Petit déjeuner de Presse

Palais des Congrès de Paris - Porte Maillot
Entrée Paris- Niveau 1- Salle PASSY

- 8 décembre 2011 -
9H00 - 10H30

Point général sur l'activité du 1er semestre 2011 et les tendances 2012
Pour la filière foires, salons, congrès et événements d'entreprises

Sommaire

> 1. Une filière qui se structure autour d'une fédération professionnelle – Thierry HESSE....2

1.1. Une filière en mouvement.... 2

1.2. Un 1er semestre 2011 plutôt satisfaisant qui démontre la performance du secteur dans un contexte de sortie de crise qui tarde à se concrétiser. 2

1.3. Les prévisions 2011.... 3

> 2. Focus sur les foires-expositions – François Bernard MARTIN 4

2.1. Des indicateurs mitigés pour ces manifestations généralistes 4

> 3. Focus sur les salons – Thierry HESSE 5

3.1. Des indicateurs positifs pour les salons 5

3.2. Zoom sur les salons destinés au grand public : 5

3.3. Zoom sur les salons réservés aux professionnels :.... 5

> 4. Focus sur les congrès – Frédéric BEDIN 6

> Le nombre de participants dans les congrès accueillis augmenterait globalement de 7% 6

> 5. Focus sur les événements d'entreprise – Frédéric BEDIN 6

> 6. Le rôle et l'activité des sites d'accueil dédiés – Patrice VASSAL / Olivier LEPINE 7

6.1. Les sites d'accueil dédiés ont un rôle moteur pour les territoires 7

6.2. Focus sur l'activité des parcs d'exposition et des centres de congrès au 1er semestre2011 8

> 7. Focus sur les prestataires de services de l'exposition et de l'événement – Christian LIAGRE....9

> 8. Les investissements – Olivier ROUX 9

8.1. Des investissements significatifs 9

8.2. D'autres projets d'envergure sont également engagés ou prêts à l'être, et ce, malgré la crise. . 10

> 9. Conclusion concernant les perspectives 2012 – Thierry HESSE 12

9.1. Après une année plutôt satisfaisante, les perspectives pour 2012 restent incertaines. 12

9.2. C'est pourquoi, la recherche et le développement dans la filière est primordiale. 12

Annexes 13

> 1. Une filière qui se structure autour d'une fédération professionnelle – Thierry HESSE

1.1. Une filière en mouvement

Foires, Salons, Congrès et Evénements de France (FSCEF) est la fédération professionnelle représentative des organisateurs de foires, salons, congrès et événements, des gestionnaires de sites d'accueil et des prestataires de services dédiés à l'organisation de ces événements. Avec plus de **300 adhérents, FSCEF représente 90% de l'activité du secteur**[1], dont les plus grands noms de l'organisation et de la prestation de services des manifestations et des événements, les places les plus importantes et les plus attractives dans toute la France.

1.2. Un 1er semestre 2011 plutôt satisfaisant qui démontre la performance du secteur dans un contexte de sortie de crise qui tarde à se concrétiser.

Les 320 adhérents de FSCEF ont été interrogés le 15 novembre 2011 sur les résultats de leur activité au 1er semestre. D'après ces premiers témoignages, le premier semestre 2011 apparait plutôt satisfaisant. 35 adhérents ont répondu que l'activité avait été plutôt bonne en volume et 14 stable. La fin de l'année étant proche, le sentiment général qui domine est que 2011 sera une année « moyenne mais rassurante » avec pour certains des résultats exceptionnels. Dans l'ensemble, 2011 devrait permettre de revenir à des niveaux assez satisfaisants d'avant crise. D'autres soulignent déjà un ralentissement de l'activité au second semestre, notamment « une crispation financière des PME-TPE sur l'activité salons grand public, en raison de difficultés de trésorerie ».

Cette analyse est relayée par celle du 29 septembre 2011 publiée par France Pub. « Après une phase de reprise régulière et soutenue en 2010, **les dépenses de communication** se sont stabilisées au premier semestre 2011 sur un palier légèrement supérieur au niveau moyen atteint au premier semestre 2010 (+2,9 % pour les grands médias et **+ 2,5 % pour le hors médias**). La croissance aurait été « portée essentiellement par les médias récents comme Internet, TNT, Presse d'information gratuite » et se serait accompagnée de « transferts budgétaires en provenance de médias traditionnels » […].

Parmi les secteurs ayant bénéficié de la croissance des dépenses de communication, France Pub cite :

- la distribution : +10,4%
- l'industrie : +5,6%
- Les services : +3,5%

Sur le cœur d'activité d'organisation de foires et salons du 1er semestre 2011 par rapport au 1er semestre comparable, les résultats du panel OJS (232 manifestations aux chiffres certifiés représentatifs de 85 à 90% de l'activité) montrent que :

- **la surface nette occupée par les exposants, qui avait diminué en 2010, se stabilise à +0,4%**
- **le nombre d'exposants progresse légèrement de +1,1% après une année 2010 où il était resté stable**

Côté visites, les chiffres **varient considérablement selon les segments** de manifestations :
- 8,3% dans les foires-expositions de la première partie de l'année (essentiellement du fait des arbitrages des visiteurs « flâneurs »)
+ 3,3% dans les salons grand public,
+2,9 % dans les salons destinés aux professionnels qui ont, en ce premier semestre 2011 retrouvé une véritable dynamique, en particulier pour présenter les dernières innovations et rassembler l'ensemble des communautés professionnelles concernées.

La période récente a surtout confirmé que les foires, salons, congrès étaient des **outils efficaces pour se préparer à l'après crise** et que le client exposant ou visiteur considère que le succès de sa participation se mesure au **rapport temps / coût / efficacité** de son investissement, d'où le développement de nombreuses prestations de services valorisant la participation à l'événement.

