

Tourisme d'affaires

Édition 2022

RENCONTRES
ET ÉVÉNEMENTS
D'AFFAIRES
À PARIS
ÎLE-DE-FRANCE



FOCUS
SPÉCIAL

Sortie de crise et plan de relance

- Activité des salons
- Activité des congrès
- Activité des autres manifestations



CCI PARIS ÎLE-DE-FRANCE



SOMMAIRE

ÉDITO.....	4
------------	---

CHIFFRES-CLÉS.....	5
--------------------	---

FOCUS SPÉCIAL SORTIE DE CRISE ET PLAN DE RELANCE (2022)

Une nette amélioration après 2 années difficiles.....	6
Un 1 ^{er} semestre 2022 dynamique pour l'ensemble des salons.....	6
Les conséquences de la crise sanitaire sur l'activité des salons demeurent significatives.....	7
100 millions € dédiés à un plan de relance pour soutenir la filière événementiel d'affaires.....	8
Le dispositif GOTOO de la CCIR : accompagner et soutenir les entreprises franciliennes à l'export.....	8

ACTIVITÉ DES SALONS EN ÎLE-DE-FRANCE EN 2021

Mieux qu'en 2020, mais encore loin des niveaux d'avant la pandémie.....	9
Rebond du nombre de salons en seulement 4 mois d'activité.....	9
Plus de visiteurs qu'en 2020 mais bien moins qu'en 2019.....	10
Un rebond plus contenu de la participation des entreprises exposantes.....	10
Encore moins de clients internationaux qu'en 2020.....	10
Les organisateurs ont loué plus de surfaces qu'en 2020.....	11
Les grands salons professionnels internationaux bien plus impactés.....	11
6,1 milliards € de chiffre d'affaires réalisé par les entreprises.....	12
1 milliard € de retombées économiques pour le territoire francilien.....	12
Un impact économique considérable pour 2021.....	12

ACTIVITÉ DES CONGRÈS EN ÎLE-DE-FRANCE EN 2021

L'activité des congrès encore fortement impactée en 2021.....	13
Plus de congressistes qu'en 2020 mais bien moins qu'en 2019.....	14
Une forte majorité de participants français.....	14
724 millions € de retombées économiques pour le territoire francilien.....	14
Le classement ICCA a favorisé les formats hybrides ou virtuels.....	15

ACTIVITÉ DES AUTRES MANIFESTATIONS EN ÎLE-DE-FRANCE EN 2021

Une lente reprise des autres manifestations.....	16
Corporate : un rebond qui n'est pas synonyme de retour à la « normale ».....	16
Les événements divers tirent leur épingle du jeu.....	17

ANNEXES

Offre d'infrastructures.....	18
Évolution du périmètre de l'étude.....	19
Présentation du secteur des rencontres et événements d'affaires.....	22
Réglementation.....	26
Principaux partenaires de la CCI Paris Île-de-France.....	28
Remerciements.....	32

ÉDITO



© Xavier Renauld/CCI Paris Ile-de-France

“ La CCI Paris Île-de-France et les principaux acteurs de la filière ont œuvré pour la mise en place d’un dispositif d’aide aux PME pour exposer sur les salons. Les CCI sont la porte d’entrée des PME pour instruire les dossiers de subventions. ”

La CCI Paris Île-de-France, acteur historique du secteur des congrès et salons, publie chaque année le bilan d’activité des parcs d’exposition et de congrès.

Comme lors des 2 années précédentes, nous ne pouvions pas nous limiter à présenter l’activité des congrès, salons et événements d’entreprises de l’année 2021⁽¹⁾ sans dresser un état des lieux du secteur toujours affecté par la crise sanitaire en 2022, ni sans évoquer le plan de relance « Destination France » et les mesures déclinées pour l’événementiel. Un focus spécial est donc dédié à la sortie de crise et au plan de relance.

Le coût économique de la crise sanitaire, déjà important en 2020 et 2021 pour le média salon, demeure significatif en 2022 (le nombre d’exposants, de visiteurs et les surfaces louées restent inférieurs à ceux constatés avant la pandémie). L’impact de la crise sur l’activité des salons a généré une perte de 7,5 milliards €⁽²⁾ de retombées économiques pour le territoire francilien entre mars 2020 et mars 2022.

Avec ses principaux partenaires dans les secteurs du tourisme et des événements d’affaires, la CCI Paris Île-de-France a alerté les pouvoirs publics sur la situation critique de l’événementiel. Elle a milité pour la prolongation des aides au-delà de novembre 2021 afin de tenir compte de la spécificité de la filière. En effet, les grands salons internationaux ne retrouveront pas leurs clientèles étrangères lointaines avant un certain temps. Par ailleurs, la Chambre préside et anime un Comité partenarial regroupant les principaux acteurs (opérateurs, institutionnels, fédérations) de la filière. En juin 2021, ce Comité a ainsi formulé 11 préconisations pour favoriser la relance dans l’événementiel. Deux de celles-ci ont été prises en compte par le gouvernement dans son récent plan de relance du tourisme :

- La mise en place d’un dispositif de 100 millions € d’aide aux PME pour exposer sur les salons. Le réseau consulaire a d’ailleurs été mandaté pour instruire les dossiers de subventions ;
- Une enveloppe permettant de financer le retour des principaux acheteurs internationaux a été budgétée. Elle est spécifiquement ciblée sur les salons stratégiques à dimension internationale (Promosalons et Atout France seront les opérateurs).

Les salons franciliens ont connu durant cette période de crise, une mutation accélérée de leurs formats. Les alternatives digitales ont permis aux organisateurs de maintenir un contact avec leurs clients pendant cette période délicate. Si la plupart des acteurs s’accordent sur le caractère indispensable des salons en présentiel, le format phygital s’impose comme le support idéal pour capter une clientèle qui ne serait pas venue sur le salon « physique ». Ces nouveaux formats ont obligé les sites d’exposition à s’équiper en conséquence⁽³⁾ et s’appuient sur les innovations proposées par des startups bien souvent hébergées dans des incubateurs, comme c’est le cas avec le French Event Booster. Aussi, la CCI Paris Île-de-France continuera activement à soutenir les entreprises du secteur de l’événementiel pour garantir la pérennité puis renforcer cette filière d’excellence française et francilienne.

Dominique Restino, Président de la CCI Paris Ile-de France

⁽¹⁾données certifiées (6 à 9 mois après la tenue de l’événements).

⁽²⁾Estimation des retombées économiques perdues entre mars 2020 et mars 2022.

⁽³⁾studios TV, murs à LEDs, multiplex, régies, salons de visionnage, bureaux de production...

CHIFFRES-CLÉS

IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA CRISE SANITAIRE SUR L'ACTIVITÉ DES SALONS AU 1^{ER} SEMESTRE 2022*

- 1,1 million de visiteurs ne sont pas venus ;
- 10 700 entreprises n'ont pas exposé ;
- 2,1 milliards € de ventes non réalisées entre exposants et visiteurs ;
- 564 millions € de retombées économiques perdues pour le territoire francilien.

* Ce document étant publié début septembre 2022, ces données sont susceptibles d'évoluer au cours de l'année 2022. Ces chiffres sont une estimation réalisée par le Département Tourisme, Congrès et Salons de la CCI Paris Île-de-France.

2022



ACTIVITÉ DES SALONS EN 2021*

- 212 salons en présentiel (au lieu de 434 en 2019) ;
- 2,1 millions de visiteurs (vs 7,9 millions en 2019) ;
- dont 74 600 visiteurs étrangers (vs 579 000 en 2019) ;
- 31 900 entreprises exposantes (vs 105 100 en 2019) ;
- Dont 5 400 entreprises exposantes étrangères (vs 30 500 en 2019) ;
- 1 milliard € de retombées économiques pour l'Île-de-France (vs 4,2 milliards € en 2019) ;
- 6,1 milliards € de chiffre d'affaires réalisés par les entreprises exposantes (vs 20,8 milliards € en 2019) ;
- 1,9 million de m² brut (halls) loués par les organisateurs (vs 5,5 millions de m² en 2019) ;
- 712 400 m² nets occupés par les entreprises exposantes (vs 2,4 millions de m² en 2019).

* Chiffres certifiés

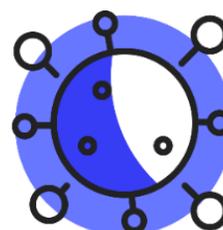
2021



IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA CRISE SANITAIRE SUR L'ACTIVITÉ DES SALONS EN 2021*

- 202 salons annulés ;
- 5,8 millions de visiteurs ne sont pas venus ;
- 73 200 entreprises n'ont pas exposé ;
- 14,7 milliards € de ventes non réalisées entre exposants et visiteurs ;
- 3,2 milliards € de retombées économiques perdues pour le territoire francilien.

* Estimation actualisée en juillet 2022 et réalisée par le Département Tourisme, Congrès et Salons de la CCI Paris Île-de-France.



ACTIVITÉ DES CONGRÈS EN 2021*

- 135 sites dont les 21 principaux sites observés dans cette étude ;
- 331 congrès en présentiel (au lieu de 1 084 en 2019) ;
- 140 congrès en 100 % digital et 142 congrès annulés ou reportés ;
- 534 200 congressistes (vs 922 900 en 2019) ;
- dont 454 100 participants français et 80 100 internationaux.
- 720 millions € de retombées économiques pour l'Île-de-France (vs 1,5 milliard € en 2019).

* Source OTCP

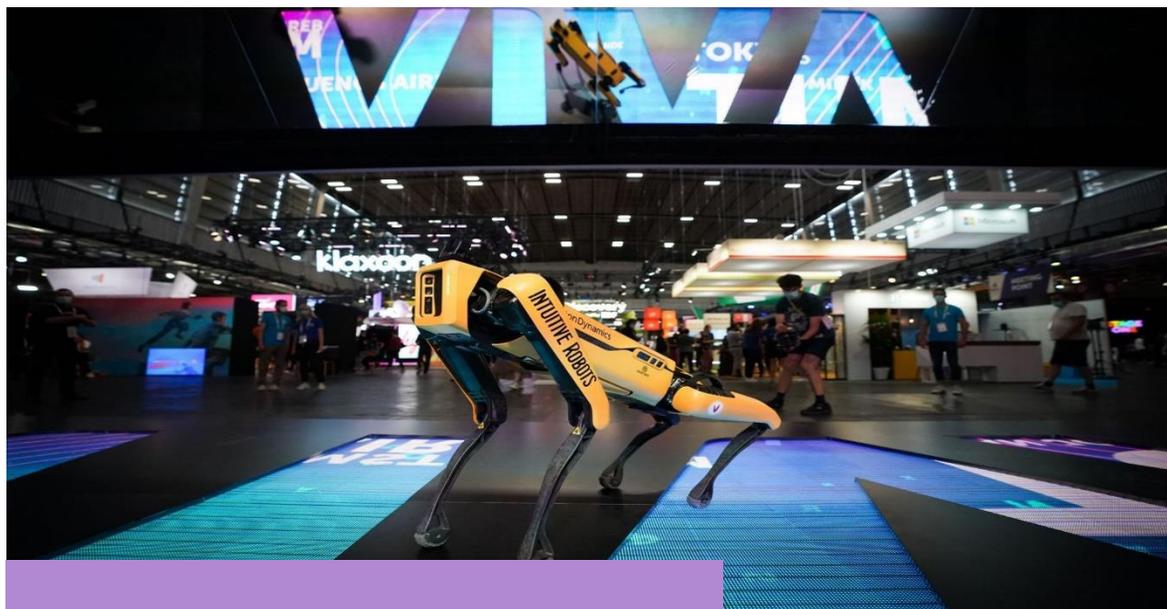


ACTIVITÉ DES AUTRES MANIFESTATIONS EN 2021

- 630 événements d'entreprises (vs 1 200 en 2019) ;
- 180 examens et formations (vs 300 en 2019) ;
- 37 spectacles, manifestations culturelles et sportives (vs 100 en 2019) ;
- 63 événements divers (vs 70 en 2019) ;
soit un total de 910 manifestations (vs 1 670 en 2019) ;
- 1,1 million de visiteurs (vs 4,2 millions en 2019) ;
- 1,9 million de m² de halls, salles et amphithéâtres loués (vs 4,7 millions de m² en 2019).



FOCUS SPÉCIAL SORTIE DE CRISE ET PLAN DE RELANCE (2022)



© VivaTech2021



Une nette amélioration après 2 années difficiles

Les salons franciliens ont enregistré de bons résultats au 1^{er} semestre 2022, même si l'activité n'a pas retrouvé les niveaux d'avant la crise sanitaire. La tendance, nettement orientée à la hausse, constitue un signal encourageant. Bien qu'aucun salon n'ait été annulé au cours du semestre écoulé, l'impact de la crise demeure significatif. En effet, le nombre d'exposants et de visiteurs, en particulier étrangers, n'a pas encore retrouvé les niveaux observés habituellement.

