

2 avril 2003  
Additif au dossier de presse

# Foires Salons & Congrès de France

Les Chiffres clés du secteur en 2002  
- Chiffres OJS-

# Une bonne année 2002 pour les congrès

- Pour l'ensemble des opérateurs, l'activité a été meilleure en 2002 qu'en 2001.
  - => Montpellier : activité en hausse de 12%
  - => Marseille : +10%
  - => Paris : + 3%
  - => Nantes : + 18%
  - => Strasbourg : + 8% (nombre de congressistes)
- Les opérateurs s'attendent à une bien **meilleure année en 2003** (Chalons sur Saône, Lyon, Nice, Nancy, Nantes, Paris, Reims, Strasbourg, Versailles...), même si des incertitudes demeurent sur les congrès internationaux.
- Pour renforcer l'information et disposer de véritables outils statistiques, FSCF a mis en place un **programme d'enquête** avec France Congrès, la Fédération des Sem et la CCIP pour connaître précisément la **conjuncture** du marché des congrès et des réunions.  
**Rendez-vous l'année prochaine avec des chiffres exhaustifs.**

# La France, 1er pays européen pour les centres de congrès

- Avec près de **120 centres de congrès**, la France se situe au **premier rang européen (36% de l'offre d'accueil)** et au **2ème rang mondial** en termes d'équipements dédiés aux congrès et réunions.
- Les **investissements** pour la création de **surfaces complémentaires**, la rénovation et la mise aux normes de **ces infrastructures** continuent de se multiplier en France :
  - => **Clermont Ferrand**
  - => **Bordeaux**
  - => **Ajaccio**
  - => **Nancy**
- Les centres de congrès, seuls ou adossés à des **surfaces d'exposition (Lyon)** pour répondre à la demande du marché, constituent des outils **d'aménagement du territoire** insuffisamment appréciés comme tels par les responsables politiques et administratifs en France.

# Evolution 2002 de 70 foires-expositions

- chiffres OJS -

- Avec **6,279 millions de visiteurs accueillis**, les 70 foires-expositions contrôlées par l' OJS stabilisent leur audience (- 0,7%) auprès **d'un large public**.
- **Une évolution de la fréquentation contrastée entre les 2 semestres 2002 :**  
=> Fréquentation des 36 foires du 1er semestre en baisse : -5,2 %  
=> Fréquentation en forte hausse des 34 foires du 2ème semestre : +4,3 %
- Sans la Foire de Paris, qui constitue un cas particulier (22% du total des visiteurs contrôlés), **la progression de la fréquentation des foires dans 69 autres villes de France est positive : +0,44%**
- **1 370 133 m<sup>2</sup> d'exposition (nets) ont été dédiés** à la rencontre entre les acteurs de la vie locale, les marques, les artisans et les consommateurs.
- **28 616 sociétés exposantes** - en léger recul de 1,1% mais avec une très forte croissance de la présence **d'exposants étrangers : +10,6%**

# Evolution 2002 de 175 salons - chiffres OJS -

- Une fréquentation en forte croissance :
  - => Avec +2,52% de progression du nombre de visiteurs (4,5 millions), les salons ouverts au public confirment leur place de média d'information privilégié du consommateur avant l'achat.
  - => Avec +2,7% de croissance des visites enregistrées dans les salons professionnels (2,52 millions), les entreprises exposantes, toujours plus nombreuses (+0,86%), rencontrent leurs clients et leurs prospects sans se déplacer.
- La fréquentation des visiteurs étrangers, en hausse de 5,5%, rattrape presque en totalité la baisse enregistrée en 2001.
- 2 296546 m<sup>2</sup> d'expositions ont été utilisées par 64 716 entreprises pour déployer leurs innovations, leurs offres commerciales et leurs marques.

# Evolution 2002/N-1 des principaux indicateurs de 245 manifestations (dont les résultats sont comparables - source OJS)

Evolution 2002/N-1	69 foires en Régions	70 foires (incluant Foire de Paris)	56 salons grand public	119 salons professionnels
visites	+0,44%	-0,71%	+2,52%	+ 2,70%
dont visites étrangères dans les salons strictement professionnels				+ 5,53%
surfaces louées	-0,48%	-0,81%	+1,55%	- 2,20%
exposants directs	-0,50%	-1,13%	-1,47%	+ 0,86%

# Les perspectives pour 2003

## Les congrès

Les professionnels du secteur s'accordent pour dire que **l'année 2003 s'annonce plutôt bien** avec des premiers résultats encourageants et des **perspectives positives** en ce début d'année. Il est certain que la conjoncture internationale peut avoir des incidences sans qu'on soit en mesure d'en déterminer aujourd'hui les effets précis.