---

[1] D'après l'Insee, le secteur des services d'organisation de foires, salons et congrès (classe 82.30.Z) compte 3 475 entreprises, 13 212 personnes employées pour **2,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires** annuels (année 2008 – sources 12/12/2010)

1.3. Les prévisions 2011

En termes de dépenses de communication, **les prévisions de France Pub pour l'ensemble de l'année 2011 dépendent des deux scénarii suivants :**

>dans le cas d'un « scénario de continuité » (résistance face à la crise), les dépenses pour les **foires et salons augmenteraient de +1,5% et celles en relations publiques de +2%**, les entreprises estimant nécessaires de continuer à investir pour communiquer, renforcer leur image et maintenir leurs parts de marché.

>dans le cas d'un « scénario de contagion » (rupture de tendance), les dépenses des entreprises pour les foires et salons se stabiliseraient autour de +0,5% et celles consacrées aux relations publiques diminueraient de l'ordre de 5%, les entreprises estimant préférables de protéger leur équilibre financier en réduisant les dépenses et notamment celles de communication.

1.4. Contexte international

L'un des grands opérateurs internationaux de notre filière a indiqué que si l'année 2011 avait été bonne en chiffre d'affaires, « elle serait plus difficile en résultats », l'activité restant stable au niveau européen alors que les perspectives sont nettement meilleures à l'international (Brésil, Afrique de l'Ouest, Turquie, Chine) sur les marchés émergents.

Le baromètre de l'UFI confirme un retour à l'optimisme (document détaillé en ligne sur le site web de l'UFI : www.ufi.org). Pour le 1er semestre 2011, les entreprises du secteur déclarant une augmentation de leur chiffre d'affaires, par rapport à la même période en 2010, varient de 64% en Europe à 71% sur le continent américain et 77% pour les acteurs de l'Asie Pacifique.

Contrairement aux opérateurs européens et américains, les opérateurs asiatiques et de la zone Afrique – Moyen Orient considèrent que la crise est maintenant derrière eux.

> 2. Focus sur les foires-expositions – François Bernard MARTIN

2.1. Des indicateurs mitigés pour ces manifestations généralistes

Sur les 31 foires membres de l'OJS se tenant au 1er semestre, 22 ont d'ores et déjà fait l'objet d'un contrôle de leurs résultats chiffrés (voir liste en annexe 1).

FOIRES - 1er semestre 2011 (certifiés)	S-1	2011	Evol	représentativité 1er sem
Nombre de manifestations	22	22		71%
Surface nette occupée (stands)	570 256	570 912	0,1%	77%
Nombre d'exposants	12 849	12 795	-0,4%	78%
Nombre de visites	2 382 293	2 185 591	-8,3%	78%

Avec des taux de fidélisation toujours très importants (entre 70 à 75%), le nombre d'exposants dans les **foires du 1er semestre 2011 est resté à peu près identique (-0,4%)** à périmètre constant, la surface nette occupée restant stable. Par rapport à la diminution de 1,5% enregistrée en 2010, la participation des PME, TPE, Artisans et entreprises à ces manifestations s'est révélée très efficace pour rencontrer des publics que les exposants avaient du mal à toucher, avec leurs moyens de commercialisation parfois, minimes.

Les foires ont donc pleinement joué leur rôle : accompagner les PME dans la sortie de crise, et ce, malgré les difficultés de trésorerie qui frappent les exposants les plus fragiles. Le maintien de leur présence n'a été possible que grâce à des mesures d'accompagnement personnalisées et innovantes de la part des organisateurs.

Côté visites, leur nombre est en diminution de 8,4%. Ce chiffre reflète l'attitude actuelle : plus de 30% des visiteurs viennent pour se divertir et c'est principalement cette catégorie qui a été touchée. Traditionnellement, les foires du 1er semestre sont généralement confrontées aux premières journées de printemps ; en l'occurrence, le printemps 2011 s'étant manifesté très tôt et de manière exceptionnellement douce, les « flâneurs » ont été tentés par d'autres activités de plein air.

Le climat d'affaires, par ailleurs, s'est maintenu avec les visiteurs porteurs de projets. Toutefois, les achats d'impulsion ou coups de cœur ont été, dans certaines foires, difficiles à concrétiser ; la consommation des ménages s'étant essoufflée au 2eme trimestre (source INSEE) après un premier trimestre qui promettait la reprise.

2.2. Le référentiel « Foires de France »

Les foires labellisées Foires de France, label de qualité délivré par FSCEF, enregistrent, par rapport à leurs consœurs non référencées de meilleurs résultats en nombre d'exposants et nombre de visites sur le 1er semestre 2011 (tableau ci-dessous).

FOIRES - 1er semestre 2011 (certifiés)	indicateurs	S-1	2011	Evol
Non labellisées	Nombre de Manifestations	9	9	
	Exposants	2 868	2 835	-1,2%
	Visites	**408 330**	**366 309**	**-10,3%**
Label Foires de France	Nombre de Manifestations	13	13	
	Exposants	9 981	9 960	-0,2%
	Visites	**1 973 963**	**1 819 282**	**-7,8%**

Quoi qu'il en soit, les foires sont un **instrument essentiel de la vie locale pour les territoires** où elles se tiennent. Pour qu'elles continuent d'assurer pleinement ce rôle, le groupement des organisateurs de foires de FSCEF accompagne ses adhérents dans une réflexion sur la **marque « Foire »** pour définir les **valeurs** portées par ces événements et les repositionner comme des manifestations associant le proche et le lointain, l'émotion et le gain de temps dans une dynamique de fête et de convivialité.

> 3. Focus sur les salons – Thierry HESSE

3.1. Des indicateurs positifs pour les salons

Les chiffres du 1er semestre 2011 indiquent une tendance nettement positive sur le panel de manifestations considérées (voir liste en annexe 1) comparées aux résultats de 2010 (salons annuels) et de 2009 (salons biennaux):

SALONS - 1er semestre 2011 (chiffres certifiés)	S-1	2011	Evol	représentativité 1er sem
Nombre de manifestations	210	210		80%
Surface nette occupée (stands)	1 166 552	1 172 231	**0,5%**	89%
Nombre d'exposants	48 633	49 340	**1,5%**	90%
Nombre de visites	4 500 226	4 651 116	**3,4%**	95%

La hausse de 1,5% du nombre d'exposants confirme le rôle joué par le média salon pour leur positionnement vis-à-vis de leurs concurrents et le développement de la relation clients, primordiale pour **favoriser le retour de la confiance et des affaires**.

