BILAN CHIFFRÉ 2008
DES FOIRES ET SALONS OJS
Données synthétiques

1. Chiffres clefs des foires, salons et congrès-expositions organisés par les organisateurs membres de l'OJS en 2008 en France :

Type de manifestations	68 foires	490 salons	9 congrès	567 manifestations
m² stands	1 484 785	3 150 817	10 247	4 645 849
dont m² stands étrangers	70 429	841 678		912 108
Exposants	30 787	117 986	535	149 308
dont exposants étrangers	2 645	31 235		33 880
Visites	6 070 465	9 886 889	20 860	15 978 214
dont visites étrangères	12 150	762 891		*775 041

* parmi lesquelles 742 089 visites étrangères qui sont à rapporter aux 2 892 985 visites contrôlées dans les 192 salons réservés aux professionnels qui certifient le nombre de visites internationales, soit une proportion de 25,6%

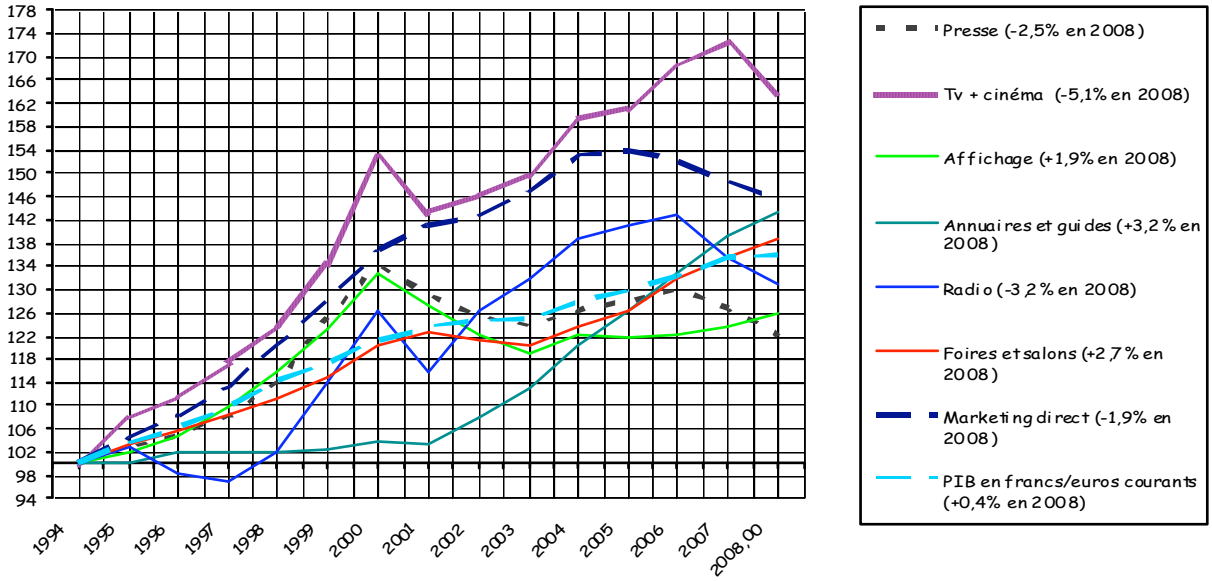
Nota : Bien que ces données concernent 50% du nombre de manifestations commerciales organisées en France annuellement, l'OJS estime qu'elles représentent, en termes de m², d'exposants et de visites, respectivement 80%, 70% et 90% du marché couvert par la certification obligatoire.

2. Evolution des principaux indicateurs 2008

2.1. Les foires, salons expositions en bonne position par rapport aux autres médias

D'après l'étude annuelle Irep-France Pub, les dépenses en 2008 des annonceurs français pour les manifestations commerciales se sont établies à **1,539 milliards d'euros.** Par rapport à 2007, **elles ont progressé de +2,7%** (soit le même taux de croissance qu'entre 2007 et 2006) alors que l'ensemble des dépenses de communication des annonceurs enregistrait une **contraction de -1,4% sur l'année**. Cette progression doit également être **comparée avec les baisses importantes observées cette même année dans les grands médias** : - 4,5% en télévision,- 3,2% en radio, - 3,4% en presse (la presse professionnelle enregistrant une diminution de 5,1% sur l'année), comme chez les autres composantes du hors média : - 1,9% en marketing direct ; - 1,5% en promotion ; - 2% en relations publiques, etc..