L'année 2022 a débuté par une reprise des contaminations conduisant le gouvernement à rétablir de nouvelles restrictions et inciter les entreprises à recourir au télétravail. Fort heureusement, le retournement de l'activité enclenché au 2^{ème} semestre 2021 s'est accentué au 1^{er} semestre 2022.

Un 1^{er} semestre 2022 dynamique pour l'ensemble des salons

Si l'activité demeure toujours en deçà de celle d'avant la crise sanitaire, les salons professionnels et grand public semblent clairement s'inscrire dans une bonne dynamique

(cf graphique 1). Au 1^{er} semestre 2022, la présence des exposants n'est désormais en retrait que de 14 % (vs 1^{er} semestre 2018⁽¹⁾), la surface nette occupée par les stands que de 17,1 % et la fréquentation des visiteurs que de 23,1 %.

De plus, le niveau élevé d'internationalisation⁽²⁾ des salons professionnels franciliens, atout habituellement indéniable, s'est révélé pénalisant au 1^{er} semestre 2022. En effet, plus un salon a accueilli une clientèle internationale importante, plus son activité s'est avérée dégradée au cours du 1^{er} semestre 2022 (cf. tableau 1).

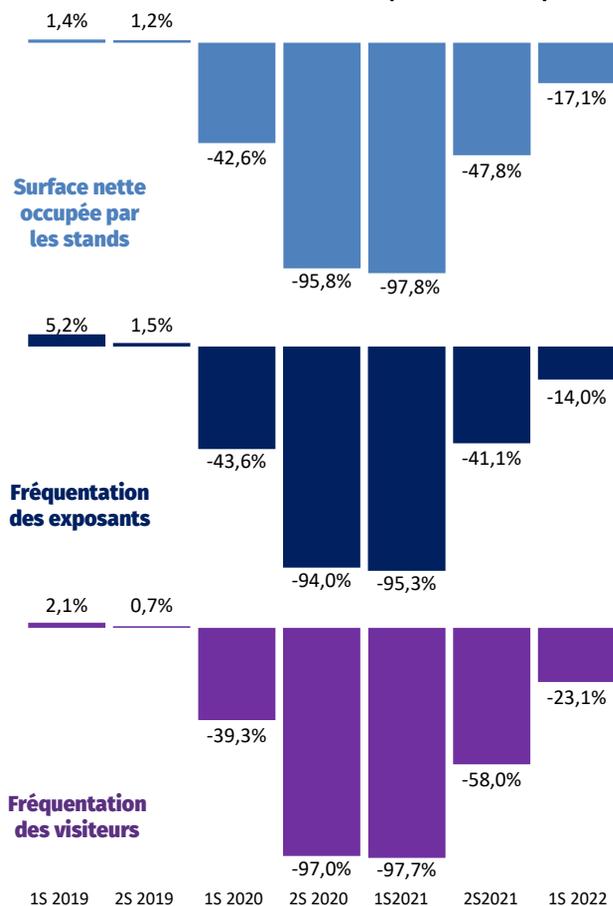


© Adobe Stock

⁽¹⁾ Dernière année de référence comparable.

⁽²⁾ Proportion de visiteurs et d'exposants étrangers dans la fréquentation totale.

Graphique 1. Évolution semestrielle de l'activité de l'ensemble des salons franciliens (2019 à 2022)



Sources : CCI Paris Île-de-France et organisateurs de salons.
 Note de lecture : 1S 2019 = 1^{er} semestre 2019.

Tableau 1. Activité des salons professionnels franciliens au 1^{er} semestre 2022 (vs S1 - 2018)

Type de salon	Évolution de la surface nette occupée par les stands	Évolution du nombre d'exposants	Évolution du nombre de visiteurs
Salons professionnels internationaux confirmés	- 21,9 %	- 15,2 %	- 35,8 %
Salons professionnels internationaux simples	- 12,6 %	- 9,6 %	- 15,4 %
Salons professionnels nationaux	- 5,4 %	- 8,8 %	- 14,8 %

Sources : CCI Paris Île-de-France et organisateurs de salons.
 Note de lecture : l'activité des salons s'étant tenus au 1^{er} semestre 2022 est comparée à celle des salons qui se sont tenus au 1^{er} semestre 2018.
 Un salon bénéficie du critère international confirmé, s'il a réuni au moins 20 % d'exposants étrangers et au moins 25 % de visiteurs étrangers au cours de sa session précédente.
 Un salon bénéficie du critère international simple, s'il a réuni au moins 10 % d'exposants étrangers ou au moins 5 % de visiteurs étrangers au cours de sa session précédente.
 Tout salon qui ne bénéficie pas du critère international simple ou confirmé est qualifié de salon national.

Les conséquences de la crise sanitaire sur l'activité des salons demeurent significatives

Si aucun salon n'a été annulé lors du 1^{er} semestre 2022, l'impact de la crise sanitaire reste non négligeable (cf. infographie 1), le nombre d'exposants et de visiteurs ainsi que les surfaces louées restent inférieurs à ceux constatés en 2018. La CCI Paris Île-de-France estime qu'au 1^{er} semestre 2022, en raison de la crise :

- 1,1 million de visiteurs ne sont pas venus (11,7 % de la fréquentation annuelle) ;
- 10 700 entreprises n'ont pas exposé (9,9 % du nombre d'exposants annuels) ;
- 564 millions € de retombées économiques ont été perdues pour le territoire francilien (11,4 % du total des retombées annuelles) ;
- 2,1 milliards € de ventes n'ont pas été réalisées entre exposants et visiteurs sur les salons (9,3 % du flux d'affaires annuel).

Infographie 1. impact économique de la crise sanitaire sur l'activité des salons au 1^{er} semestre 2022



Source : CCI Paris Île-de-France



© Eurosatory 2022

100 millions € dédiés à un plan de relance pour soutenir la filière de l'événementiel d'affaires

Loin de rester inactifs pendant la crise, les professionnels de la filière, regroupés au sein du « COPIL Congrès et salons⁽¹⁾ », se sont associés pour fournir aux pouvoirs publics et aux décideurs des données fiables et partagées sur l'état de la concurrence à l'heure de la reprise d'activité. Il a émis onze préconisations concrètes⁽²⁾ pour que la reprise d'activité dans l'événementiel se fasse dans les meilleures conditions. Deux de ces propositions ont été immédiatement reprises par le gouvernement dans le plan de reconquête et de transformation « Destination France » :

- **96 millions € pour favoriser le retour des exposants sur les principaux salons français.** Cette aide permet de subventionner les dépenses de location de surface d'exposition et les frais d'inscription des PME. 74 salons de plus de 500 exposants en France ont été sélectionnés. Ce dispositif, courant sur la période allant de mars 2022 à juin 2023, est plafonné à 12 500 € HT par entreprise. Sont éligibles les PME qui n'ont pas participé à la dernière édition du salon et qui ont créé leurs dossiers via une plateforme digitale (<https://les-aides.fr/soutien-salons-et-foires>), mise en place par CCI France. Le traitement des dossiers est assuré par le réseau des CCI.
- **4 millions € pour financer la venue et l'accompagnement de « Top acheteurs » internationaux sur les salons français stratégiques à dimension internationale.** Cette aide est complétée à hauteur de 1,3 million € par Promosalons, qui a été chargé par le Ministère de l'Economie, des Finances et de la Relance de déployer le programme. 1020 acheteurs invités bénéficieront du transport, de l'hébergement et de la restauration offerts pendant la durée du salon, et participeront à des conférences et des rendez-vous d'affaires organisés avec les exposants de leur secteur d'activité. Une enveloppe maximum de 1 500 € sera allouée par acheteur. Ce dispositif est réservé aux salons internationaux accueillant plus de 10 000 visiteurs chacun, se tenant entre le 1er mars 2022 et le 28 février 2023. Environ 30 salons sont bénéficiaires de ce programme, dont 18 se tenant en Île-de-France et 12 autres en région, dans des secteurs variés tels que l'alimentation, l'agriculture, la construction, la mode ou les nouvelles technologies.
- Le gouvernement a par ailleurs prévu un dispositif supplémentaire afin de soutenir la relance de la filière événementielle. Il consiste en une mobilisation de prêts sur fonds d'épargne par la Banque des territoires pour financer des projets de long terme de montée en qualité des sites événementiels (parcs d'exposition et centres de

congrès), notamment sur les plans environnementaux et numériques.

Le dispositif GOTOO de la CCI Paris Île-de-France : accompagner et soutenir les entreprises franciliennes à l'export



Soucieuse d'inciter les entreprises à s'internationaliser sur des salons inscrits dans les filières stratégiques, la CCI Paris Île-de-France a lancé en 2021, dans le cadre du Programme Régional Relance Entreprises cofinancé par le FEDER, le dispositif GOTOO, Entrepreneur

World Pass, dont la mission est d'accompagner et de soutenir les entreprises franciliennes dans leur développement à l'export sur le média salon.

Plus concrètement, il s'agit de permettre aux TPE/PME/Startups concernées d'exposer gratuitement sur un espace dédié en leur proposant :

- un parcours d'accompagnement en amont ;
- de rencontrer un visitorat étranger ciblé ;
- de nouer de nouveaux contacts avec les exposants du même secteur, de se confronter à la réalité du marché et d'acquérir une expertise métier.

En 2021, GOTOO a été présent sur le SIRHA Lyon et sur le Forum Entreprises Défense à Satory, puis en 2022 sur le Mondial du tourisme de Paris et sur Européen Paris.

<https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/international/gotoo-entrepreneur-world-pass>



© Salon mondial du tourisme 2022

⁽¹⁾ Le Copil congrès et salons est un Comité partenarial présidé et animé par la CCI Paris Île-de-France depuis 2007 et regroupant les principaux acteurs nationaux et franciliens de l'économie et des rencontres d'affaires : CCI Paris Île-de-France, Viparis, Unimev, Promosalons, Atout France, Aéroport de Paris, CEP, CRT Ile-de-France, OTCP, DGE-Ministère de l'Economie et des Finances, Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères. Il propose des études et prise de position visant à fournir des données fiables et partagées afin de défendre l'attractivité de la France et de la région capitale dans les secteurs des congrès et salons.

⁽²⁾ <https://www.cci-paris-idf.fr/fr/prospective/congres-et-salons>

ACTIVITÉ DES SALONS EN 2021



© Maison & Objet Paris 2021



Mieux qu'en 2020, mais encore loin des niveaux d'avant la pandémie

Après 8 mois de quasi inactivité en 2021 (et 18 mois au total depuis mars 2020), l'événementiel a amorcé sa reprise sur le dernier quadrimestre, dans des formats réduits. Au global, sur l'ensemble de l'année, l'activité des salons est toujours loin des niveaux de 2019, mais est néanmoins meilleure qu'en 2020.

212 salons (vs 128 en 2020 et 434 en 2019) se sont tenus dans les 21 principaux sites d'exposition et de congrès franciliens en 2021. Les 2,1 millions de visiteurs présents (vs 1,8 million en 2020 et 8,1 millions en 2019) ont côtoyé 31 900 exposants (vs 30 300 en 2020 et 105 100 en 2019). La région Île-de-France, l'une des places leader au niveau mondial sur le segment des grands salons professionnels internationaux, a été particulièrement impactée par la diminution de fréquentation de la clientèle internationale lointaine. Les retombées économiques pour le territoire francilien n'ont été « que » de 1 milliard €, comme en 2020 (vs 4,2 milliards en 2019). Le chiffre d'affaires réalisé entre exposants et visiteurs a été de 6,1 milliards € (vs 5,8 milliards € en 2020 et 20,8 milliards € en 2019).

Les résultats de l'année 2021 présentés dans cette étude sont comparés à ceux des précédentes années impaires (encadré 1) et donc notamment à 2019. Exceptionnellement, il est possible de comparer l'année 2021 à l'année 2020. En effet, la quasi inactivité subie en 2020 a annulé l'effet de la saisonnalité biennale.

Aucun salon n'a eu l'autorisation de se tenir en présentiel dans les 21 principaux sites d'exposition et de congrès franciliens entre janvier et mi-juin 2021. Puis est venu le temps de la pause estivale, période habituellement sans manifestations. Le dernier quadrimestre a donc marqué la relance de la filière.

Encadré 1. Saisonnalité biennale.