Quant au nombre de visites contrôlées, **il est globalement en progression de +3,4%.**
Ce chiffre intègre ceux du salon international de l'Aéronautique et de l'Espace, salon biennal dont le nombre d'entrées de visiteurs 20011 a augmenté de +4,6% par rapport à sa dernière session en 2009)

3.2. Zoom sur les salons destinés au grand public :

SALONS GRAND PUBLIC - 1er semestre 2011 (chiffres certifiés)	S-1	2011	Evol	représentativité 1er sem
Nombre de manifestations	139	139		83%
Surface nette occupée (stands)	417 637	416 046	**-0,4%**	68%
Nombre d'exposants	22 189	22 449	**1,2%**	83%
Nombre de visites	3 515 666	3 638 307	**3,5%**	97%

Les salons de consommation se sont plutôt bien maintenus. Le nombre d'exposants progressant de +1,2% à champ constant. Côté visites, les chiffres sont également positifs puisque les entrées de visiteurs ont cru, sur cette catégorie de manifestations, de +3,5% en 20011 (par rapport à leur dernière session).

3.3. Zoom sur les salons réservés aux professionnels :

SALONS PROFESSIONNELS - 1er semestre 2011 (chiffres certifiés)	S-1	2011	Evol	représentativité 1er sem
Nombre de manifestations	70	70		74%
Surface nette occupée (stands)	618 375	631 381	2,1%	89%
Nombre d'exposants	24 295	24 701	1,7%	89%
Nombre de visites	984 560	1 012 809	2,9%	90%
Nombre de visites étrangères	246993	260589	5,5%	

Pour les salons réservés aux professionnels, **la tendance est plutôt positive et ce, sur tous les indicateurs.** Après une baisse de 4,7% en 2010, les surfaces de stands seraient en progression de l'ordre de 2,1%.
Le nombre d'exposants semble en hausse de 1,7% et le nombre de visites augmenterait de près de 3%, soit un résultat plus qu'encourageant par rapport à 2010 (où le chiffre des visites avait globalement baissé sur l'ensemble de l'année de 1,6%).
A noter que la participation des visiteurs étrangers est également en hausse : +5,5% en 1eres et re-visites.

> 4. Focus sur les congrès – Frédéric BEDIN

L'évaluation de l'activité « Congrès » au 1er semestre 2011 par rapport au 1er semestre 2010 s'appuie sur l'étude des congrès accueillis dans un panel constant de 42 sites d'accueil parcs d'exposition et centres de congrès – dont 9 en IDF.
Nota : cette analyse ne tient pas compte des « congrès » organisés dans des sites non dédiés comme des hôtels, universités et autres lieux dits « événementiels ». Par ailleurs, il s'agit de chiffres déclarés par les sites et non « contrôlés » par un organisme tiers. Malgré leur caractère déclaratif, leur fiabilité est de moins en moins remise en cause compte tenu de l'automatisation des reporting à partir des données déclarées par les clients organisant les événements.

>Le nombre de congrès, à champ constant de sites, **a progressé de 278 à 327** sur la même période (c'est la catégorie des salons classé « nationaux » par les sites qui a le plus augmenté). **La durée moyenne d'occupation des espaces** (montage et démontage inclus) **augmente en passant de 3,7 jours à 4,1 jours mais le nombre de jours ouverts aux publics, lui, diminue (2,7 jours à 2,5 jours).**

> Le nombre de participants dans les congrès accueillis augmenterait globalement de 7%
En effet, pour les PCO interrogés, la participation aux congrès, notamment internationaux, n'a globalement pas souffert de la crise car le congrès est le « seul endroit où grâce à un contenu particulièrement riche, les professionnels se forment et échangent sur l'état de leur art ».

A noter que le nombre total de participants progresse significativement :
> de +8% dans le secteur de la santé, médecine, pharmacie et biologie (qui représente plus de 57% des participants du panel congrès)
> de + 10% dans les congrès sur la démocratie, la politique, les associations citoyennes et à vocation sociale.
En revanche, les congrès dans le secteur banque assurance et services juridiques ont eu plus de mal à mobiliser : ce secteur a enregistré une baisse de l'ordre de 10% du nombre de participants.

Pour les professionnels, le congrès est resté très attractif grâce à la qualité des contenus proposés. Le modèle d'organisation actuel des congrès fait néanmoins l'objet d'une réflexion visant à renforcer le caractère de plus en plus pointu des services fournis aux participants dans une optique d'amélioration du retour sur investissement.

> 5. Focus sur les événements d'entreprise – Frédéric BEDIN

L'**ANAé** (Association des agences de communication événementielle) prend tous les trimestres la température du marché au travers d'un *questionnaire flash* adressé à ses adhérents **Cette enquête a été réalisée entre le 7 et le 16 Septembre 2011.**

- **La tendance générale**

D'après ce baromètre, **la tendance générale** serait plutôt à l'optimisme dans un contexte de crise mondiale. En effet, **près de 75 % des agences interrogées estiment que la situation du marché est plutôt bonne.**

L'ANAé estime que la crise économique qui a sévèrement ébranlé le marché de la communication évènementielle a eu un effet non pas dissuasif sur les stratégies de communication des entreprises mais un effet pédagogique car les entreprises ont compris que, dans une période de forte turbulence économique, il est indispensable de continuer à communiquer auprès de leurs salariés et clients.

- **S'agissant des relations agences – annonceurs**

Le baromètre indique que près **de 42% des agences ont répondu à un nombre plus important d'appels d'offres, soit une augmentation de 5,6% par rapport à septembre 2010.** Par ailleurs, 65% des agences constatent que les délais dont elles disposent pour répondre aux briefs ont diminué significativement depuis le début de l'année.

