



un référentiel de qualité

- > au service de la dynamique des foires-expositions en France ;**
- > l'assurance, pour les exposants et visiteurs, d'une foire-exposition organisée dans les règles de l'art.**



En partenariat avec

Foires Salons et Congrès de France
Office de Justification des Statistiques
11 rue Friant – 75014 PARIS
Tel : 01 53 90 20 10 – Fax : 01 53 90 20 19
www.foiresaloncongres.com
www.ojs.asso.fr





A travers le référentiel "Foires de France", les organisateurs de foires-expositions membres de FSCF, groupement professionnel du secteur, affichent leur exigence de qualité et leur volonté de développer leur professionnalisme au service des exposants, des visiteurs et des agglomérations qui les accueillent.

Pour que la foire-exposition reste un lieu de découvertes, de convivialité et d'authenticité, ils ont souhaité réaffirmer la nécessité de respecter un certain nombre de règles fondamentales pour la profession.

QU'EST-CE QUE LE REFERENTIEL "FOIRES DE FRANCE" ?

Le référentiel "Foires de France" définit les **caractéristiques fondamentales** d'une foire-exposition et les **engagements** que doivent respecter les organisateurs pour que leur manifestation soit organisée dans les "règles de l'art", définies par la Profession.

C'est un référentiel de qualité qui s'appuie sur les **valeurs portées par les foires-expositions dans notre pays** :

- **Lieu de découvertes**
- **Convivialité des échanges**
- **Authenticité et tradition**

Ce référentiel est destiné à développer l'**attractivité des foires-expositions** auprès de deux cibles :

- **les exposants.** Qu'ils représentent de marques nationales ou régionales, des artisans, des fabricants ou commerçants, des collectivités locales ou des associations, tous utilisent la foire pour se faire connaître, rencontrer leurs publics, vendre leurs produits ou services. Certains assurent la pérennité de leur entreprise en réalisant sur la foire la moitié de leur chiffre d'affaires annuel.

Pour un exposant, le **Référentiel "Foires de France"** est l'**assurance que la foire-exposition a laquelle il participe** a été conçue par des professionnels et organisée en fonction des **caractéristiques des habitants de la zone de chalandise concernée.**

- **les visiteurs.** Face à la concentration des modes de distribution, la foire reste, pour les consommateurs, l'un des derniers lieux pour redécouvrir, dans un cadre festif, une offre de produits et de services variés, pour la vie de tous les jours. Grâce aux pôles "Confort de vie", "Style de vie" et "Vie dans la société" qui structurent l'offre des foires, les visiteurs peuvent comparer, réfléchir et, souvent, concrétiser leurs projets d'équipements.

Pour un visiteur, le **Référentiel "Foires de France"** est l'**assurance** que la foire-exposition où il se rend a été conçue pour **faciliter sa visite et répondre à ses attentes** : découvrir, dans une ambiance conviviale et chaleureuse, de nouvelles idées et prendre des conseils auprès d'exposants attentifs avant un achat potentiel.

HISTORIQUE DE LA DEMARCHE : LA VOLONTE D'UNE PROFESSION

Le référentiel "Foires de France" est l'**aboutissement d'une réflexion collective** qui s'inscrit dans une **dynamique positive d'évolution** du secteur des foires et salons.

A travers l'organisation professionnelle qui les représente, les organisateurs de foires ont lancé, en 2001, une démarche visant à **repositionner le média "foires-expositions"** parmi les outils marketing et d'information à la disposition des exposants et des visiteurs.

Ces réflexions ont abouti fin 2003 à la **redéfinition du concept "foire-exposition"** et à la rédaction d'un document qui détaille les **cinquante exigences que doivent respecter les organisateurs de foires qui souhaitent prétendre au référentiel "Foires de France"**.

Le processus d'obtention du Référentiel a débuté en janvier 2004 et se poursuit encore aujourd'hui.



UN PROCESSUS D'OBTENTION EXIGEANT

Pour obtenir le référentiel "Foire de France", la foire candidate doit être adhérente de FSCF, le groupement professionnel du secteur et respecter cinquante exigences classées par grands chapitres :

- l'offre commerciale (qualité et diversité de l'offre intégrant les spécificités régionales)
- l'ambiance (outils d'animations mis en place pour favoriser la création d'une ambiance conviviale)
- l'agencement et la mise en scène (éléments favorisant la lisibilité de l'offre et facilitant la cohérence visuelle de la foire-exposition)
- l'accueil des visiteurs
- l'accueil des exposants
- la communication (éléments de contenus des messages de communication, part du budget consacré à la communication, enquêtes qualitatives sur les exposants et visiteurs)
- la réglementation et les usages de la profession (chartes de qualité exposants, contrôle des chiffres clefs par un organisme indépendant)

Chaque demande d'obtention du référentiel est étudiée par un comité de pilotage composé d'élus de FSCF et de représentants des organisateurs de foires.

La foire candidate doit présenter, pour chacun des cinquante engagements du Référentiel, la justification correspondante par tout moyen.

Un "parrain" est désigné pour suivre, une fois le référentiel accordé, la bonne application des exigences du Référentiel Foires de France pour les prochaines éditions de la manifestation.