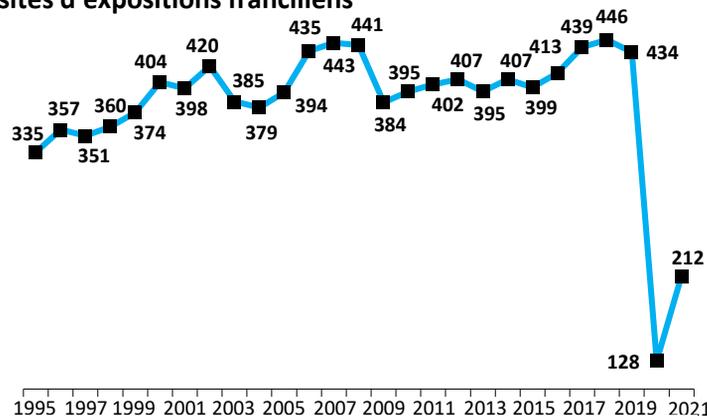
Une forte saisonnalité marque l'activité des salons. En effet, certains ne se tiennent qu'une année sur deux. Les salons biennaux phares se déroulent majoritairement les années paires avec pour conséquence un volume d'activité supérieur.

En conséquence, pour appréhender l'évolution de l'activité, il est nécessaire de rapporter l'année N à l'année N-2.

Rebond du nombre de salons en seulement 4 mois d'activité

212 salons se sont tenus dans les 21 principaux sites d'exposition franciliens en 2021 (graphique 2). Cela représente 84 salons de plus qu'en 2020 mais 222 de moins qu'en 2019 (année impaire comparable). Les salons internationaux phares franciliens figurent parmi les plus touchés⁽¹⁾. 14 salons qui se tenaient habituellement dans les 21 principaux sites d'exposition franciliens ont choisi d'autres sites de taille inférieure⁽²⁾. Enfin, 6 ont définitivement mis fin à leur activité.

Graphique 2. Nombre de salons dans les 21 principaux sites d'expositions franciliens



Sources : base commune CCI Paris Île-de-France – UNIMEV / OJS, gestionnaires des 21 principaux sites d'exposition franciliens.

⁽¹⁾ Maison&Objet (mars), Who's Next & Bijorhca (janvier), Lingerie Paris, Interfilère (janvier), Première Vision (février), SIMA, JEC World, Vinexpo & Wine Paris...

⁽²⁾ Atelier Richelieu, Paris Newcap Center, Paris la Défense Arena, Pavillon Gabriel, Maison de la Culture du Japon à Paris...

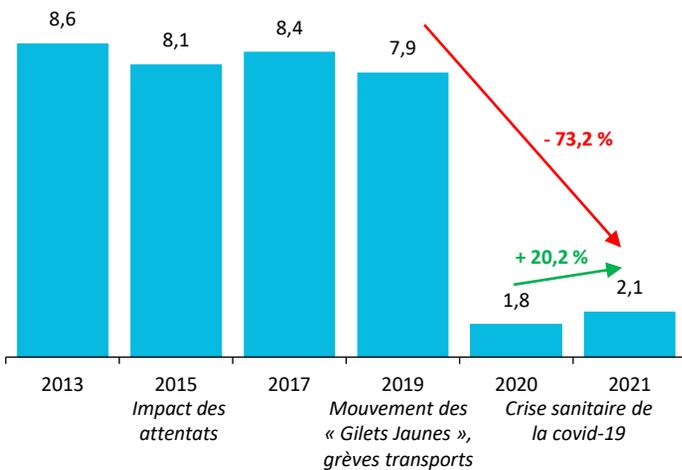


© Millipol Paris 2021 / Anne-Emmanuelle Thion

Plus de visiteurs qu'en 2020 mais bien moins qu'en 2019

Après une reprise d'activité dans des formats réduits en septembre, la fréquentation a enregistré de meilleurs résultats sur le dernier trimestre. **2,1 millions de visiteurs ont été accueillis** (graphique 3) en seulement 4 mois (vs 1,8 million en 2020 et 7,9 millions en 2019). La plupart des exposants présents ont souligné l'aspect désormais plus qualitatif du visitorat, venu pour réaliser des affaires, avec visiblement moins de « flâneurs ».

Graphique 3. Évolution de la fréquentation des visiteurs sur les salons franciliens (en millions)



Sources : base commune CCI Paris Île-de-France – UNIMEV / OJS, Expo'Stat (accrédité COFRAC), Expocert (accrédité COFRAC), DEKRA (accrédité COFRAC) et organisateurs de salons.

Le retour des visiteurs sur les salons a été moins vigoureux que la fréquentation touristique en Île-de-France (22,6 millions de touristes⁽¹⁾ en 2021, soit + 29,8 % vs 2020 et - 55,3 % vs 2019) ou encore que le flux de passagers dans les aéroports franciliens (41,9 millions de passagers⁽²⁾ en 2021 soit + 26,8 % vs 2020 et - 61,2 % vs 2019).

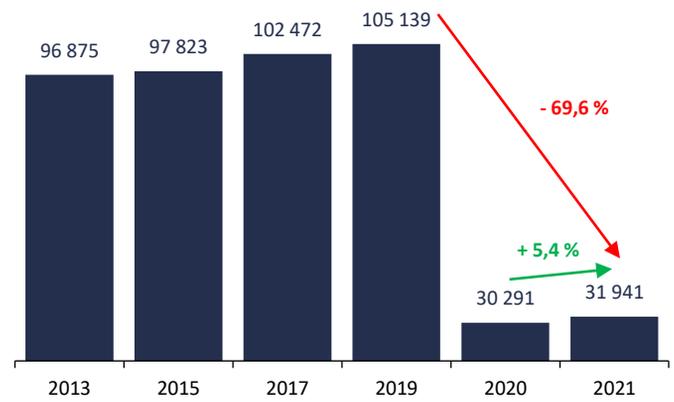
Un rebond plus contenu de la participation des entreprises exposantes

31 941 entreprises ont exposé (vs 30 291 en 2020 et 105 139 en 2019) sur les salons à Paris Île-de-France (graphique 4).

⁽¹⁾ Source Comité Régional du Tourisme de Paris Île-de-France.

⁽²⁾ Source Aéroports de Paris.

Graphique 4. Évolution de la présence des entreprises exposantes sur les salons franciliens



Sources : base commune CCI Paris Île-de-France – UNIMEV / OJS, Expo'Stat (accrédité COFRAC), Expocert (accrédité COFRAC), DEKRA (accrédité COFRAC) et organisateurs de salons.

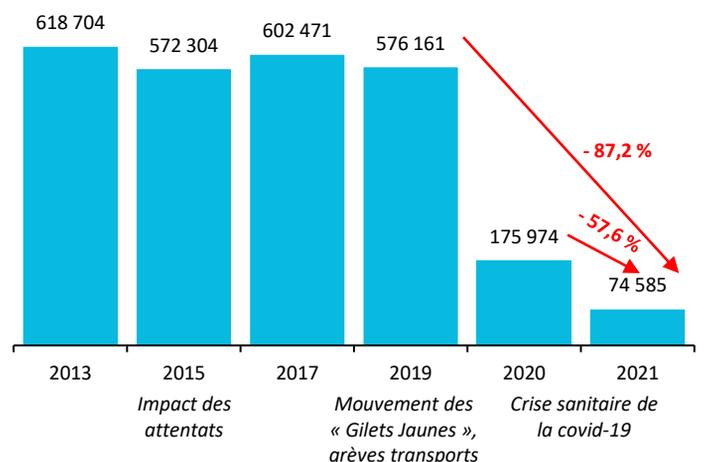


© Silmo Paris 2021 / Stéphane Laure

Encore moins de clients internationaux qu'en 2020

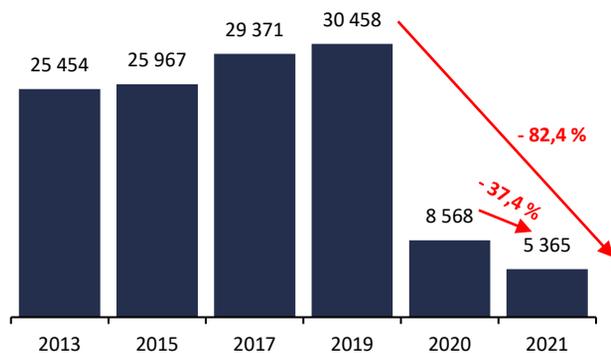
Seulement **74 585 visiteurs étrangers** (graphique 5) et **5 365 entreprises étrangères** (graphique 6) ont été accueillis en Île-de-France, soit moins qu'en 2019 et 2020. Le nombre de visiteurs et d'exposants étrangers de proximité (Belges, Allemands, Italiens, Néerlandais, Espagnols ou Suisses) a certes diminué mais dans des proportions bien moindres que la clientèle étrangère lointaine, quasi absente.

Graphique 5. Évolution de la fréquentation des visiteurs étrangers sur les salons franciliens



Sources : base commune CCI Paris Île-de-France – UNIMEV / OJS, Expo'Stat (accrédité COFRAC), Expocert (accrédité COFRAC), DEKRA (accrédité COFRAC) et organisateurs de salons.

Graphique 6. Évolution de la présence des entreprises exposantes étrangères sur les salons franciliens



Sources : base commune CCI Paris Île-de-France – UNIMEV / OJS, Expo'Stat (accrédité COFRAC), Expocert (accrédité COFRAC), DEKRA (accrédité COFRAC) et organisateurs de salons.



© World Nuclear Exhibition 2021

Les organisateurs ont loué plus de surfaces qu'en 2020

La surface brute⁽¹⁾ louée par les organisateurs de salons auprès des gestionnaires de sites d'exposition s'est portée à **1,9 million de m²** (+ 29,1 % vs 2020 et - 64,7 % vs 2019).

Les organisateurs de salons ont proposé **712 428 m² de surfaces nettes** aux entreprises exposantes (+ 25,1 % vs 2020 et - 70 % vs 2019).

Les grands salons professionnels internationaux bien plus impactés

Paris accueille un grand nombre de salons professionnels internationaux d'excellence qui attirent une large proportion de visiteurs et d'exposants étrangers. La capitale francilienne est d'ailleurs l'un des principaux leaders mondiaux sur ce segment depuis de nombreuses années. Ce niveau élevé d'internationalisation⁽²⁾ des salons professionnels franciliens, atout habituellement indéniable, s'est révélé pénalisant en 2021. En effet, la diminution de la fréquentation internationale a pesé sur l'activité des grandes manifestations « B to B ». Dans le détail, plus un salon a capté une clientèle internationale importante, plus son activité s'est avérée dégradée en 2021 (tableau 2).

Tableau 2. Évolution de l'activité des salons professionnels franciliens en 2021 vs 2019

Type de salon	Évolution de la surface brut louée par les organisateurs	Évolution de la surface nette occupée par les stands	Évolution du nombre d'exposants	Évolution du nombre d'exposants étrangers	Évolution du nombre de visiteurs	Évolution du nombre de visiteurs étrangers
Salons professionnels internationaux confirmés	-74,5%	-80,9%	-78,6%	-85,0%	-78,0%	-85,0%
Salons professionnels internationaux simples	-69,2%	-77,5%	-74,1%	-80,5%	-77,1%	-83,9%
Salons professionnels nationaux	-31,2%	-38,9%	-47,4%	-58,2%	-53,6%	-80,4%

Source : CCI Paris Île-de-France.

Note de lecture : Un salon bénéficie du critère international confirmé, s'il a réuni au moins 20 % d'exposants étrangers et au moins 25 % de visiteurs étrangers.

Un salon bénéficie du critère international simple, s'il a réuni au moins 10 % d'exposants étrangers ou au moins 5 % de visiteurs étrangers.

Tout salon qui ne bénéficie pas du critère international simple ou confirmé est qualifié de salon national.

⁽¹⁾ m² de halls.

⁽²⁾ Proportion de visiteurs et d'exposants étrangers dans la fréquentation totale.

6,1 milliards € de chiffre d'affaires⁽¹⁾ réalisés par les entreprises

Comme en 2020, crise sanitaire oblige, les salons franciliens n'ont pas joué leur rôle habituel dans le développement du chiffre d'affaires des entreprises.

Selon une étude menée par Médiamétrie avec la CCI Paris Île-de-France, Unimev, la Direction Générale des Entreprises (DGE) et le Comité des Expositions de Paris (CEP), **les salons ont généré, pour les entreprises ayant exposé à Paris Île-de-France, 6,1 milliards € de chiffre d'affaires en 2021** (tableau 3). Rappelons que les entreprises exposantes avaient réalisé 5,8 milliards € de chiffre d'affaires sur les salons franciliens en 2020 et 20,8 milliards € en 2019.

Tableau 3. Détail du chiffre d'affaires réalisé en 2021 par les entreprises exposantes sur les salons à Paris Île-de-France (en milliards d'euros)

Type de clientèle	Exposants français	Exposants étrangers	Total exposants
Auprès des clients français	3,9	0,3	4,2
Auprès des clients étrangers	0,7	1,2	1,9
Total	4,6	1,5	6,1

Source : CCI Paris Île-de-France.