Dans près de 40% des compétitions**, 4,3 agences, en moyenne, sont mises en concurrence.** Pour **75% d'entre elles, les relations et les négociations avec l'annonceur sont plus difficiles qu'au mois de mars 2011.**

- **Sur la typologie des opérations de communication**

Le baromètre indique que les opérations de communication interne telles que les séminaires et les conventions restent leur premier marché devant les évènements externes comme les voyages de motivations et les incentives qui connaissent de faibles variations.
Pour 60% des agences, les demandes intégrant une dimension développement durable restent équivalentes à ce qui avait été observé début 2011. A noter que les agences de l'ANAé proposent une démarche éco-responsable **sur près de 24% de leurs** projets.

- **En termes de recrutement**

En septembre 2011, les agences de l'ANAé ont été plus nombreuses (à 77% contre 66% en mars) a avoir procédé à des recrutements. En nombre, cela représente 3,6 collaborateurs recrutés en septembre contre 3,1 collaborateurs en mars. 80% des agences envisagent d'embaucher de nouveaux collaborateurs dans les six mois à venir.

Globalement, près de la moitié des agences (48%) anticipe pour 2011, une augmentation de leur marge brute de 3,9% par rapport à 2010, tandis qu'elles sont 38% à estimer que leur marge brute restera stable cette année.

> 6. Le rôle et l'activité des sites d'accueil dédiés – Patrice VASSAL / Olivier LEPINE

6.1. Les sites d'accueil dédiés ont un rôle moteur pour les territoires

Les sites d'accueil tiennent un rôle central de structuration et de développement stratégique de la filière des foires, salons, congrès et événements sur leur territoire. **Ils ont un rôle moteur pour les territoires dès lors qu'il existe, sur ce secteur d'activité, une stratégie globale portée par un délégataire unique**.

Pour être viable, tout projet de construction, de développement ou d'extension d'un site doit se poser le plus en amont possible la question de sa stratégie d'investissement, de son potentiel de marché et donc de son territoire légitime/rayonnement de la place. Ce territoire peut être multiple, tout à la fois local, régional, national voire international.

Pour être légitime, le site doit développer des activités fondées sur les spécificités et les atouts de son territoire, qu'ils soient économiques (bassins d'activité et plus particulièrement clusters, pôles d'excellence et de compétitivité), scientifiques (recherche et développement, universités), sociaux, culturels ou historiques. Ces atouts font partie intégrante de l'attractivité de la place ou destination.

C'est pourquoi, le site doit :

1. travailler en étroite collaboration avec les élus politiques et les responsables administratifs du développement économique et de l'aménagement du territoire et être partie prenante en amont des schémas et des décisions correspondantes,
2. redéfinir en conséquence son argumentaire de vente sur la base de la matrice d'analyse stratégique définie par les professionnels,
3. mobiliser les acteurs de la chaîne de valeur :
4. promouvoir la valeur ajoutée et les atouts différenciant de la place/territoire.

Ces stratégies exigent avant tout de **se défaire de l'assimilation au « tourisme d'affaires »,** qui confond la cause, la manifestation au service des territoires et des entreprises et une de ses conséquences les plus immédiates à savoir le développement du chiffre d'affaires des opérateurs touristiques.

C'est dans cette vision large que le parc des expositions et/ou le centres de congrès peut être utilisé de manière la plus efficace **pour servir au mieux la politique de développement et de promotion des territoires.**

Or, **l'appui des collectivités territoriales** est capital, aussi bien dans le financement des structures d'accueil et des infrastructures facilitant leur **accessibilité que dans l'accompagnement les candidatures à l'accueil de manifestations majeures**. Cet accompagnement doit être financièrement transparent pour éviter notamment de créer des distorsions de concurrence sur ce marché mondialisé concurrentiel.

Ce positionnement dominant au cœur du développement économique et de l'attractivité a induit progressivement une modification voire une inversion du positionnement des sites d'accueil dédiés. **D'outils au service de la collectivité territoriale délégante qui les a financés ou cofinancés, ils sont devenus de véritables acteurs et promoteurs des places.**

6.2. Focus sur l'activité des parcs d'exposition et des centres de congrès au 1er semestre2011

Le bilan annuel des sites est réalisé à partir du dispositif d'observation mis en place par le CNP FSC[2] en partenariat avec la CCIP, France Congrès et Atout France. Depuis 2009, la collecte des données se fait par semestre par les différents partenaires. ***Concernant le 1er semestre 2011, 42 sites ont répondu sur leur activité détaillée (en totalité ou partiellement). En termes de représentativité, les réponses collectées à ce jour représentent environ 55% des espaces disponibles en France avec, pour l'IDF, grâce à la participation de VIPARIS, un taux de 90%.***

> Le nombre de manifestations accueillies dans les sites serait en progression de 5% au 1er semestre 2011 par rapport au 1er semestre de l'an dernier (2 688 en 2010 à 2 833 sur un périmètre de 42 sites comparables)

+18% en nombre de congrès (327)
+10% en nombre de réunions d'entreprises (1118)
+12% en nombre de manifestations culturelles sportives examens (572)

> la durée d'ouverture et d'occupation globalement en hausse
La durée moyenne d'ouverture au public des manifestations est également un bon indicateur de la dynamique de la profession. D'après notre panel, **la durée moyenne d'ouverture au public des événements accueillis augmente.**

> A panel constant de sites, les surfaces mobilisées en m².jours par les différents types d'événements seraient globalement en hausse de 12% au 1er semestre 2011.

S'agissant du segment « Foires et salons » (qui représente 80% des espaces occupés) l'activité des sites d'accueil est fortement impactée par les résultats des salons biennaux. L'augmentation de 12% des espaces mobilisés en jours résulte principalement de l'organisation, en juin 2011, du salon international de l'Aéronautique et de l'Espace au Parc des expositions du Bourget.
(En 2011, la durée d'occupation du site a été allongée par rapport à l'édition précédente favorisant un montage plus confortable pour les exposants et leurs sous-traitants)
Hors Parc du Bourget, l'évolution est plutôt négative à -23%, **les années impaires étant la plupart du temps, pour les sites franciliens, moins favorables** que les années paires (Interclima + Elec, Europain, etc.)