## Les salons

Les **premiers chiffres de fréquentation**, notamment internationale, sont **très positifs** par rapport à 2002. Quelques exemples :

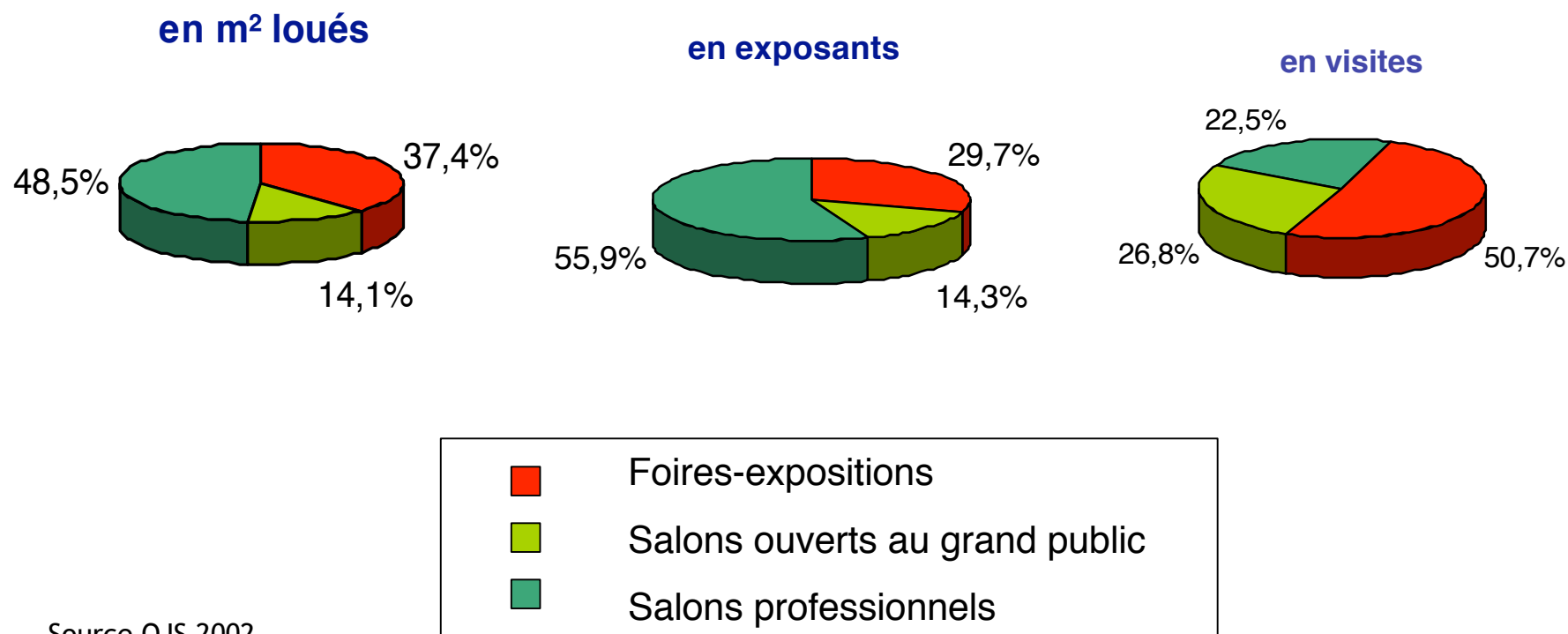
- **Prêt-à-Porter : + 2,4%**,
- **Interfilière : + 26%**
- **Lingerie : + 8 %**
- **Meuble de Paris : stable mais + 25% de visiteurs étrangers**
- **Agriculture : +6,9%**
- **Sima / Simagéna (matériel agricole) : 3%**
- **Sirha : stable mais + 33% de la fréquentation internationale**

## Les foires

Les premiers chiffres de fréquentation sont trop partiels puisque **la saison s'ouvre à peine**. On notera toutefois une **augmentation à Nice et une stabilité à Alençon** à comparer avec la baisse à Lyon due sans doute à la concomitance avec le début de la guerre en Irak.