Note de lecture : estimations actualisées à partir de l'univers des entreprises exposantes à Paris Île-de-France pour l'année 2021.



© Première Vision Paris 2022 / François Durand

1 milliard € de retombées économiques pour le territoire francilien

Selon une étude partenariale coordonnée par la CCI Paris Île-de-France⁽²⁾, les salons ont généré en 2021 plus de **1 milliard € de retombées économiques pour le territoire francilien (tableau 4), soit 14 millions € de moins qu'en 2020 et 3,2 milliards € de moins qu'en 2019.**

⁽¹⁾ Estimation actualisée à partir de l'ensemble des entreprises exposantes en Île-de-France pour l'année 2021.

⁽²⁾ Étude partenariale réalisée par la CCI Paris Île-de-France, le Comité des Expositions de Paris (CEP), l'Union française des métiers de l'événement (UNIMEV), l'Office de justification des statistiques (OJS), France Congrès, Viparis, Atout France et la Direction générale des entreprises (DGE), visant à évaluer les retombées économiques des salons en France et en Île-de-France. Chaque année, la CCI Paris Île-de-France actualise les retombées économiques, via l'univers de l'année N et applique l'inflation aux ratios de dépenses.

Les retombées économiques en 2021 sont inférieures à celles de 2020 puisque la clientèle internationale a été inférieure. En effet, les exposants et visiteurs étrangers dépensent 2 fois plus que les Français sur les salons franciliens.

Tableau 4. Estimation des retombées économiques générées par les salons franciliens en 2021

Type de dépenses	Montant en millions d'euros
Forfait surface et aménagement de l'espace	284
Espace loué et prestations associées	219
Transport de marchandises, frais de manutention et stockage	45
Accueil sur le salon (hôtesse)	15
Traiteur, réception, boissons	12
Total des dépenses liées à l'organisation de salons	575
Transports d'accès à l'Île-de-France	146
Hôtellerie	112
Cadeaux et sorties	88
Restauration	76
Transports locaux	25
Total des dépenses liées aux séjours des exposants et visiteurs	447
Total des dépenses	1 022

Source : CCI Paris Île-de-France.

Note de lecture : estimations actualisées à partir de l'univers des salons à Paris Île-de-France pour l'année 2021. Les dépenses sont corrigées de l'inflation tous les ans.

Un impact économique considérable pour 2021

202 salons ont été annulés ou organisés en version digitale en 2021 (soit 46 % de ceux qui se tiennent habituellement). 73 200 entreprises n'ont ainsi pas pu exposer et conclure des ventes (70 % du nombre d'exposants annuels habituels). 5,8 millions de visiteurs ne sont pas venus (73 % de la fréquentation annuelle). L'impact économique pour les entreprises et le territoire demeure donc très conséquent (infographie 2).

Infographie 2. Impact économique de la crise sanitaire sur l'activité des salons en 2021



Source : CCI Paris Île-de-France.

Note de lecture : données actualisées en juillet 2022. L'impact prend en compte les flux perdus dus aux annulations de salons ainsi que ceux dus aux restrictions de déplacements lors de la tenue des salons de mi-juin à décembre 2021.

ACTIVITÉ DES CONGRÈS EN 2021



En partenariat
avec

PARIS
Office du Tourisme
et des Congrès

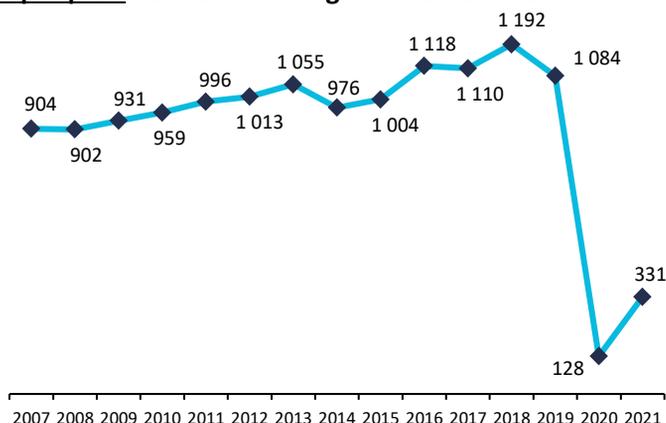


L'activité des congrès encore fortement impactée en 2021

Comme l'ensemble du tourisme d'affaires, l'activité des congrès a été de nouveau considérablement bouleversée en 2021. La plupart des congrès se sont tenus au second semestre 2021, avec de nombreux report du 1^{er} au 2^{ème} semestre. Selon l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris (OTCP), la région Île-de-France a ainsi accueilli 331 congrès et plus de 534 200 congressistes dont plus de 80 100 participants internationaux. Les congrès ont généré plus de 720 millions € de retombées économiques pour le territoire francilien.

L'OTCP a recensé 331 congrès en 2021 (graphique 7) sur les 135 sites franciliens (encadré 2). Cela constitue une augmentation de 203 congrès par rapport à 2020 mais 753 de moins qu'en 2019. De plus, 140 se sont tenus dans un format 100 % digital et 142 ont été annulés ou reportés. Enfin, 41 % de ceux accueillis en 2021 dans la capitale étaient des congrès médicaux (vs 32 % en 2019).

Graphique 7. Nombre de congrès en Île-de-France



Source : OTCP.

La part des congrès de très grande taille⁽¹⁾ a fortement augmenté (20 % des congrès en 2021 vs 4 % en 2019), notamment grâce à des sites « premiums » tels que le Paris Convention Centre (graphique 8). Ces événements gros porteurs sont d'une grande importance puisqu'ils captent une large part des congressistes, en particuliers des étrangers qui dépensent 2 fois plus que les Français lors de leur séjour dans la capitale.

Le nombre moyen de participants par congrès a été de 1 614 en 2021, une jauge 2 fois supérieure à celle de 2019 (851).

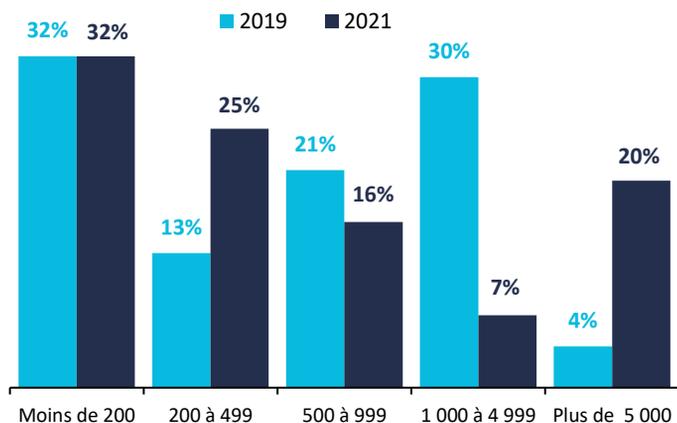
Encadré 2. Détail des sites identifiés par l'OTCP

En 2021, l'OTCP a identifié 135 sites ayant accueilli des congrès :

- 21 principaux sites d'exposition et de congrès franciliens objets de cette étude (voir offre d'infrastructures page 18).
- 114 autres sites : lieux scientifiques, salles de réunion, hôtels avec salles, musées et lieux événementiels.

⁽¹⁾ Plus de 5 000 participants.

Graphique 8. Évolution de la répartition des congrès en fonction du nombre de participants entre 2019 et 2021 (en % du nombre total de congrès)

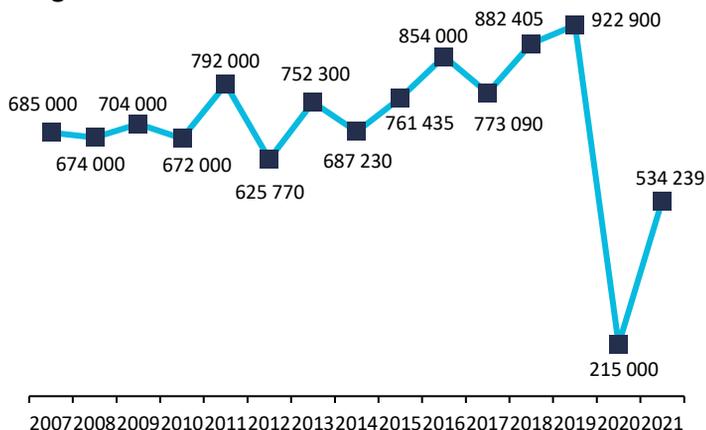


Source : OTCP.

Plus de congressistes qu'en 2020 mais bien moins qu'en 2019

Paris a attiré plus de 534 200 congressistes en 2021 (graphique 9), soit 148 % de plus qu'en 2020 mais 42 % de moins qu'en 2019 (année record en termes de nombre de participants).

Graphique 9. Évolution de la fréquentation des congressistes

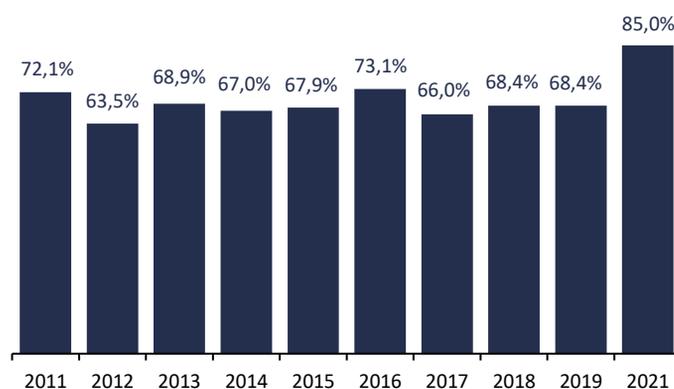


Source : OTCP.

Une forte majorité de participants français

Plus de 454 100 congressistes étaient des Français, soit 85 % du nombre total de participants, ce qui constitue un record (graphique 10). Compte tenu des restrictions dans la plupart des pays, seulement 80 100 participants internationaux se sont déplacés en Île-de-France, soit une diminution de 72,5 % par rapport à 2019.

Graphique 10. Évolution de la part des congressistes français (en % du nombre total de participants)



Source : OTCP.

724 millions € de retombées économiques pour le territoire francilien

Les retombées économiques générées par les congrès en 2021 sont estimées à 724 millions €⁽¹⁾ pour la région Île-de-France (tableau 5), soit 751 millions € de moins qu'en 2019. Les dépenses en hôtellerie et restauration ont représenté plus de 39 % de l'ensemble des retombées économiques.

Tableau 5. Estimation des retombées économiques générées par les congrès franciliens en 2021

Type de dépenses	Montant en millions €
Location du site et prestations intellectuelles associées	144
Aménagement des stands et forfaits	31
Accueil sur le salon (personnels temporaires)	13
Dépenses de promotion (traiteurs, réceptions et boissons)	11
Total des dépenses liées à l'organisation de congrès	199
Hôtellerie	202
Transports d'accès à l'Île-de-France	131
Restauration	81
Cadeaux et sorties	95
Transports locaux	16
Total des dépenses liées aux séjours des visiteurs	525
Total des dépenses	724

Source : OTCP.

Note de lecture : estimations actualisées à partir de l'univers des congrès à Paris Île-de-France pour l'année 2021. Les dépenses sont corrigées de l'inflation tous les ans.



© Sofcot

⁽¹⁾ Estimations actualisées chaque année par l'OTCP qui prend en compte l'univers de l'année N et applique l'inflation aux ratios de dépenses. D'après l'étude partenariale « Retombées économiques des congrès » coordonnée par la CCI Paris Île-de-France.

Le classement ICCA⁽¹⁾ 2021 a favorisé les formats hybrides ou virtuels

Tous les ans, l'ICCA publie son très attendu classement, qui permet à de nombreuses villes de se positionner dans la compétition, et d'afficher leur volonté d'accueillir des congrès internationaux (cf. critères ICCA en page 25). Si en 2020, l'ICCA n'avait pas publié de classement en raison de la pandémie, le palmarès 2021⁽²⁾ prend en compte le format « présentiel », les nouveaux formats (100 % digital et hybride), mais également les congrès planifiés. Selon ce classement, Vienne prend la première place devant Lisbonne, Athènes et Barcelone. **Paris figure seulement à la huitième place.** Rappelons que Vienne et Barcelone sont les deux principaux concurrents historiques de Paris sur le segment des congrès. Entre 2007 et 2021, Paris a affiché le

meilleur bilan (tableau 6) puisqu'elle a trusté 8 fois la première place (vs 4 fois pour Vienne et une fois pour Barcelone). Paris devrait toutefois rapidement retrouver sa position de leader au classement des villes mondiales de congrès. En effet, Viparis qui accueille la plupart des congrès internationaux dans la capitale francilienne, a beaucoup investi pour être en mesure de proposer des événements virtuels ou hybrides. Citons par exemple le studio de production virtuel de 1 200 m² à Paris Expo Porte de Versailles en partenariat avec le spécialiste « Plateau Virtuel » (écran LED géant tracké en temps réel, doté des dernières technologies XR dites immersives), le plateau TV de 300 m² au Palais des congrès de Paris (fond vert géant, murs LED...).