Evolution des principales dépenses des annonceurs en France dans les "médias avec achat d'espaces" et en Marketing direct (base 100 = 1994) comparée à l'évolution du PIB de 1994 à 2008



Malgré un ralentissement fort de l'activité économique en 2008 (PIB + 0,4%) qui faisait suite à une croissance de +2,3% en 2007, l'investissement des annonceurs pour les **foires et salons s'est maintenu à un niveau élevé.** : Nota : la courbe rouge reflète partiellement la réalité de la croissance du secteur « foires et salons » dans la mesure où le panel France Pub - Irep ne porte que sur les entreprises françaises alors qu'elle est depuis plusieurs années largement soutenue par l'augmentation régulière de la présence d'exposants étrangers dans les manifestations et notamment les salons internationaux en France.

D'après le dernier rapport des **comptes des services (juin 2009) de l'INSEE, les opérateurs spécialisés en gestion de supports publicitaires** ont enregistré une activité atone en 2008 (-0,3% en volume ; 0% en valeur). De leur côté, **les agences conseils en publicité** ont enregistré des progressions respectives de +2,9% et +2,7% en 2008 confirmant ainsi que les entreprises ont toujours besoin d'accompagnement dans leur stratégie de communication mais que les supports classiques sont délaissés au profits de canaux alternatifs, **notamment le web**. D'après France Pub, **les budgets** qui lui ont été consacrés en 2008 ont cru **de 20%** par rapport à 2007 (dont une progression des liens sponsorisés de +28%) **atteignant 1,007 milliards d'euros (0,525 milliards d'euros en liens sponsorisés,** 0,482 en achats d'espaces).

2.2. Les principales tendances des foires et salons 2008 / S-1

Les évolutions suivantes ont été calculées sur un panel constant de **365 manifestations** qui représentent 84% des m², 80% des exposants et 81% des visites enregistrés dans les manifestations membres de l'OJS.

Panel constant de 365 manif.	S-1	2 008	Evolution
M² nets de stands	**3 955 105**	**3 924 283**	**-0,8%**
dont m² nets stands étrangers	**861 243**	**839 464**	**-2,5%**
Exposants	**115 032**	**118 569**	**3,1%**
Exposants étrangers	**26 613**	**30 396**	**14,2%**
Visites	**13 654 509**	**12 918 355**	**-5,4%**
Visites étrangères	**813 720**	**703 473**	**-13,5%**

Le nombre de clients exposants a augmenté de 3,1% en 2008, les surfaces occupées ont diminué légèrement **tandis que le nombre de visites s'est contracté globalement de 5,4%** révélant une situation contrastée suivant **les types de manifestations** :

> les foires-expositions maintiennent leur attractivité avec +0,4% de visites

Evolution des indicateurs	29 foires du 1er semestre	28 foires du 2ème semestre	Ensemble 57 foires	Ensemble 56 foires (sans la Foire de Paris)
m² nets de stands	-0,4%	-1,3%	-0,8%	-0,8%
dont m² air libre	*1,1%*	*2,7%*	*2,0%*	*1,9%*
dont m² couverts	*-1,4%*	*-5,8%*	*-3,3%*	*-3,5%*
Exposants	-2,4%	-1,7%	-2,1%	-2,0%
Visites	-0,1%	1,0%	0,5%	0,4%

> les salons grand public enregistrent des résultats négatifs en exposants et en visites