# Portrait des foires et salons en 2002 - chiffres OJS -

## Répartition par type de manifestations



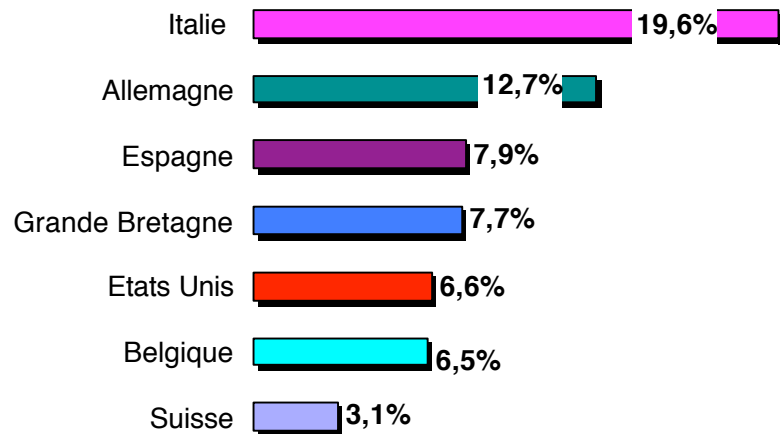
Source OJS 2002

FSCF : 11 rue Friant - 75014 PARIS . Tel : 01 53 90 20 10 - fax :01 53 90 20 19 - [www.foiresaloncongres.com](http://www.foiresaloncongres.com)

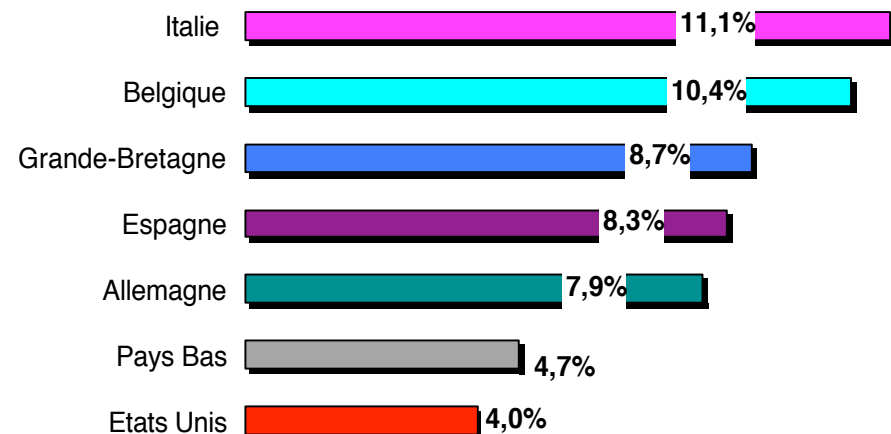
Profile Presse. tel: 01 46 05 12 67 / fax: 01 46 05 26 74

# Une visibilité internationale

## Les 7 premiers pays d'origine des exposants

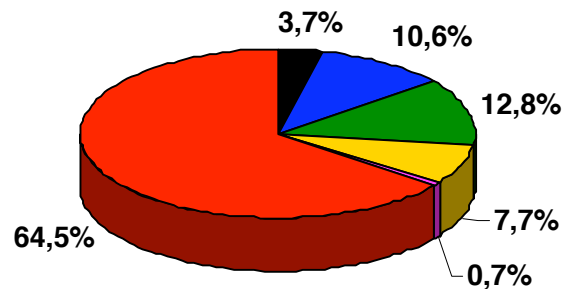


## Les 7 premiers pays d'origine des visiteurs

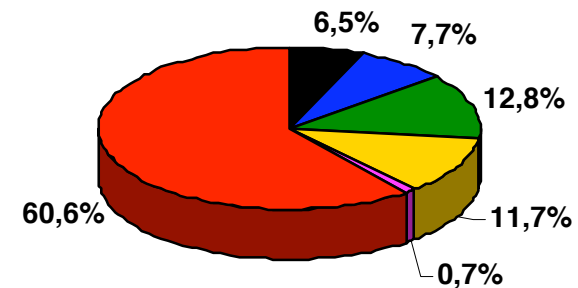


# Une visibilité internationale

Continent d'origine des exposants



Continent d'origine des visiteurs



# Un média qui démontre son efficacité

- chiffres France Pub-

- Les dépenses des annonceurs pour le média foires et salons se situent à **1,344 milliards d'euros en 2002**, soit **4,6%** de l'ensemble des dépenses de communication des entreprises (29,238 milliards d'euros).
- Un **bon résultat à comparer** avec les évolutions des dépenses de communication en presse (-2,9%) ou dans l'affichage (-3,9%) : **le média foires et salons résiste bien dans** un contexte économique frileux.
- La légère baisse de 1% des dépenses consacrées par les entreprises à ce média **touche plutôt les prestations de services associées** à leur présence dans les manifestations.
- **La question de la mesure de l'efficacité de l'outil « foires et salons » pour les exposants sera au cœur des discussions du prochain congrès de la profession en Avignon (30 juin -1er juillet 2003)**