Tableau 6. Classement ICCA des 10 premières villes mondiales de congrès avec le nombre de congrès accueillis (2007-2021)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2021 DPI ⁽²⁾
1	Vienne 184	Paris 179	Vienne 171	Paris 181	Paris 196	Vienne 195	Paris 204	Paris 214	Berlin 195	Paris 196	Barcelone 195	Paris 212	Paris 237	Vienne
2	Paris 156	Barcelone 165	Barcelone 161	Barcelone 181	Vienne 188	Paris 181	Madrid 186	Vienne 202	Paris 186	Vienne 186	Paris 190	Vienne 172	Lisbonne 190	Lisbonne
3	Berlin 147	Vienne 147	Paris 159	Vienne 174	Barcelone 161	Berlin 172	Vienne 182	Madrid 200	Barcelone 180	Barcelone 181	Vienne 190	Madrid 165	Berlin 176	Athènes
4	Singapour 138	Singapour 137	Berlin 145	Berlin 173	Singapour 154	Madrid 164	Barcelone 179	Berlin 193	Vienne 178	Berlin 176	Berlin 185	Barcelone 163	Barcelone 156	Barcelone
5	Barcelone 124	Berlin 130	Pékin 138	Singapour 159	Berlin 152	Barcelone 154	Berlin 178	Barcelone 182	Londres 171	Londres 153	Londres 177	Berlin 162	Madrid 154	Singapour
6	Pékin 118	Séoul 124	Amsterdam 131	Londres 152	Londres 152	Londres 150	Singapour 175	Londres 166	Madrid 171	Singapour 151	Singapour 160	Lisbonne 152	Vienne 149	Madrid
7	Londres 111	Amsterdam 116	Stockholm 123	Istanbul 139	Madrid 133	Singapour 150	Londres 166	Singapour 142	Singapour 156	Amsterdam 144	Madrid 153	Londres 150	Singapour 148	Prague
8	Prague 106	Londres 115	Singapour 121	Madrid 131	Istanbul 130	Copenhague 137	Istanbul 146	Amsterdam 133	Istanbul 148	Madrid 144	Prague 151	Singapour 145	Londres 143	Paris
9	Lisbonne 106	Prague 114	Lisbonne 119	Pékin 128	Amsterdam 127	Istanbul 128	Lisbonne 125	Istanbul 130	Lisbonne 145	Lisbonne 138	Lisbonne 149	Prague 136	Prague 138	Berlin
10	Amsterdam 104	Budapest 112	Copenhague 118	Buenos Aires 125	Pékin 123	Amsterdam 122	Séoul 125	Prague 118	Copenhague 138	Séoul 137	Séoul 142	Bangkok 135	Tokyo 131	Bruxelles

Source : ICCA.

■ Paris □ Villes européennes ■ Villes asiatiques ■ Reste du monde

⁽¹⁾ International Congress and Convention Association.

⁽²⁾ Pour établir le classement en 2021, l'ICCA a développé un indice de performance de la destination (DPI) qui est une pondération de plusieurs items : les congrès planifiés, les congrès en présentiel, les congrès en 100 % virtuel et les congrès hybrides.

ACTIVITÉ DES AUTRES MANIFESTATIONS⁽¹⁾ EN 2021



© Thaut Images / Adobe Stock



Une lente reprise des autres manifestations⁽¹⁾

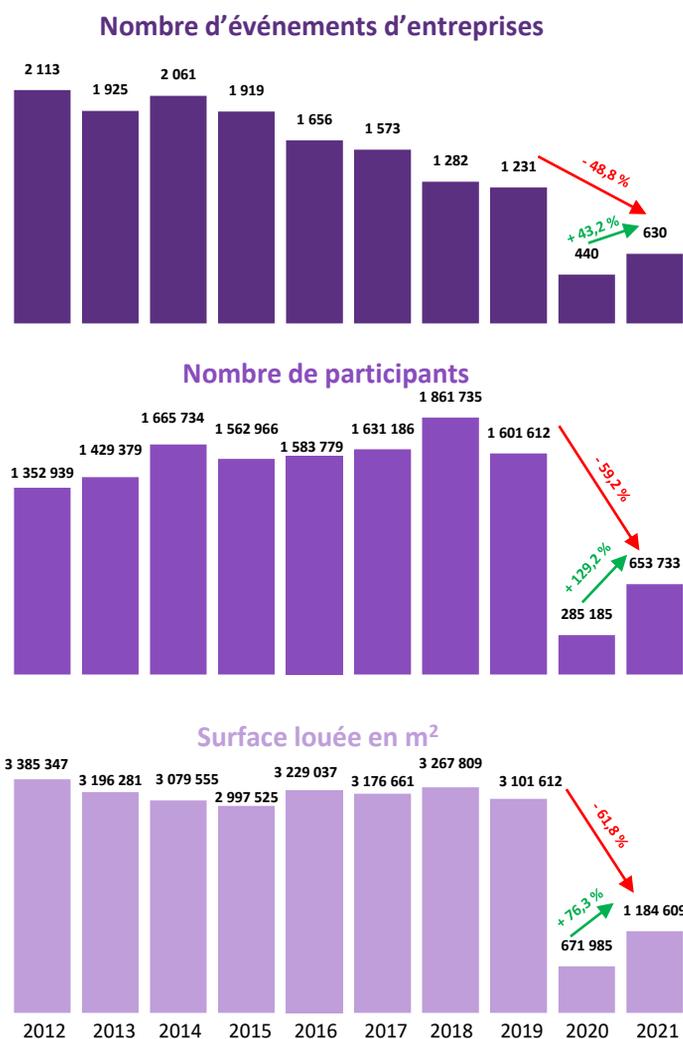
Alors que l'activité était globalement bien répartie depuis septembre, les annonces gouvernementales de début décembre concernant la suspension des « moments de convivialité en entreprise » ont tout remis en cause. En seulement 3 mois, les manifestations corporate ont toutefois enregistré une reprise d'activité en 2021. Ces événements, permettant de maintenir le lien entre les salariés, sont jugés nécessaires au développement de l'entreprise malgré le télétravail et les visioconférences. Les événements divers⁽²⁾ ont quant à eux presque retrouvé leur niveau d'activité d'avant la crise sanitaire. Enfin, les spectacles, manifestations culturelles & sportives et les examens & formations ont enregistré une nouvelle diminution de leur activité en 2021.

ACTIVITÉ DES ÉVÉNEMENTS D'ENTREPRISES⁽³⁾

Corporate : un rebond qui n'est pas synonyme de retour « à la normale »

Si 2020 avait été l'année la plus mauvaise enregistrée pour le marché « corporate », l'année 2021 amorce un redressement de l'activité, sans pour autant retrouver les niveaux d'avant la pandémie (graphique 11). Les 21 principaux sites d'exposition et de congrès franciliens ont accueilli **630 événements d'entreprises** en 2021 soit 208 de plus qu'en 2020 mais 583 de moins qu'en 2019. Ils ont été fréquentés par plus de **653 700 participants** sur une surface de près de **1,2 million de m²**. Dans le détail, 202 séminaires, 105 conférences, 72 conventions et 52 assemblées générales se sont tenus (graphique 12).

Graphique 11. Activité des événements d'entreprises dans les 21 principaux sites d'expositions franciliens (2012 à 2021)



Sources : CCI Paris Île-de-France, sites d'exposition et de congrès.

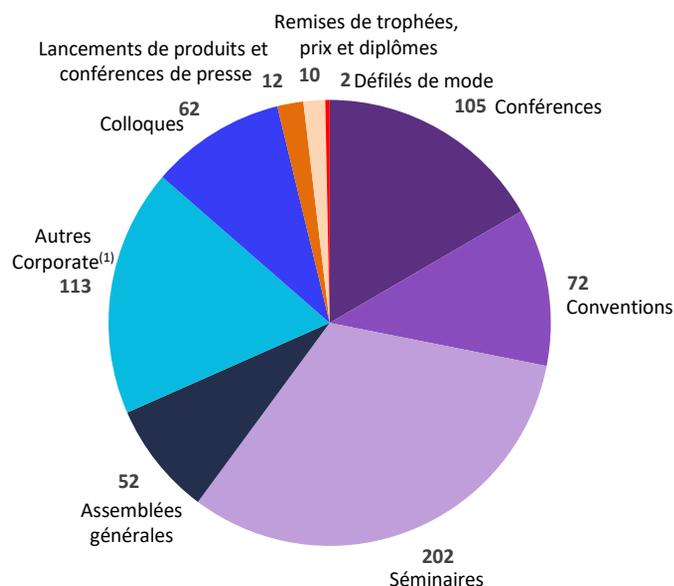
Note de lecture : la surface louée comprend les halls, salles et amphithéâtres.

⁽¹⁾ Autres manifestations : événements d'entreprises, spectacles-manifestations culturelles et sportives, examens et formations et événements divers.

⁽²⁾ Événements divers : ventes privées, enchères et événements familiaux.

⁽³⁾ Événements d'entreprises : séminaires, conventions, conférences, assemblées générales, colloques, remises de trophées/prix/diplômes, lancements de produits/conférences de presse, défilés de mode, autres corporate (vœux/arbres de Noël, soirées festives, départs en vacances, anniversaire, manifestations grand public corporate, tournage de films/publicités, tests consommateurs).

Graphique 12. Les événements d'entreprises accueillis dans les 21 principaux sites d'exposition et de congrès franciliens en 2021



Sources : CCI Paris Île-de-France, sites d'exposition et de congrès.



ACTIVITÉ DES SPECTACLES-MANIFESTATIONS CULTURELLES ET SPORTIVES, DES EXAMENS-FORMATIONS ET DES ÉVÉNEMENTS DIVERS⁽¹⁾

Les événements divers tirent leur épingle du jeu

Outre les salons, congrès et événements d'entreprises, **280 autres manifestations⁽²⁾** se sont tenues en 2021, occupant plus de **754 700 m²** et attirant près de **499 200 participants** (tableau 7).

Les événements divers ont presque retrouvé leur niveau d'activité d'avant la crise sanitaire. Les spectacles, manifestations culturelles & sportives et les examens & formations ont, quand à eux, connu une nouvelle diminution de leur activité entre 2020 et 2021.

Tableau 7. Nombre de spectacles-manifestations culturelles et sportives, examens-formations et événements divers, nombre de participants et surface louée

	Nombre de manifestations					Nombre de participants					Surface louée				
	2019	2020	2021	Taux d'évolution 2021 / 2020	Taux d'évolution 2021 / 2019	2019	2020	2021	Taux d'évolution 2021 / 2020	Taux d'évolution 2021 / 2019	2019 (en m ²)	2020 (en m ²)	2021 (en m ²)	Taux d'évolution 2021 / 2020	Taux d'évolution 2021 / 2019
Spectacles, manifestations culturelles et sportives	104	55	37	-32,7%	-64,4%	2 056 297	184 894	175 851	-4,9%	-91,4%	397 305	59 520	58 808	-1,2%	-85,2%
Examens et formations	293	213	180	-15,5%	-38,6%	423 242	303 969	213 900	-29,6%	-49,5%	970 780	702 054	520 330	-25,9%	-46,4%
Événements divers (ventes privées, enchères et événements familiaux)	69	13	63	384,6%	-8,7%	120 360	29 609	109 410	269,5%	-9,1%	194 400	44 928	175 571	290,8%	-9,7%
Total	466	281	280	-0,4%	-39,9%	2 599 899	518 472	499 161	-3,7%	-80,8%	1 562 485	806 502	754 709	-6,4%	-51,7%

Sources : CCI Paris Île-de-France, sites d'exposition et de congrès.

Note de lecture : la surface louée comprend les halls, salles et amphithéâtres.

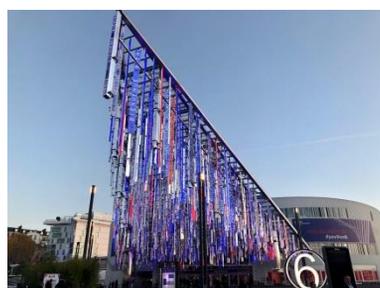
⁽¹⁾ Événements divers : ventes privées, enchères et événements familiaux.

⁽²⁾ Autres manifestations : événements d'entreprises, spectacles-manifestations culturelles et sportives, examens et formations et événements divers.