Cette catégorie de manifestations était, dans le passé, sous représentée. Avec l'obligation de certification, le panel constant constitué pour l'analyse 2008/S-1 est de 148 salons (contre 58 analysés en 2007/S-1) et représente 33,7% des m² salons 2008. Etant donné l'importance du Mondial de l'Automobile dans cette famille d'événements, les résultats sont présentés avec et sans :

Evolutions des indicateurs d'un panel de 148 salons *	Ile-de-France (24 salons)	*Ile-de-France 23 salons (Mondial Automobile exclu)*	Province (125 salons)	**France entière (149)**	***France 148 salons (Mondial Automobile exclu)***
M² nets de stands	-2,0%	-1,8%	-0,3%	-0,9%	**-0,7%**
Exposants	-1,1%	-0,8%	-4,1%	-3,3%	**-3,3%**
Visites	-12,4%	-5,0%	-6,6%	-10,1%	**-5,8%**

*les salons « mixtes » tels que le SIA, le Mondial de l'Automobile, la FIAC, Grand Pavois, Nautique, Plaisance Cannes ont été intégrés dans les salons « grand public ».

> les manifestations réservées aux professionnels développent la confiance des annonceurs

mais observent des évolutions en visitorat différentes suivant leur périodicité **: dans les salons annuels et semestriels, la diminution du nombre de visites n'atteint que 2,8% alors qu'elle chute de 14,7% dans les salons biennaux.**

Evolution des indicateurs d'un panel constant de 157 manifestations	Ile-de-France (91)	Province (66)	France entière
M² nets de stands	-1,2%	1,3%	-0,4%
Exposants	2,5%	21,3%	9,2%
Visites	-10,1%	-1,1%	-7,7%

* hors Emballage et IPA dont les résultats 2008 ont été fortement influencés par la crise d'une part, un changement dans les méthodes de comptage et une modification des flux aux entrées des manifestations d'autre part.

3. Zoom sur les chiffres des manifestations destinées aux professionnels 2008 / S-1

> Le caractère international de l'offre des salons BtoB en France se renforce mais le nombre de visites diminue fortement, en particulier celui des acheteurs étrangers

manifestations réservées aux professionnels		S-1	2 008	Evol
81 disposant du Label OJS International	M² nets de stands	1 433 102	1 431 135	-0,1%
	dont m² nets stands étrangers	608 567	626 332	2,9%
	Exposants	44 474	49 991	12,4%
	Exposants étrangers	20 624	24 690	19,7%
	Visites	2 202 874	2 017 586	-8,4%
	dont visites étrangères	712 878	648 206	-9,1%
76 non international	M² nets de stands	195 244	190 406	-2,5%
	dont m² nets stands étrangers	11 744	10 188	-13,2%
	Exposants	11 427	11 075	-3,1%
	Exposants étrangers	709	640	-9,7%
	Visites	383 712	370 270	-3,5%
	dont visites étrangères	17 451	18 014	3,2%
Ensemble (157)	**M² nets de stands**	**1 628 346**	**1 621 541**	**-0,4%**
	dont m² nets stands étrangers	**620 311**	**636 520**	**2,6%**
	Exposants	**55 901**	**61 066**	**9,2%**
	Exposants étrangers	**21 333**	**25 330**	**18,7%**
	Visites	**2 586 586**	**2 387 856**	**-7,7%**
	dont visites étrangères	**730 329**	**666 220**	**-8,8%**

En matière d'exposants, les **chiffres globaux 2008 / S-1 sont à la hausse puisque les annonceurs ont été 9,2% plus nombreux.** La participation d'enseignes étrangères dans les salons en France a continué sa progression : +18,7% en 2008 (+12% en 2007) par rapport aux sessions précédentes. La part d'exposants étrangers dans les manifestations **BtoB est passée de 38% à 41,5% en 2008.**

S'agissant de **la clientèle d'acheteurs internationaux**, les salons internationaux ont été logiquement plus durement touchés par la crise économique que les salons professionnels nationaux. **Globalement le nombre de visites étrangères a diminué, à échantillon constant, de 8,8% en 2008**. Cette diminution est due, en grande partie, à la dégradation du visitorat des grands salons biennaux. Dans ces manifestations en effet, le nombre de visites total (autour d'un million) a chuté de 14,7% et celui des visites étrangères a décru, lui, de 27,3%.