Sur les autres types d'événements, par nature non ou peu récurrents (même si on observe chez les sites d'accueil des politiques de fidélisation d'événements d'entreprises ou de congrès – en lien avec leur tissu économique régional-, **l'activité mesurée en m².jours**, au plan national semble en baisse (-16%) .

Tous les types d'événements accueillis ne sont pas touchés puisque l'on note

[2] Comité National de Pilotage des Foires, Salons, Congrès installé en décembre 2006 par Christine LAGARDE.

- une hausse de 10% des m².jours dans les réunions d'entreprises, croissance observée dans les manifestations organisées en régions (stabilité en IDF);
- une contraction de – 15% des m².jours dans les congrès, baisse enregistrée aussi bien dans les congrès franciliens que ceux dans les autres régions.

Concernant le chiffre d'affaires réalisé sur les événements « Hors salons », **la tendance montre une légère hausse du chiffre d'affaires moyen par événement accueilli** dans les sites en région (aucune donnée pour les sites franciliens de VIPARIS).

On notera néanmoins, dans les sites en régions, que si les réunions d'entreprise mobilisent plus d'espaces, le chiffre d'affaires associé moyen par événement est plutôt en diminution (-10%), les clients étant particulièrement soucieux de justifier chaque dépense.
Sur le segment des congrès, le chiffre d'affaires moyen par événement accueilli resterait stable au 1er semestre 2011 par rapport à la même période en 2010.

> 7. Focus sur les prestataires de services de l'exposition et de l'événement – Christian LIAGRE

Les prestataires de services de l'exposition et de l'événement sont des **acteurs essentiels de la réussite des manifestations organisées**. Ils interviennent dans de nombreux domaines : installation générale, conception et réalisation de stands pour les exposants, décoration et notamment florale, location de mobilier, tapisserie, accueil dédié (hôtes et hôtesses), contrôle d'accès et pré-enregistrement des visiteurs, transports et manutention des produits exposés, prestations d'animation, de formation des équipes commerciales des exposants, assurance, promotion internationale des manifestations, etc….

Ces métiers accompagnent les évolutions du secteur ; **pour 2011, les résultats du 1er semestre 2011 ont été dopés par la tenue du salon international de l'Aéronautique et de l'Espace et l'année devrait se terminer globalement de manière plutôt « satisfaisante ».**

Pour les prestataires ayant répondu à l'enquête de FSCEF**, le sentiment qui domine est que 2011 sera une année de stabilisation, voire de retour à une situation avant crise.** « Pour 2012, très bonnes perspectives avec toutefois un manque d'enthousiasme général pour les nouveaux projets ».

> 8. Les investissements – Olivier ROUX

Pour s'adapter à la demande du marché, les équipements d'accueil des foires, salons, congrès et événements se modernisent. D'importants projets d'investissements se sont concrétisés récemment et d'autres sont en réflexion.

8.1. Des investissements significatifs

D'après les travaux de FSCEF en partenariat avec Atout France, les investissements dans les infrastructures d'accueil ont atteint en 2010 un montant de l'ordre de 280 millions d'euros, tendance en forte croissance depuis 2006.

Concernant les réalisations récentes, deux peuvent être citées comme emblématiques du point de vue du développement **d'équipements multi-fonctionnels**, conçus dans une optique de développement **durable et globale**, pour les places concernées :

> celui de l'Aréna – à Montpellier, inauguré le 8 septembre 2010, dont l'investissement à hauteur de 68 millions d'euros vient compléter la capacité du parc des expositions actuel d'un hall multi-fonction de 14 000 places – 12 500 m² pouvant accueillir de grands événements économiques, sportifs et culturels.

> nouveau hall 7 de Paris Nord Villepinte : inauguré le 14 septembre 2010, **ce nouveau hall d'une surface de 36 000 m² - dont l'investissement s'est élevé à 66 millions d'euros- porte à 242.000 m² la capacité du parc des expositions de Paris Nord Villepinte.** L'infrastructure, éco-conçue et labellisée HQE, est un atout supplémentaire pour la place Paris IDF **sur le segment des grandes manifestations internationales.**

8.2. D'autres projets d'envergure sont également engagés ou prêts à l'être, et ce, malgré la crise.

A Chalons en Champagne, un nouveau parc des expositions est en train de sortir de terre. Les travaux portent sur la rénovation d'un hall et son agrandissement. **La surface couverte gagnera 4 000 m².** Ce hall unique bénéficiera d'une très forte polyvalence**. Des expositions pourront être organisées sur 11 400 m² libres de tout poteau. Le hall abritera une salle de spectacles modulable par un système de gradins amovibles, pouvant recevoir de 3 000 personnes assises à 7 000 personnes debout lors de concerts et manifestations sportives.** Les salles de congrès et de séminaires seront également modulables : de 200 à 600 personnes.

A **Nantes, le parc des expositions de La Beaujoire entame dès février 2012 d'importants travaux** pour un montant de 22 millions d'euros. Ils consisteront notamment à démolir 2 halls pour en reconstruire un seul d'une surface d'environ 15.500m2 de SHON, soit une extension de +7 000 m². Avec une capacité de 9000 places assises en tribunes démontables, il sera destiné à accueillir des expositions et des manifestations sportives. La livraison du nouvel équipement est prévue pour mars 2013.

Le Maire de **Strasbourg** a annoncé lors de l'inauguration de la foire en septembre 2010 que l'actuel parc des expositions serait détruit et reconstruit **sur une surface de 50 000 m² bruts couverts** sur un terrain jouxtant le Palais des Congrès et de la Musique. **L'investissement est évalué à 250 Millions d'euros et le nouvel équipement serait livré début 2016**. Par ailleurs, une extension du Palais des Congrès est prévue sur 12 000 m² bruts couverts afin de compléter l'offre d'exposition pour l'accueil de grands congrès. Cet investissement est évalué entre 40 et 70 millions d'euros. Il devrait être livré et disponible en 2014.

A **Colmar**, une ancienne halle aux vins a été détruite et c'est un hall multifonctionnel de 2000 m² qui a été reconstruit au sein de l'enceinte du parc des expositions afin d'accueillir congrès, spectacles et événements sportifs.