POURQUOI LES FOIRES-EXPOSITIONS SOUHAITENT-ELLES OBTENIR CE REFERENTIEL ?

Toute foire qui obtient le référentiel "Foire de France" peut ainsi :

- > valoriser le professionnalisme de son équipe,
- > distinguer sa manifestation des autres événements commerciaux qui utilisent l'appellation "foire" sans répondre à un certain nombre de critères objectifs reconnus par la profession,
- > mesurer la qualité de sa manifestation à une date donnée par rapport à des critères nationaux communs
- > étudier, dans la durée, les effets des actions mises en œuvre.

Se conformer au Référentiel "Foire de France" est une démarche dynamique. Pour les foires qui peuvent s'en prévaloir, le référentiel illustre leur souhait de positionner leur manifestation comme un outil efficace au service du développement économique régional et de l'animation des bassins d'emplois.

LES DONNEES CLEFS DES FOIRES-EXPOSITIONS EN FRANCE

> Qu'est-ce qu'une foire-exposition ?

Internationale, régionale ou locale, la foire-exposition réunit l'ensemble des acteurs socio-économiques d'une région et propose au visiteur une rencontre avec tous les représentants de la vie économique industrielle, artisanale et sociale. Elle peut être assortie d'une offre internationale originale.

Vecteur de promotion économique pour l'ensemble de la région, ce rendez-vous d'affaires présente une offre généraliste unique en terme de biens d'équipement, de consommation et de services. Dans une ambiance conviviale et festive, le visiteur peut ainsi comparer les produits d'un même genre entre eux, se faisant une idée des différentes solutions qui s'offrent à lui, en toute liberté. La foire constitue pour nombre de petites entreprises, artisans ou commerçants, le principal moyen de développement de leur activité.



> Les foires expositions en France en quelques chiffres (pour 2004)

En 2004, 68 foires-expositions ont choisi la transparence en faisant contrôler leurs résultats par l'OJS, organisme de contrôle des résultats des foires et salons, agréé par le Ministère de l'Economie.

Ces foires ont représenté en 2004 :

- 1,4 millions de m² commercialisés
- 30 000 exposants
- 6,3 millions de visiteurs accueillis.

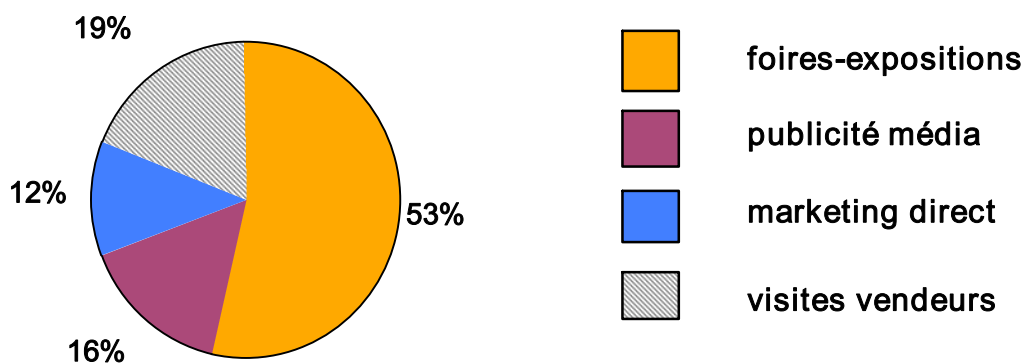
A échantillon constant et par rapport à l'année 2003, ces indicateurs sont en légère progression :

- + 0,6% pour les surfaces commercialisées ;
- + 0,9% pour le nombre d'exposants
- + 0,9% pour le nombre de visiteurs.

Quel est le média qui peut aujourd'hui se prévaloir d'une audience aussi importante et mesurée avec autant d'exhaustivité ? Aucun. Ces chiffres confirment que loin d'être considérées comme des événements du passé, les foires-expositions sont des événements **attractifs pour le grand public**. Les évolutions de la fréquentation des foires calculées sur la dernière décennie montrent d'ailleurs que la fréquentation de ces manifestations se maintient à un niveau stable et élevé.

> Une efficacité reconnue pour les exposants qui participent aux foires-expositions

Lorsqu'on pose la question "quel est d'après vous, le média le plus efficace parmi les foires-expositions, la publicité média, le marketing direct et les visites vendeurs ?", le premier outil cité est, à 53% "les foires expositions" (Etude réalisée en 2003 auprès d'un panel de 300 exposants)



Les missions de Foires Salons et Congrès de France

favoriser le développement de la filière, en veillant à la prise en compte des intérêts de ses adhérents au niveau juridique, fiscal, social et réglementaire, promouvoir l'ensemble de la filière auprès des clients et relais d'opinion, notamment à travers la réalisation d'études économiques sur le secteur, développer des services adaptés aux besoins des adhérents : formations spécifiques, conseils et études juridiques...

Sur www.foiresaloncongres.com, retrouvez la liste des foires référencées ainsi que le détail des sept chapitres relatifs aux engagements du Référentiel "Foires de France"