> la chute du nombre de visiteurs uniques touche plus durement les salons franciliens que les salons organisés dans les autres régions :

	Base 152 manif. BtoB /	S-1	2008	Evolution
Ile-de-France (86)	1ères visites françaises	1266 784	1097263	-13%
	1ères visites étrangères	546220	377600	-31%
	Sous total visiteurs uniques	1813004	1474863	-19%
Province (66)	1ères visites françaises	536354	507175	-5%
	1ères visites étrangères	114925	114048	-1%
	Sous total visiteurs uniques	651279	621223	-5%
Ensemble (152 manif)	1ères visites françaises	1792575	1604438	-10%
	1ères visites étrangères	660974	491648	-26%
	Total visiteurs uniques	2453549	2096086	-15%

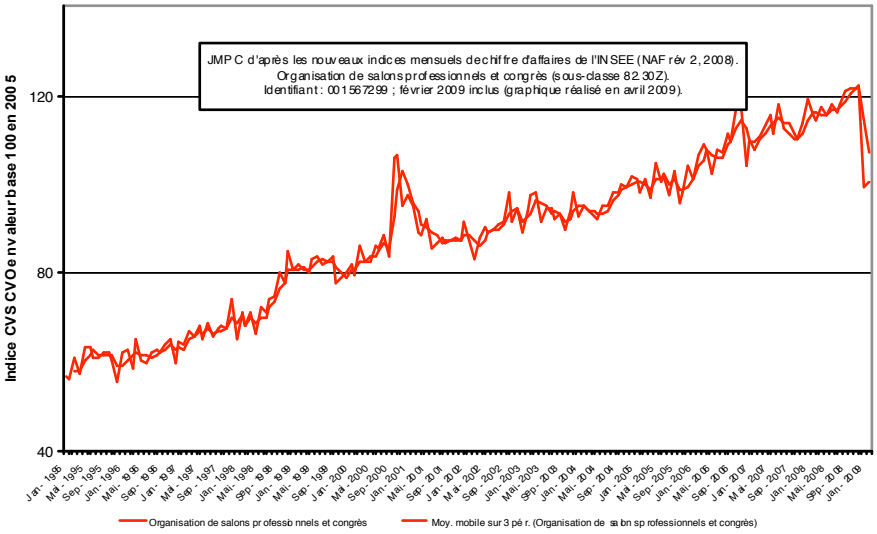
Ces résultats sont dus en partie au caractère international des événements en Ile-de-France.