De même, **à Nancy**, la construction d'un Palais des Congrès à proximité de la Gare a été lancée (20 000 m² - 60 millions d'euros d'investissements) au sein d'un nouvel ensemble urbain, appelé « Ecoquartier Nancy Grand Cœur ». Le bâtiment est prévu pour ouvrir en 2013.

A **Toulouse** également, la reconstruction d'un nouveau parc des expositions est programmée. À Aussonne, sur 50 hectares, le projet prévoit 55 000 m² couverts (avec une capacité d'extension à 80000 - 100 000 m²), ainsi que 40 000 m2 de surfaces d'expositions extérieures. Le coût d'investissement prévisionnel a été évalué à **157 millions d'euros, auquel il faut ajouter 40 millions d'euros pour le foncier, les réseaux, parkings, espaces extérieurs...**

A Agen des travaux d'extension sont prévus au parc des expositions afin de créer 2500 m² supplémentaires de halls d'exposition ; des salles de réunion seront également créées pour accueillir des congrès. **En Avignon**, des travaux de réhabilitation du parc des expositions sont également prévus très prochainement par la nouvelle entité en charge de gérer également le Palais des Papes, pour une meilleure cohérence de l'offre d'accueil sur le territoire. D'autres projets sont prévus à Pau, à Tarbes…

Au-delà des infrastructures, **l'investissement capitalistique dans les salons se maintient à un bon niveau, preuve de la confiance des investisseurs dans le média.**

Sur tous ces projets, la Profession rappelle que les décisions d'investissements ou de réhabilitation doivent être guidées par des **principes différents de ceux qui ont prévalu dans le passé :**

- ⇨ un centre de congrès ou d'exposition doit s'envisager comme un **outil pérenne et donc adapté à son marché** ; la décision d'investir ne peut en aucun cas reposer sur des considérations purement touristiques (nombre de nuitées) ou de faisabilité en termes d'espace ou de foncier disponible.

- ⇨ la réflexion préalable à tout investissement doit d'abord fixer **les objectifs souhaités par la collectivité** puis analyser le **marché et les potentialités sur les différents segments existants (foires et salons, congrès, réunions)**, et intégrer les facteurs d'environnement (accessibilité en transports, capacités d'hébergement, etc.) en même temps que le projet sous peine de le mettre en péril

- ⇨ **privilégier la modularité** afin d'accueillir tous types d'événements (un salon réputé mais aussi des examens et concours par exemple) de manière à assurer la rentabilité de l'outil

- ⇨ **améliorer l'accessibilité** avec entre autres (amélioration de la signalétique routière des sites sur les autoroutes et les accès aux parcs et centres de congrès dans les communes et dans les gares et aérogares, développement de transports en site propre et parking relais, augmentation des capacités de parking de bus et cars).

> 9. Conclusion concernant les perspectives 2012 – Thierry HESSE

9.1. Après une année plutôt satisfaisante, les perspectives pour 2012 restent incertaines.

L'activité d'accueil de manifestations qui a globalement terminé 2011 de manière satisfaisante (voire excellente pour certains) devrait se stabiliser en 2012, les acteurs espérant consolider le marché des événements d'entreprises et maintenir l'activité sur le segment des congrès. Sur le segment des spectacles et manifestations culturelles / concerts, les bons scores enregistrés en 2011 resteront à confirmer.

Les organisateurs des grandes manifestations ouvertes au public sont optimistes, notamment pour les salons de passionnés qui rassemblent des communautés d'intérêt. Malgré le sentiment général que la crise va s'installer dans la durée, les foires et les salons dédiés à l'Habitat/l'amélioration de la Maison notamment dans une optique durable sont très attractifs pour les porteurs de projet concrets car ils proposent un vrai choix. Si, dans certains domaines, la diminution de l'offre est réelle et préoccupante, dans la plupart des secteurs, même les plus touchés, l'innovation constitue un véritable moteur de développement.

C'est également le cas dans le domaine des **salons professionnels**, dont l'évolution dépend certes de la dynamique globale des activités présentées mais qui ont leur propre dynamique liée à la nécessité auxquelles sont confrontées les entreprises, surtout en période de crise de remplir à court terme leur carnets de commande mais aussi de préparer l'avenir en présentant leurs innovations et en s'informant sur les innovations des concurrents, en recherchant des partenaires : le salon professionnel est désormais non seulement le catalyseur mais aussi l'acteur et le moteur de ce développement. .

Pour les congrès, la tendance n'a jamais été aussi bonne car rencontrer ses confrères reste primordial pour échanger les bonnes pratiques et se former.

Phénomène nouveau à confirmer, il semble que les échéances électorales qui ont toujours eu un fort impact notamment sur les manifestations destinées au plus large public soient en 2012 moins sensibles qu'elles ne l'étaient dans le passé.

9.2. C'est pourquoi, la recherche et le développement dans la filière est primordiale.

Nous avons bien entendu évoqué les importants investissements matériels qui témoignent de la confiance et de l'intérêt des opérateurs pour cette activité. Mais il ne faut pas oublier le formidable développement des investissements immatériels réalisés indépendamment par de nombreuses entreprises du secteur mais aussi collectivement sous l'égide de notre fédération.

Formation professionnelle, promotion du média, recherche et développement, innovation dans tous les métiers ont pour ambition d'accompagner **les exposants, congressistes et visiteurs pour améliorer le rapport coût/efficacité de leur participation notamment grâce à une utilisation massive d'innovations liées aux nouvelles technologies.**

C'est pourquoi, je vous donne deux rendez-vous : le rendez vous traditionnel du mois d'avril qui fera le bilan de l'année 2011 et précisera les perspectives de l'année 2012 mais surtout notre prochain congrès, qui se tiendra à Strasbourg les 5 et 6 juillet 2012 au Palais des Congrès et de la Musique, et au cours duquel nous dévoilerons les principaux axes d'innovation et de développement qui structureront les manifestations de l'avenir, foires, salons, congrès et événements.