ANNEXES

OFFRE D'INFRASTRUCTURES

Paris Île-de-France, une offre d'infrastructures riche et variée



© Photo : Bullitt Studio/Viparis



© Photo : Chateauform'



© Photo : GL Events

Avec près de 700 000 m² de surfaces, Paris Île-de-France propose l'offre la plus riche et variée d'Europe en matière d'équipements d'accueil dédiés aux manifestations professionnelles⁽¹⁾ :

- des centres majeurs capables d'accueillir de grands événements nationaux et internationaux : Paris Nord Villepinte, Paris expo Porte de Versailles, Paris Le Bourget, le Palais des congrès de Paris ;
- des centres de taille intermédiaire : la Grande Halle de la Villette, Business Solutions by Disneyland® Paris⁽²⁾, le Paris Event Center⁽³⁾, le Parc Floral de Paris⁽³⁾, l'Espace Jean Monnet, l'Espace Champerret, les Docks de Paris⁽⁴⁾, le Carrousel du Louvre ;
- des centres de plus petite taille : l'Espace Grande Arche, le Palais des Congrès Paris Saclay⁽⁴⁾, la Maison de la Mutualité⁽³⁾, la Cité des sciences et de l'industrie-Universcience, l'Espace Charenton, la salle Wagram⁽⁴⁾, le Palais Brongniart⁽³⁾, le Palais des congrès d'Issy, La Chesnaie du Roy⁽³⁾.

Paris Nord Villepinte (246 312 m²) est aujourd'hui le plus grand site d'exposition et de congrès national et le 7^{ème} plus grand parc d'Europe derrière Messe Hannover (392 445 m²), Messe Frankfurt (372 073 m²), Crocus Expo Moscou (366 100 m²), Milan Rho Pero (345 000 m²), Kölnmesse (284 000 m²), Messe Düsseldorf (262 727 m²).

Paris expo Porte de Versailles (222 000 m²) est le 9^{ème} site d'exposition et de congrès européen et le 1^{er} parc européen pour les manifestations grand public. Il possède par ailleurs depuis fin 2017 le plus grand et le plus moderne centre de congrès d'Europe, le Paris Convention Centre.

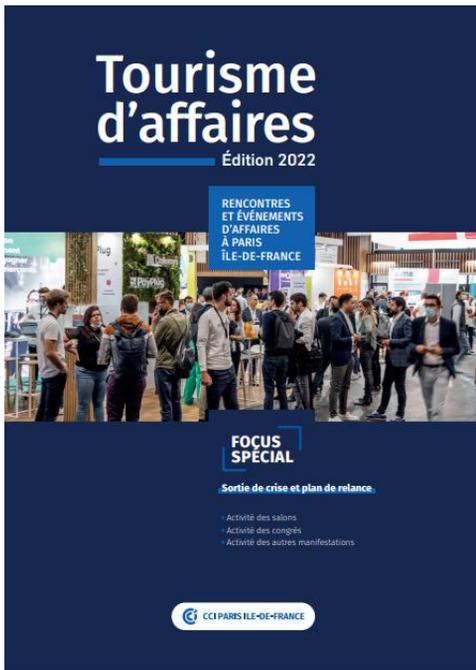
⁽¹⁾ Les 21 sites étudiés sont présentés en pages 20 et 21.

⁽²⁾ Disneyland Paris, premier site d'accueil en Europe sur le segment du tourisme d'agrément et de loisir est également un lieu de rencontres et d'événements professionnels géré par Business Solutions by Disneyland® Paris.

⁽³⁾ Paris Venues groupe GL Events.

⁽⁴⁾ Groupe Chateauform'.

ÉVOLUTION DU PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE



Ne sont retenus dans cette étude que les centres d'exposition et de congrès franciliens qui accueillent au moins un salon (et potentiellement des congrès et autres événements).

- **de 1995 à 2005**, l'étude annuelle de l'activité des parcs d'exposition d'Île-de-France a été menée en partenariat avec les dix centres dits « historiques » : Paris expo Porte de Versailles⁽¹⁾, Paris Nord Villepinte⁽¹⁾, Paris Le Bourget⁽¹⁾, Palais des congrès de Paris⁽¹⁾, Cnit Paris la Défense⁽¹⁾, Parc Floral de Paris⁽²⁾, Carrousel du Louvre⁽¹⁾, Espace Champerret⁽¹⁾, Cité des sciences et de l'industrie - Universcience et Grande halle de la Villette.
- **en 2006**, trois nouveaux équipements ont rejoint les dix centres habituels : Disney Business Solutions, l'Espace Jean Monnet et l'Espace Charenton.
- **en 2007**, l'Espace Grande Arche⁽¹⁾ et le Palais des congrès de Versailles⁽¹⁾ se sont ajoutés aux treize précédents.
- **en 2009**, cinq centres supplémentaires participent à l'étude : Espace Cap 15, Palais des congrès d'Issy⁽¹⁾, Salle Wagram⁽³⁾, Docks de Paris⁽³⁾ et City George V⁽³⁾.
- **en 2011**, l'Espace CAP 15 ne participe plus à l'étude mais est remplacé par le Palais Brongniart⁽²⁾.
- **en 2015**, fermeture du CNIT Paris la Défense⁽¹⁾ (travaux ligne Eole et travaux de rénovation).
- **en 2016**, un centre supplémentaire est intégré à l'étude : la Chesnaie du Roy⁽²⁾.
- **en 2017**, deux centres supplémentaires participent à l'étude : La Maison de la Mutualité⁽²⁾ et le Paris Event Center⁽²⁾. City George V⁽³⁾ ne fait plus partie du panel puisqu'il n'accueille désormais plus de salons mais uniquement de l'événementiel et du corporate.
- **en 2018**, le Palais des Congrès Paris Saclay⁽³⁾, ouvert en avril 2018, est intégré à l'étude.
- **en 2019**, le Palais des Congrès de Versailles qui n'est plus exploité par Viparis, ne fait plus parti du panel de l'étude.
- **en mai 2023**, l'activité du CNIT Forest⁽¹⁾ reprendra dans un espace nouvellement aménagé de 20 000 m² avec 2 amphithéâtres, 24 salles de réunions et 2 espaces polyvalents.

⁽¹⁾ Groupe Viparis depuis 2008, sites gérés séparément par la CCI Paris Ile-de-France et Unibail-Rodamco avant 2008.

⁽²⁾ Paris Venues groupe GL EVENTS.

⁽³⁾ Groupe Chateaufort.



Paris Nord
Villepinte
Un site VIPARIS

Localisation : ZAC Paris Nord 2 – 93420 Villepinte
Nombre de halls : 9 soit 246 300 m² de surfaces modulables
Nombre d’amphithéâtres : 2 soit 796 places
Nombre de salles : 39 soit 2 588 places
Principales manifestations : Maison&objet, SIAL, Première vision



Paris expo
Porte de Versailles
Un site VIPARIS

Localisation : 1, place de la Porte de Versailles – 75015 Paris
Nombre de halls : 8 soit 222 000 m² de surfaces modulables
Nombre d’amphithéâtres : 2 soit 622 places
Nombre de salles : 32 soit 3 157 places
Principales manifestations : Who’s next, Foire de Paris, Salon nautique de Paris



Paris
Le Bourget
Un site VIPARIS

Localisation : Parc des expositions – 93350 Le Bourget
Nombre de halls : 5 soit 80 000 m² de surfaces modulables
Nombre d’amphithéâtres : 1 soit 200 places
Nombre de salles : 6 soit 104 places
Principales manifestations : Euronaval, Texworld, Salon des véhicules de loisirs



Le Palais des Congrès
de Paris
Un site VIPARIS

Localisation : 2, place de la Porte Maillot – 75017 Paris
Nombre de halls : 7 soit 32 000 m² de surfaces modulables
Nombre d’amphithéâtres : 4 soit 5 572 places
Nombre de salles : 103 soit 5 113 places
Principales manifestations : Simi, Salon des entrepreneurs de Paris, salon SME



Grande Halle de la Villette
Localisation : 211, avenue Jean Jaurès – 75935 Paris cedex 19
Nombre de halls : 1 soit 18 555 m² de surfaces modulables
Nombre d’amphithéâtres : 1 soit 300 places
Nombre de salles : 4 soit 500 places
Principales manifestations : Vivez nature, Salon du travail, Le mondial du tatouage



Paris Event Center
Localisation : 20, avenue de la Porte de la Villette – 75019 Paris
Nombre de halls : 2 soit 12 250 m² de surfaces modulables
Nombre d’amphithéâtres : 0
Nombre de salles : 0
Principales manifestations : Salon des maires d’Île-de France, Salon du Survivalisme



Parc Floral de Paris – L’espace événements
Localisation : esplanade du Château de Vincennes – 75012 Paris
Nombre de halls : 4 soit 11 250 m² de surfaces modulables
Nombre d’amphithéâtres : 1 soit 310 places
Nombre de salles : 0
Principales manifestations : Marjolaine, Vivre autrement, Playtime



Espace Jean Monnet
Localisation : 47, rue des Solets, parc Silic – 94533 Rungis cedex
Nombre de halls : 8 soit 10 000 m² de surfaces modulables
Nombre d’amphithéâtres : 0
Nombre de salles : 35 soit 600 places
Principales manifestations : Bourse aux armes de collection



Espace
Champerret
Un site VIPARIS

Localisation : 6, rue Jean Oestreicher – 75017 Paris
Nombre de halls : 3 soit 9 100 m² de surfaces modulables
Nombre d’amphithéâtres : 0
Nombre de salles : 0
Principales manifestations : Salon zen, Salon des vins des vignerons indépendants



Business Solutions
BY DISNEYLAND PARIS
Localisation : Bâtiment Disney Chanel, BP 112 – 77777 Marne-la-Vallée cedex 4
Nombre de halls : 2 soit 8 800 m² de surfaces modulables
Nombre d’amphithéâtres : 1 soit 570 places
Nombre de salles : 94 soit 15 700 places
Principales manifestations : IT Partners



Carrousel
du Louvre
Un site VIPARIS

Localisation : 99, rue de Rivoli – 75001 Paris
Nombre de halls : 4 soit 7 100 m² de surfaces modulables
Nombre d’amphithéâtres : 0
Nombre de salles : 0
Principales manifestations : Les Thermalies, Cosmetic 360°, Art Shopping



Localisation : 50, avenue du Président Wilson – 93200 Saint-Denis La Plaine
Nombre de halls : 3 soit 6 500 m² de surfaces modulables
Nombre d'amphithéâtres : 1 soit 1 500 places
Nombre de salles : 22 soit 200 places
Principales manifestations : Satis & Screen4All, Paris Open Source Summit



Espace
Grande Arche
Un site VIPARIS

Localisation : Parvis de la Défense – 92044 Paris la Défense
Nombre de halls : 2 soit 5 000 m² de surfaces modulables
Nombre d'amphithéâtres : 0
Nombre de salles : 2 soit 1 166 places
Principales manifestations : Salon APEC, Top recrutement, Forum Horizon Maroc



EVENT
Châteaufort

Palais des Congrès Paris Saclay
Localisation : 19, place du Grand Ouest – 91300 Massy
5 500 m² de surfaces modulables
Nombre d'amphithéâtres : 1 soit 593 places
Nombre de salles : 9 salles modulables



Le Palais
des Congrès d'Issy
Un site VIPARIS

Localisation : 25, avenue Victor Cresson – 92130 Issy les Moulineaux
Nombre de halls : 3 soit 3 000 m² de surfaces modulables
Nombre d'amphithéâtres : 1 soit 946 places
Nombre de salles : 11 soit 550 places



maison
de la
mutualité
congrès
événements
spectacles

Localisation : 24, rue Saint Victor – 75005 Paris
Nombre de halls : 0
Nombre d'amphithéâtres : 1 soit 250 à 1 700 personnes
Nombre de salons : 15 de 35 à 800 m²
Principales manifestations : Omnivore World Tour Paris, Hubforum

universcience

Cité des sciences et de l'industrie
Localisation : 30, avenue Corentin Cariou – 75019 Paris
Nombre de halls : 1 soit 2 300 m² de surfaces modulables
Nombre d'amphithéâtres : 2 soit 1 294 places
Nombre de salles : 8 soit 340 places
Principales manifestations : Forum emploi des séniors, Forum Emploi maths

ESPACE CHARENTON
PARIS 12 www.espacecharenton.com

Localisation : 327, rue de Charenton – 75012 Paris
Nombre de halls : 3 soit 2 200 m² de surfaces modulables
Nombre d'amphithéâtres : 0
Nombre de salles : 4 soit 3 000 places
Principales manifestations : Salon de la copropriété ARC, Salon International Minéral Expo



Salle Wagram

Salle Wagram
Localisation : 39-41, avenue de Wagram – 75008 Paris
Nombre de halls : 2 soit 1 400 m² de surfaces modulables
Nombre d'amphithéâtres : 0
Nombre de salles : 2 soit 650 places


Palais Brongniart

Localisation : 28, place de la Bourse – 75002 Paris
Nombre de halls : 1 soit 1 226 m² de surfaces modulables
Nombre d'amphithéâtres : 2 soit 701 places
Nombre de salles : 7 soit 618 places
Principales manifestations : Tranoï, salon de la revue du vin de France



La Chesnaie
du Roy

Localisation : Parc Floral de Paris esplanade du Château de Vincennes – 75012 Paris
Nombre de halls : 1 soit 624 m² de surfaces modulables
Nombre d'amphithéâtres : 0
Nombre de salles : 4 soit 345 places
Principales manifestations : Forum emploi pôle défense mobilité

PRÉSENTATION DU SECTEUR DES RENCONTRES ET ÉVÉNEMENTS D’AFFAIRES

I. LE MÉDIA SALON

Il existe plusieurs types de salons : les salons professionnels, les salons grand public, les salons mixtes et les foires commerciales.