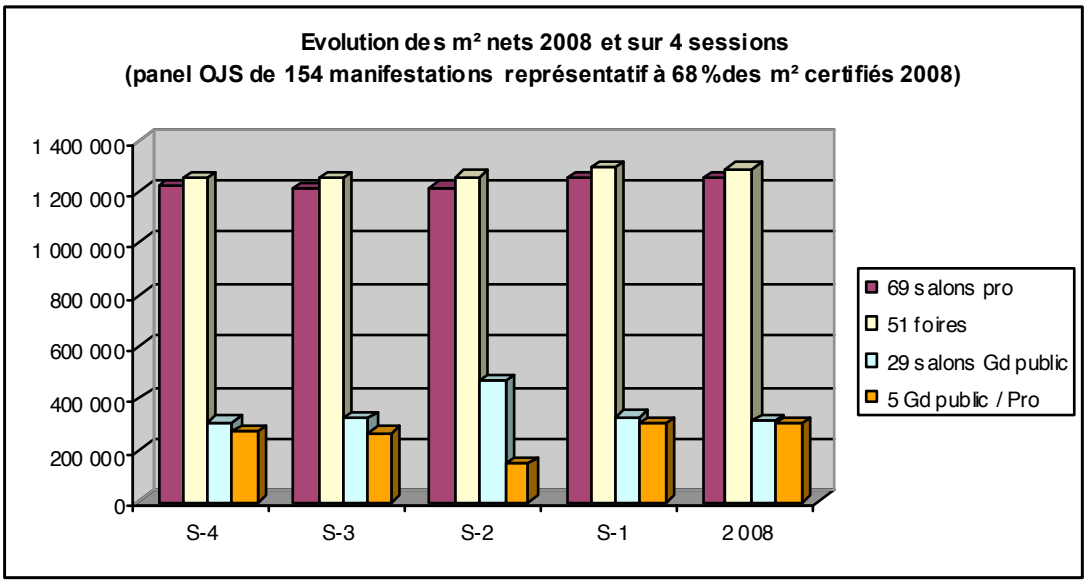
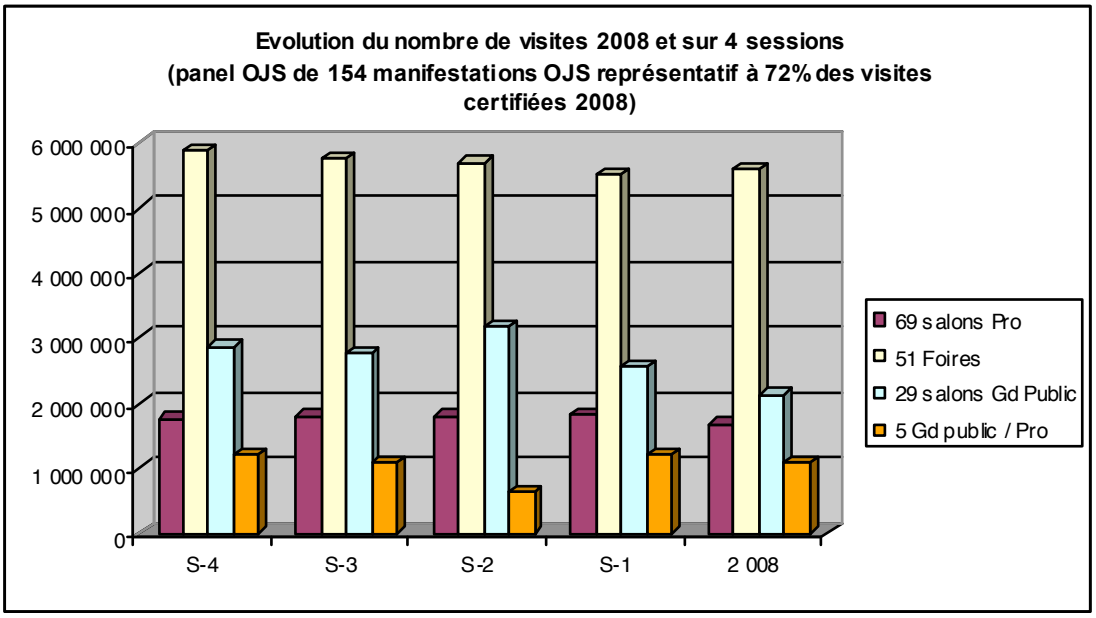
4. Un mot sur les tendances observées en Allemagne

Les chiffres publiés par l'AUMA le 9 juin 2009 indiquent que les manifestations allemandes auraient augmenté globalement leurs surfaces nettes de 4% en 2008, en comparaison avec les sessions précédentes. Le nombre de visiteurs (en réalité visites) aurait de son côté progressé « de 3,5%, chiffre jamais atteint depuis les années 90 » selon le communiqué. La participation des exposants serait aussi positive à +1,9% (+2,1% pour les exposants allemands, +1,8% pour les exposants étrangers), chiffre à comparer avec le +3,1% enregistré en France.

5. Sur longue période

> données de chiffres d'affaires du secteur – d'après l'INSEE



Source : exploitation des données EAE (82.30Z) réalisée par JMP Consultant (données mai 2009)

> panel OJS constant de 154 foires et salons 2008 - chiffres comparés aux 4 dernières sessions