Annexes

1. Liste des foires et salons du panel OJS du 1er semestre 2011 (données certifiées et comparées à leur dernière édition : 2010 pour les salons annuels et semestriels, 2009 pour les salons biennaux)

Les foires généralistes :

FOIRE - LAVAL	FOIRE INTERNATIONALE - NANCY
FOIRE DE CHAUMONT	FOIRE INTERNATIONALE - NANTES
FOIRE DE LIMOGES ET DU LIMOUSIN	FOIRE INTERNATIONALE - NICE
FOIRE DE PRINTEMPS - GRENOBLE	FOIRE INTERNATIONALE - PARIS
FOIRE EXPOSITION - ANGOULEME	FOIRE INTERNATIONALE - RENNES
FOIRE EXPOSITION - BESANCON	FOIRE INTERNATIONALE - ROUEN
FOIRE EXPOSITION - BOURGES	FOIRE INTERNATIONALE - TOULOUSE
FOIRE EXPOSITION - ORLEANS	FOIRE PRINTEMPS- AVIGNON
FOIRE EXPOSITION DE L'ANJOU - ANGERS	FOIREXPO NIORT
FOIRE INTERNATIONALE - BORDEAUX	FOIREXPO POITIERS
FOIRE INTERNATIONALE - LYON	ORNEXPO - FOIRE EXPOSITION - ALENCON

Les salons grand public :

AGRICULTURE - TARBES	LILLE ART FAIR
ALTERNATIV CARRIERES - ANGERS	LIVRE
ANTIQUAIRES - GRENOBLE	LYCEEN ET ETUDIANT - LILLE
ANTIQUAIRES - NANCY	MAHANA LYON
ANTIQUITES - DIJON	MAHANA MARSEILLE
ANTIQUITES - ORLEANS	MAHANA TOULOUSE
ARMES ANCIENNES - POITIERS	MAISON - NIMES
ART PARIS	MAISON CONFORT - POITIERS
ARTISANS D'ART - TROYES	MAISONS DE PRINTEMPS - STRASBOURG
AUTOMOBILE - CHALONS EN CHAMPAGNE	MAP MONDIAL DU TOURISME
BIJOUTIFUL - NIMES	MARIAGE - ARRAS
BOIS & HABITAT DURABLE - GRENOBLE	MARIAGE - DOUAI
BROC ET PUCES PAYS DE LA LOIRE - ANGERS	MARIAGE - METZ
BROCANTE DE PRINTEMPS	MARIAGE - POITIERS
CAMPING CAR NEUF - SAINT-ETIENNE	MASTERS & 3ÈME CYCLES FORMATION POUR ADULTES - LILLE
CARREFOUR NATIONAL DE LA PECHE ET DES LOISIRS	MASTERS ET 3EME CYCLES - LYON
CITE 39 - LONS LE SAUNIER	MASTERS ET 3EME CYCLES - NANTES
CREATIVA - GRENOBLE	MASTERS ET 3EME CYCLES - PARIS
CREATIVA - METZ	MASTERS ET 3EME CYCLES - TOULOUSE
CREATIVA TOURISME LOISIRS - MONTPELLIER	MOBILIER - NANTES
DISCOM MIXMOVE	NANTES IMMO ATLANTIQUE
EMPLOI PUBLIC	NATURE ET BIEN-ETRE - LAVAL
ENERGIES ET ECO HABITAT - FOUGERES	PASSERELLE - LA ROCHELLE
ENERGIES ET ECO HABITAT - QUIMPER	PECHE EN MER - NANTES
ENERGIES ET ECO-HABITAT - LAVAL	PISCINE ET JARDIN - MARSEILLE
ENERGIES ET ECO-HABITAT- ANGOULEME	PLAISIRS GOURMANDS - SAINT ETIENNE
EXPOLANGUES - PARIS	PRINTEMPS DE LA MAISON - AGEN
FESTIVAL ETONNANTS VOYAGEURS	PUCES ET BROCANTE - STRASBOURG

FORMATHEQUE	RETROPOLIS
FORME & BIEN ETRE - TROYES	S.I.A (Salon International de l'Agriculture)
FORME ET BIEN-ETRE - CAEN	SALON DE LA FORMATION CONTINUE - PARIS
GARDEN PARTY - METZ	SALON DE L'APPRENTISSAGE ET DE L'ALTERNANCE - PARIS
GENERATIONS - STRASBOURG	SALON DE L'ÉTUDIANT INFORMATIQUE ET MULTIMEDIA
HABITAT - CLERMONT FERRAND	SALON DE L'HABITAT ET DE LA DECORATION - METZ
HABITAT - DIJON	SALON DES ETUDES ET CARRIERES INTERNATIONALES
HABITAT - LE HAVRE	SALON DES FORMATIONS ARTISTIQUES - PARIS
HABITAT - MONTPELLIER	SALON EUROPEEN DE L'INGENIEUR (SEI)
HABITAT DECO - NANCY	SAVEURS DES PLAISIRS GOURMANDS
HABITAT DECO JARDIN - CAEN	SERVICES A LA PERSONNE - LILLE
HABITAT DECORATION JARDIN - PAU	SIMP
HABITAT ECO-CONSTRUCTION ET SALON - SAINT BRIEUC	SIT NANTES
HABITAT ET ENVIRONNEMENT - CHALONS EN CHAMPAGNE	SIT RENNES
HABITAT ET IMMOBILIER - AUTUN	TENDANCES HABITAT - LILLE
HABITAT ET IMMOBILIER - CHALONS SUR SAÔNE	TERRALIES - SAINT BRIEUC
HABITAT ET JARDIN - CHAMBERY	TOURISSIMA - LILLE
HABITAT EXPO - BREST	TOURISSIMO - STRASBOURG
HABITAT EXPO - LORIENT	TOUT NATURE - METZ
HABITAT EXPO - VANNES	VEHICULE D'OCCASION - LA ROCHELLE
ID CREATIVES - REIMS	VEHICULES DE LOISIRS D'OCCASION - NANTES
IMMO D'OR - DIJON	VEHICULES ET LOISIRS DE PLEIN-AIR - METZ
IMMOBILIER - BOURG EN BRESSE	VERSION SCRAP - PARIS
IMMOBILIER - GRENOBLE	VINIDOME-VINIGAST-ALLEES FROMAGERES
IMMOBILIER - LYON	VINS - LIMOGES
IMMOBILIER - PARIS	VINS DES VIGNERONS INDEPENDANTS - BORDEAUX
IMMOBILIER - TOULOUSE	VINS DES VIGNERONS INDEPENDANTS - LYON
IMMOPOLIS - BESANCON	VINS DES VIGNERONS INDEPENDANTS - PARIS
JUMPING L'EXPO - BORDEAUX	VINS DES VIGNERONS INDEPENDANTS - RENNES
L'ETUDIANT - CAEN	VINS DES VIGNERONS INDEPENDANTS - STRASBOURG
L'ETUDIANT - LYON	VINS ET GASTRONOMIE - ANGOULEME
L'ETUDIANT - MARSEILLE	VINS ET GASTRONOMIE - BIARRITZ
L'ETUDIANT - MONTPELLIER	VINS ET GASTRONOMIE - BREST
L'ETUDIANT - ORLEANS	VINS ET GASTRONOMIE - CAEN
L'ETUDIANT - PARIS	VINS ET GASTRONOMIE - LAVAL
L'ETUDIANT - POITIERS	VINS ET GASTRONOMIE - LE HAVRE
L'ETUDIANT - PONTOISE	VINS ET GASTRONOMIE - METZ
L'ETUDIANT - RENNES	VINS ET GASTRONOMIE - QUIMPER
L'ETUDIANT - ROUEN	VINS ET GASTRONOMIE - SAINT MALO
	VINS ET GASTRONOMIE - VANNES
	VINS ET GASTRONOMIE - VERTOU
	VOITURE D'OCCASION - TOULOUSE