- **Les salons professionnels** sont des événements business-to-business (B2B). Les entreprises d’un secteur spécifique peuvent présenter leurs nouveaux produits et services. Généralement, les salons professionnels ne sont pas ouverts au public et ne peuvent s’y rendre que des représentants d’entreprises et des membres de la presse. Les manifestations professionnelles ont certaines caractéristiques qui les distinguent des salons grand public ou mixtes. L’exposant-type est un manufacturier ou un distributeur de produits ou de services, spécifiques ou complémentaires à ces segments d’industries. L’acheteur-type est un utilisateur final du secteur ou un autre distributeur appartenant au segment d’industrie qui accueille l’événement. Seuls ces acheteurs sont présents et viennent le plus souvent sur invitation. Une notoriété sectorielle ou une pré-inscription est généralement requise pour que l’acheteur soit reconnu comme appartenant au marché ou à l’industrie. Un droit d’entrée ou d’enregistrement peut aussi être réclamé avant d’accorder l’accès à l’événement. Des événements de type "salon professionnel" peuvent durer d’un à dix jours selon le marché considéré. Certains événements ont lieu annuellement, d’autres 2 fois par an ou encore tous les 2 ans. Certaines expositions d’industries de grande ampleur n’ont lieu que tous les 3 à 7 ans.
- **Les salons grand public** sont ouverts à tous les publics. Les exposants sont essentiellement des détaillants ou des manufacturiers souhaitant apporter leurs biens et services directement au consommateur final. C’est un événement qui concerne un secteur d’industrie ou des intérêts particuliers, tenu sur une durée d’un à dix jours. Le but premier d’un salon grand public est la vente directe. Les acheteurs (consommateurs) sont mis en rapport avec les vendeurs de biens et services. Les consommateurs bénéficient d’un mix de produits divers, de conseils d’experts, de formations et de divertissements. Les vendeurs bénéficient des achats des consommateurs, de la notoriété de leur produit et de leur marque, de relations publiques, de recherche et développement et de tests de leurs produits.
- **Les salons mixtes** sont une combinaison de salons professionnels et grand public. Les visiteurs professionnels se voient autoriser l’accès au salon certains jours réservés, d’autres jours sont ouverts au grand public. Les articles exposés sont restreints à un secteur ou à un segment spécialisé d’une industrie particulière.
- **Les foires** peuvent être internationales, régionales ou locales. Elles réunissent l’ensemble des acteurs socio-économiques d’une région et proposent au visiteur une rencontre avec tous les représentants de la vie économique industrielle, artisanale et sociale. Vecteurs de promotion économique pour l’ensemble de la région, ces rendez-vous d’affaires présentent une offre généraliste unique en termes de biens d’équipement, de consommation et de services. Dans une ambiance conviviale et festive, le visiteur peut ainsi comparer les produits 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 développer leur activité.

Pourquoi participer à un salon ?

- **Prospecter** : le salon crée les conditions idéales à la création d'un lien unique et riche entre l'entreprise et ses visiteurs, favorable aux affaires. L'entreprise peut ainsi identifier et rencontrer des prospects et se constituer une base de contacts.
- **Accroître ses ventes** : le salon permet à l'entreprise de vendre sur le site, grâce à l'animation de son stand et à des offres « spéciales salons ». La prise de commandes est particulièrement utile pour les entreprises dont la force de vente ne couvre pas tout le territoire.
- **Fidéliser sa clientèle** : sur le salon, l'entreprise crée un lien direct avec le client, favorisant ainsi sa fidélisation. En amont, elle aura pris soin d'inviter sa clientèle-cible à venir lui rendre visite sur son stand et d'organiser diverses animations.
- **Présenter de nouveaux produits** : grâce à une forte visibilité sur le salon, l'entreprise peut se positionner sur un nouveau marché et lancer un nouveau produit en créant notamment des animations sur son stand.
- **Développer des partenariats** : sur le salon, l'entreprise rencontre les autres exposants ainsi que les acteurs de la filière. C'est l'occasion de dynamiser des partenariats existants et d'en rechercher de nouveaux.
- **Développer l'image et la notoriété de l'entreprise** : présence sur les supports des salons, organisation d'un espace VIP, aménagement du stand... Un salon permet de développer l'image et la notoriété de l'entreprise, grâce à une communication spécifique.
- **S'informer sur le marché** : le salon est un lieu où les acteurs d'un même secteur viennent s'informer, débattre des questions d'avenir et découvrir les dernières innovations. Le salon est l'endroit idéal pour connaître un marché et ses évolutions et assurer une veille concurrentielle.
- **Mobiliser ses équipes** : le salon est l'occasion pour l'entreprise de mobiliser l'ensemble de ses équipes, notamment ses forces de vente, autour d'un événement fédérateur.

Définitions de quelques termes utilisés par les acteurs du média salon :

- **La surface brute louée** (en m²) est la surface louée par l'organisateur auprès du parc d'expositions. Le cas échéant, on distinguera la surface couverte de la surface totale louée (qui intègre la surface à l'air libre).
- **La surface brute utile des halls (définition EMECA)** est le cumul de la surface au sol dédiée aux activités d'exposition (sur tous les niveaux), c'est-à-dire la surface brute moins toutes les surfaces non affectées aux exposants et visiteurs : les galeries d'accueil hors surfaces d'exposition, l'emprise au sol des structures d'architecture (piliers, escaliers...), les installations techniques, les espaces de circulation hors surfaces d'exposition, les zones d'animation et de congrès, les sanitaires et les cuisines.
- **La surface nette occupée** par les exposants est la surface payée ou gratuite, couverte ou à l'air libre, occupée par les exposants et portée au contrat, à l'exclusion des surfaces de circulation, d'entreposage ou de bureau à vocation administrative dont l'accès est réservé au seul personnel des exposants.
- **L'exposant** (ou exposant principal) est la personne physique ou morale qui contracte directement avec l'organisateur d'une manifestation et présente sur son stand ses propres produits ou services par l'intermédiaire de son propre personnel.

▪ **Le visiteur** est une personne physique qui accède à la manifestation commerciale au cours de ses heures officielles d'ouverture en présentant au contrôle soit un ticket ou une carte justifiant de son paiement, soit une carte d'invitation munie d'un talon de contrôle numéroté. Un journaliste est comptabilisé comme un visiteur. Les personnels du parc d'exposition, de l'organisateur de la manifestation, des exposants et de leurs prestataires de services ne sont pas comptabilisés comme visiteurs.

▪ **L'organisme certificateur** : lorsqu'une manifestation commerciale se tient périodiquement, la déclaration d'une nouvelle session s'accompagne de la fourniture à la préfecture des caractéristiques chiffrées relatives aux sessions antérieures (surface nette occupée par les exposants, nombre d'exposants et nombre de visiteurs). Ces caractéristiques doivent être certifiées par un organisme tiers dans des conditions fixées par les articles A.762-3 et A762-9 du code du commerce.

II. LE SEGMENT DES CONGRÈS

Un congrès se définit comme un événement :

- organisé à l'initiative d'un ou plusieurs organismes scientifiques ou techniques sans but lucratif (associations professionnelles, sociétés savantes, pouvoirs publics, organisations internationales intergouvernementales, universités, centres de recherche...);
- avec en général une contribution des congressistes à forte valeur ajoutée pédagogique, dont l'objectif est la diffusion, l'échange des connaissances et la confrontation des expériences sur un thème donné entre spécialistes d'une même discipline ;
- à fréquence généralement fixe ;
- se déroulant dans un site dédié (centre ou palais des congrès) ou non dédié (université, hôtel...).

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) accorde le label international à tout congrès qui comptabilise au moins 20 % de congressistes internationaux. Inversement, tout congrès qui enregistre moins de 20 % de congressistes internationaux sera « labellisé » congrès national. De plus, l'étude multi-partenaire, menée en 2012 sur les retombées économiques des congrès, a segmenté les congrès en quatre catégories :

- les congrès internationaux de plus de 500 participants ;
- les congrès internationaux de moins de 500 participants ;
- les congrès nationaux de plus de 500 participants ;
- les congrès nationaux de moins de 500 participants.

Enfin, les très gros congrès sont les manifestations de plus de 10 000 congressistes. Ces congrès qui génèrent de très importantes retombées économiques pour les territoires concernés sont généralement à rotation internationale. Les différentes villes concurrentes sont mises en compétition entre elles par l'organisateur et/ou la société savante afin d'optimiser les conditions d'accès, l'accueil, l'hébergement...

Un PCO (Professional Congress Organizer) est un organisateur de congrès. Il propose de multiples prestations : conseil, gestion et coordination du congrès, réservations, inscriptions, secrétariat, suivi budgétaire... Le PCO assure, le cas échéant, la recherche de sponsors pour le congrès ainsi que la commercialisation des espaces éventuels d'exposition. Il dispose généralement des allotements hôteliers nécessaires à l'hébergement des congressistes.

Une société savante est une association d'érudits, regroupant des experts qui, par leurs travaux et leurs réflexions, font avancer la connaissance dans leur domaine d'activité.

Enjeux de l'organisation de congrès pour les destinations.

Depuis une vingtaine d'années, de nombreuses villes, qu'elles soient françaises, européennes ou situées sur d'autres continents, ont compris l'importance de la tenue de congrès pour leur tissu économique local. En plus de dynamiser l'économie en attirant des touristes qui en moyenne dépensent deux fois plus que des touristes de loisirs, les congrès participent au rayonnement international et au développement du tissu économique d'une région.

Des classements internationaux (ceux de l'International Congress & Convention Association, ICCA, et de l'Union des Associations Internationales, UAI) permettent à ces différentes villes de se positionner dans la compétition, et d'afficher leur volonté d'accueillir des congrès internationaux. Ces organismes positionnent régulièrement Paris en tête de classement.

Les critères ICCA :

- Le congrès doit rassembler un minimum de 50 participants ;
- Le congrès doit tourner dans au moins trois pays différents (éditions passées ou à venir) ;
- Le congrès doit avoir une fréquence régulière.

Les critères UAI :

- Catégorie A :
 - ✓ L'événement doit rassembler au moins 50 participants ;
 - ✓ L'événement doit être organisé ou sponsorisé par une organisation internationale.
- Catégorie B :
 - ✓ L'événement doit rassembler au moins 40 % de participants étrangers de cinq nationalités ;
 - ✓ L'événement doit durer au moins 5 jours ;
 - ✓ L'événement doit comporter soit une surface d'exposition, soit accueillir un minimum de 300 participants.

III. LE SEGMENT DES ÉVÉNEMENTS D'ENTREPRISES

Les événements d'entreprises ou réunions d'entreprises sont organisés par ou pour une entreprise dans un but interne ou externe. Sont dénombrés les événements suivants : les séminaires, les colloques, les conférences, les conventions, les remises de trophées, de prix ou de diplômes, les assemblées générales, les lancements de produits et les conférences de presse, les défilés de mode, les anniversaires, les concerts et spectacles privés, les départs en vacances, les manifestations grand public corporate, les soirées festives, les vœux et arbres de Noël, les tournages de films et de publicité, les tests consommateurs organisés par les entreprises et les showrooms.

IV. LE SEGMENT DES SPECTACLES-MANIFESTATIONS CULTURELLES ET SPORTIVES, EXAMENS-FORMATIONS ET ÉVÉNEMENTS DIVERS⁽¹⁾

Les spectacles-manifestation culturelles et sportives, examens-formations et événements divers n'entrent pas dans le segment « tourisme d'affaires » mais représentent une part non négligeable de l'activité des sites d'exposition franciliens, objet de cette étude. Les événements divers comprennent les ventes privées et les enchères. Notons que depuis 2016, les sites d'exposition et de congrès ne comptabilisent plus les salles dédiées aux organisateurs et aux exposants.

⁽¹⁾ Ventes privées, enchères et événements familiaux.

RÉGLEMENTATION

DÉCRET DU 27 JANVIER 2006 CONCERNANT LE NOUVEAU RÉGIME DE DÉCLARATION PRÉALABLE DES MANIFESTATIONS COMMERCIALES

Depuis le 5 juillet 2006, un nouveau régime de déclaration préalable des manifestations commerciales régit l'activité des foires et salons.

