementiel afin de créer une marque de destination avec une stratégie événementielle. Deux illustrations peuvent être citées. Nancy a regroupé son parc des expositions, son centre des congrès, son office du tourisme et son Convention Bureau afin de rassembler l'ensemble des acteurs pour renforcer la place. L'ambitieux projet CO'MET d'Orléans regroupe un parc des expositions, un centre des congrès, un zénith et une salle de sport. La métropole et les collectivités souhaitent positionner leur territoire pour une livraison complète en 2021.

LIEUX HYBRIDES / TIERS LIEUX : DES SITES ÉVÉNEMENTIELS OUVERTS AUX PROFESSIONNELS ET AU GRAND PUBLIC TOUTE L'ANNÉE

Les sites d'accueil se tournent vers la tendance des tiers-lieux en installant des incubateurs, des boutiques éphémères ou des restaurants ouverts toute l'année.

Paris Expo porte de Versailles affiche clairement sa volonté d'ouvrir le parc à tous les publics non seulement pendant le temps des événements mais aussi tout au long de l'année pour travailler, se promener ou sortir avec l'ouverture d'un restaurant étoilé, d'un roof top éphémère pendant l'été « le jardin suspendu », d'un incubateur et d'un espace de co-working.

Le Palais Brongniart, ancien palais de la Bourse, renforce également sa position de tiers-lieu en devenant le point de rencontre de la Fintech française, joli clin d'œil à son histoire, avec des sièges de start-ups et des lieux de co-working. Les stades et arénas réalisent également la même évolution comme la nouvelle Arena d'Aix-en-Provence

NAMING DES ARÉNAS ET DES STADES

La tendance de naming qui consiste à donner le nom d'une marque à une enceinte sportive est apparue en 2007. Elle a connu une forte progression pour concerner, 10 ans après, 12 arenas et stades en 2017. En France cette pratique reste rare, notamment par rapport à ses voisins européens beaucoup plus friands de ce genre de modèles économiques pour leurs infrastructures sportives. Le naming est en réalité apparu bien plus tôt pour les compétitions sportives comme le Critérium du Dauphiné.

Mais pourquoi ne pas penser au modèle du naming pour les sites d'accueil comme les parcs des expositions ou les centres des congrès ?

PARTENAIRES ET REMERCIEMENTS

NOS DONNÉES SITES

Nous remercions les gestionnaires des 66 sites ayant contribué à nos enquêtes pour leur fidélité et leur confiance.
Nous sommes ravis de les compter de plus en plus nombreux à participer à ce panel pour la réalisation des études UNIMEV - OJS.

Ales - Parc 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 / Lyon - Cité Centre de Congrès Lyon / Lyon - Eurexpo / Mandelieu-La Napoule - Centre Expo Congrès Mandelieu / Marseille - Parc Chanot / Montpellier - Arena / Montpellier - Corum / Montpellier - Parc des expositions / Montpellier - Zénith / Mulhouse - Parc expo / Nancy - Centre Prouvé / Nancy - Parc Expo / Nantes - La cité des congrès / Nantes - Parc des expositions - Exponantes / Nice - Acropolis / Nimes - 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 / Reims - Centre des congrès / Reims - Parc des expositions / Rouen - Parc des expositions / Saint-Brieuc - Saint-Brieuc Expo Congrès / Saint-Etienne - 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.

NOS DONNÉES MANIFESTATIONS

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

et notre partenaire d'études

CONTACTS ÉTUDES :

Constance MARSILLI, Responsable Études UNIMEV-OJS, c.marsilli@unimev.fr
Laëtitia BOUVIER, Attachée Études UNIMEV-OJS, l.bouvier@unimev.fr

CONTACT PRESSE :

Hélène RASMUSEN , Chargée de Communication, h.rasmusen@unimev.fr

EVENT DATA BOOK 2017

unimev
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT

CONCEPTEURS D'AVENIRS
NUMÉRIQUE | INGÉNIERIE | ÉTUDES | CONSEIL | ÉVÉNEMENT

Fafiec
COLLECTEUR DE LA TAXE D'APPRENTISSAGE POUR LA PROMOTION DES MÉTIERS DE LA BRANCHE

Liberté • Égalité • Fraternité RÉPUBLIQUE FRANÇAISE	MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE	MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR, DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION

Action financée et pilotée par le Fafiec selon des axes de coopération définis dans la convention signée avec le Ministère de l'Education Nationale 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.

PUBLICATION 2018