Salons professionnels :

AERONAUTIQUE	PRINT'OR
BATICAP	RIST - SALON DE LA SOUS TRAITANCE
CADRES & CO PARIS	RTS EMBEDDED SYSTEMS
CGNS	SALON PROFESSIONNEL VINS DES VIGNERONS INDEPENDANTS D'EUROPE
CIEN (MESUREXPOVISION)	SALONS CE BORDEAUX
COMMUNICATION OVER IP - VOIP EXPO	SALONS CE LILLE
DOCUMATION	SALONS CE LYON
ECLAT DE MODE / BIJORHCA	SALONS CE MARSEILLE
ENERGIES RENOUVELABLES - LYON	SALONS CE METZ
ENVIRONORD	SALONS CE NANTES
EQUIPEMENT PROFESSIONNEL BRICOLAGE - POITIERS	SALONS CE PARIS
EUROBOIS	SALONS CE REIMS
FAME (avec WHO'S NEXT & PRÊT À PORTER PARIS ®)	SALONS CE RENNES
FISCAP	SALONS CE ROUEN
FOM	SALONS CE STRASBOURG
FRANCHISE EXPO PARIS	SALONS CE TOULOUSE
GRAPHITEC	SALONS CE TOURS
IDEF - INTERACTIVE AND DIGITAL FESTIVAL - CANNES	SERBOTEL ATLANTIQUE
INTERFILIERE - PARIS	SFCL
INTERSELECTION - PARIS	SIL - LINGERIE - PARIS
IT PARTNERS	SIMA
JFHOD	SIRHA
MADE IN FRANCE	SITL
MAISON&OBJET	SIVAL - ANGERS
MAISON&OBJET ÉDITEURS	SOLUTIONS RESSOURCES HUMAINES
MARCHE DU FILM - CANNES	SRLF
MD EXPO	SSTT
MEDFEL - PERPIGNAN	TEXWORLD
MIDEM	TRADEXPO
MIP TV FEATURING MILIA	URBEST - METZ
MIPIM FEATURING MIPIM HORIZONS-CANNES	VEGETAL - ANGERS
MONDIAL BODY FITNESS FORM'EXPO	VINEXPO
NOW! DESIGN À VIVRE	VINS DE LOIRE - ANGERS
PARKOPOLIS	WHO'S NEXT & PRÊT À PORTER PARIS ®
PREMIÈRE CLASSE (avec WHO'S NEXT & PRÊT À PORTER ®)	ZOOM BY FATEX

2. Liste des 42 sites d'accueil (Parc d'expositions et centres de congrès) ayant répondu à l'enquête sur le 1er semestre 2011

Angers - Centre de congrès	Nantes - Parc expo La Beaujoire
Angers - Parc des expositions	Paris - Carrousel du Louvre (Viparis)
Beaune - Centre de Congrès	Paris - Cnit La Défense (Viparis)
Biarritz - Casino Municipal (Biarritz Tourisme)	Paris - Espace Champeret (Viparis)
Biarritz - Espace Bellevue (Biarritz Tourisme)	Paris - Espace Grande Arche (Viparis)
Biarritz - La Halle d'Iraty (Biarritz Tourisme)	Paris - Issy les Mlx (PACI) (Viparis)
Bordeaux - Hangar 14	Paris - Le Bourget (Viparis)
Bordeaux - Palais des Congrès	Paris - Palais des Congrès (Viparis)
Bordeaux - Parc des expositions	Paris - Porte de Versailles (Viparis)
Clermont Ferrand - Grande Halle	Paris Nord Villepinte (Viparis)
Dijon Congrexpo	Reims - Centre des Congrès
Grenoble WTC	Reims - Parc des expositions
La Rochelle - Espace Encan	Rouen - Parc des expositions
La Rochelle - Forum des Pertuis	Saint Etienne - Parc des expositions
Lyon - Eurexpo	Saint Malo - Palais du Grand Large
Montpellier - Centre de Congrès	Strasbourg - Palais de la Musique et des Congrès
Montpellier - Parc des expositions	Strasbourg - Parc des expositions
Montpellier - Zénith	Toulouse - Centre de Congrès Pierre Baudis
Nancy - Palais des Congrès	Toulouse - Parc des expositions
Nancy - Parc des expositions	Tours - Centre de Congrès Vinci
Nantes - Events Center	Versailles - Palais des Congrès (Viparis)