L'application du décret du 27 janvier 2006 et de l'arrêté du 12 juin 2006 rend obligatoire l'enregistrement des parcs d'expositions auprès du préfet du département où ils se situent et la déclaration par ceux-ci d'un programme annuel des manifestations commerciales.

Pour effectuer sa déclaration, l'exploitant d'un parc d'exposition recueille les caractéristiques de chaque manifestation commerciale auprès de son organisateur.

Si la manifestation s'est déjà tenue précédemment, ses caractéristiques chiffrées doivent être certifiées.

Cette réglementation engendre deux conséquences directes :

- elle rend obligatoire la certification des caractéristiques chiffrées des manifestations par un organisme agréé, conférant aux données communiquées un caractère non plus déclaratif mais officiel et donc plus fiable ;
- elle précise un certain nombre de définitions réglementaires de ces caractéristiques qui sont dorénavant communes à l'ensemble des acteurs de la profession.

En outre, l'organisateur d'un salon professionnel qui ne se tient pas dans un parc d'exposition doit déclarer directement les principales caractéristiques de la manifestation auprès de la préfecture.

Enfin, les manifestations autres que professionnelles qui ne se déroulent pas dans un parc d'exposition enregistré échappent à toute obligation déclarative.

Il existe trois organismes de certification accrédités par la COFRAC : EXPO'STAT, EXPOCERT et DEKRA Certification.

Article A762-9, modifié par Arrêté du 24 octobre 2012 – art. 1 mis en vigueur au 1^{er} juillet 2013.

Le contrôle par inspection des caractéristiques chiffrées soumises à déclaration d'une manifestation commerciale est effectué par un organisme tierce partie indépendant des parties engagées, accrédité à cet effet par le Comité français d'accréditation (COFRAC) ou par tout autre organisme membre de la coopération européenne pour l'accréditation et ayant signé les accords de reconnaissance mutuelle multilatéraux.

L'organisme accrédité effectue les opérations définies à l'annexe XIII de l'annexe 7-10 " Principales opérations en vue du contrôle des caractéristiques chiffrées des manifestations commerciales " du présent livre⁽¹⁾.

Les calculs sont réalisés suivant les normes NF ISO 25639-1 de janvier 2009 " Terminologie du secteur des foires, salons et congrès ou manifestations commerciales.

- Partie 1 : vocabulaire " et NF ISO 25639-2 de janvier 2009 " Terminologie du secteur des foires, salons et congrès ou manifestations commerciales ;
- Partie 2 : méthodes de comptage à des fins statistiques ou à des spécifications reconnues équivalentes ".

L'obligation d'accréditation ne s'applique pas aux exploitants de parcs lorsque ceux-ci procèdent au contrôle des caractéristiques chiffrées dans le cadre de la dérogation prévue à l'article A.762-3 du code de commerce.

⁽¹⁾ Code du commerce, livre VII.

RÉGLEMENTATION (SUITE)

ARRÊTÉ DU 24 AVRIL 2009 PORTANT SUR LA RECONNAISSANCE DU CARACTÈRE INTERNATIONAL DES MANIFESTATIONS COMMERCIALES

Le 8 mai 2009 a été porté au Journal officiel, l'arrêté du 24 avril 2009 concernant la reconnaissance internationale des manifestations commerciales qui s'applique aux foires et salons.

Une manifestation commerciale bénéficie de la reconnaissance officielle de son caractère international simple et de l'appellation « international » si elle remplit les conditions suivantes :

- avoir réuni, au cours de sa session précédente, au moins 10 % d'exposants étrangers ou au moins 5 % de visites étrangères;
- pour la session précédant la demande de reconnaissance internationale et pour chaque session durant la validité de la reconnaissance internationale, soumettre au contrôle d'un organisme agréé les caractéristiques chiffrées de la manifestation (nombre d'exposants étrangers, surface nette en m² occupée par les exposants étrangers, nombre de visites étrangères, nombre total de visites).

Une manifestation commerciale bénéficie de la reconnaissance officielle de son caractère international confirmé et de l'appellation « international confirmé »

dès lors qu'elle satisfait aux conditions suivantes :

- correspondre à la définition du salon professionnel (Article 762.2 du code du commerce) ;
- avoir réuni au cours de la session précédente au moins 20 % d'exposants étrangers ;
- avoir accueilli au cours de sa session précédente au moins 25 % de visiteurs professionnels étrangers, y compris les journalistes, avec un plancher minimum de 1 000 visiteurs.

La reconnaissance officielle du caractère international est valable 3 ans, prorogable pour une nouvelle durée de 3 ans sur simple présentation des éléments fournis dans le dossier initial, relatifs à sa session précédente.

En outre, les salons internationaux « confirmés » sont présumés éligibles à l'assurance prospection de la COFACE. D'autres salons peuvent être éligibles, au cas par cas, sur décision du ministre en charge du commerce extérieur.

PRINCIPAUX PARTENAIRES DE LA CCI PARIS ILE-DE-FRANCE DANS LA FILIÈRE DES RENCONTRES ET DES ÉVÈNEMENTS PROFESSIONNELS

ATOUT FRANCE, L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA FRANCE

Atout France, créée en 2009 afin de favoriser le développement de ce secteur, poursuit cet objectif par le biais de différentes missions :

- **Observer et analyser les marchés touristiques**

Elle entretient un dispositif approfondi et permanent de veille et d'analyse du marché touristique international ;

- **Renforcer l'offre touristique française et la commercialiser**

Elle vise à accroître la compétitivité des entreprises et l'attractivité des destinations françaises ;

- **Optimiser la qualité des prestations**

L'agence est en charge de missions spécifiques visant à améliorer la qualité de l'offre (classement des hébergements de tourisme, immatriculation des opérateurs de voyages...);

- **Un territoire d'intervention local, national et international**

Ce qui favorise sa compréhension des marchés et des clientèles internationales.

Cette connaissance de l'offre et de la demande lui permet de disposer d'une vision la plus complète possible de l'état des marchés touristiques et de définir ainsi les grandes orientations stratégiques nécessaires pour le développement du tourisme français.

COMITÉ DES EXPOSITIONS DE PARIS (CEP)

Créé en 1903 entre la Chambre de commerce et d'industrie de Paris (actuelle CCI Paris Ile-de-France), certaines fédérations professionnelles et la ville de Paris pour organiser la première Foire de Paris, le Comité des Expositions de Paris (CEP) est une association loi de 1901 menant des actions d'intérêt collectif pour le développement des salons.

Les mutations économiques intervenues pendant le siècle dernier ont amené le CEP à évoluer progressivement, jusqu'à devenir un organisme non opérationnel mais doté de moyens financiers lui permettant d'initier ou d'appuyer des actions d'intérêt collectif.

DEKRA CERTIFICATION

Filiale du groupe DEKRA qui est un partenaire historique de la filière de l'événementiel, DEKRA Certification est l'un des leaders européens de la certification et propose une large gamme de services aux professionnels des foires et salons (certifications qualité, santé et sécurité au travail mais aussi développement durable au travers notamment de la certification ISO 20121).

Au service des organisateurs de foires et salons, DEKRA Certification vérifie les statistiques des manifestations commerciales* et est le seul organisme qui garantit **au profit de tous ses clients une indépendance totale** (pas d'organismes parmi ses actionnaires) et des **services additionnels innovants** :

- Démarches simplifiées évitant toute surcharge de travail pour un organisateur ;
- Réactivité pour une communication sans délai à la presse des résultats certifiés ;
- Notoriété de la marque DEKRA pour valoriser tout événement auprès des exposants, partenaires et visiteurs (nationaux et internationaux).

* accréditation COFRAC n°3-1297, portée disponible sur www.cofrac.fr

DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES (DGE)

Placée sous l'autorité du ministre de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, la DGE a pour mission de développer la compétitivité et la croissance des entreprises de l'industrie et des services. Ceci passe par le développement des nouveaux secteurs, notamment dans les services aux entreprises et à la personne, par le soutien et la diffusion de l'innovation et l'anticipation et l'accompagnement des mutations économiques, dans un objectif de croissance durable et d'emploi. Elle analyse les meilleures pratiques internationales, écoute les acteurs économiques pour être force de proposition pour les ministres dans tous les domaines de la compétitivité des entreprises.

EXPOCERT

EXPOCERT intervient depuis 2006 auprès des organisateurs de manifestations commerciales (foires, salons, congrès-expositions) pour contrôler les données chiffrées. **EXPOCERT est le premier organisme à avoir obtenu en 2013 l'accréditation obligatoire délivrée par le COFRAC** (Comité Français d'Accréditation) dans le respect de la norme ISO 17020.

EXPOCERT contribue à la professionnalisation du média salon, en poursuivant sa mission aux côtés des organisateurs d'événements, lieux d'accueil (parcs d'exposition, centres de congrès), et autres partenaires de la profession.

EXPO'STAT

EXPO'STAT, **au service de ses clients organisateurs** de foires, salons, congrès et manifestations commerciales, est un organisme de contrôle des caractéristiques chiffrées des manifestations commerciales accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1002 (disponible sur www.cofrac.fr).

EXPO'STAT est à ce jour **le seul organisme étant accrédité de type A par le COFRAC**, accréditation la plus contraignante assurant à ses clients et ses partenaires son sérieux et son professionnalisme.

Ayant pour **activité exclusive la certification des données chiffrées des manifestations commerciales en France**, le rôle d'EXPO'STAT est d'auditer les manifestations des organisateurs afin d'établir des données précises avec impartialité, confidentialité et indépendance. EXPO'STAT joue également **un rôle de conseiller avec une équipe disponible et à l'écoute de ses clients organisateurs**.

EXPO'STAT, **leader de son secteur d'activité, avec plus de 650 manifestations contrôlées chaque année, est le partenaire privilégié de la filière des Foires et Salons** en matière de contrôle des données chiffrées participant à hauteur de 80% des données publiques collectées, permettant ainsi à ses partenaires tels que OJS, UNIMEV et les CCI de baser leurs études sur des données fiables et précises.

GROUPE ADP

Le Groupe ADP aménage et exploite des plates-formes aéroportuaires parmi lesquelles Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-Le Bourget. En 2019, la groupe a accueilli via Paris Aéroport 108 millions de passagers sur Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly ainsi que 2,2 millions de tonnes de fret et de courrier et 234,5 millions de passagers à l'échelle du groupe ADP. Bénéficiant d'une situation géographique exceptionnelle et d'une forte zone de chalandise, le groupe poursuit une stratégie de développement de ses capacités d'accueil, d'amélioration de sa qualité de services et entend développer les commerces et l'immobilier.

Parallèlement, toutes filiales, activités et métiers confondus, le Groupe ADP est actif dans 125 aéroports à travers 50 pays dans le monde. Il exploite directement ou indirectement sous concession ou en contrat de gestion un réseau de 24 aéroports dans le monde à fin 2019 et l'alliance qu'il forme avec TAV Airports et demain avec GMR Airports donnera naissance au premier réseau mondial d'aéroports.

LA GAZETTE DES SALONS

La Gazette des Salons est le média de référence Web et Print des salons et foires en France. La Gazette des Salons s'adresse aux visiteurs et aux exposants à la recherche d'informations (pratiques, actualités, people, innovations) sur les salons. La Gazette des Salons favorise aussi le business entre professionnels, organisateurs et exposants.

Agenda, annuaires pros, parcs d'exposition, prestataires de l'expo, et toute l'actualité de la filière dans le Guide des Salons papier bi-annuel et sur le web toute l'année.

MINISTÈRE DE L'EUROPE ET DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES (MEAE)

Le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères conçoit et met en œuvre la politique étrangère de la France. Ses priorités sont :

- Agir dans le monde pour la paix, la sécurité et les droits de l'homme ;
- Promouvoir les entreprises françaises sur les marchés extérieurs ainsi que l'attractivité de la France à l'étranger ;
- Contribuer à l'organisation d'une mondialisation qui assure un développement durable et équilibré de la planète ;
- Assurer la présence des idées, de la langue et de la culture française tout en servant la diversité culturelle ;
- Assurer la sécurité et l'administration des français à l'étranger.

Le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères s'appuie sur un important réseau d'ambassades et de consulats à l'étranger qui travaillent en lien permanent avec l'administration centrale située à Paris et à Nantes.

OFFICE DE JUSTIFICATION DES STATISTIQUES (OJS)

L'OJS est une instance d'UNIMEV créée à la suite de la fusion-absorption de l'association OJS par UNIMEV au 1er janvier 2014. L'OJS assure trois missions :

- normalisation statistique ;
- collecte et diffusion d'informations chiffrées ;
- communication sur la fiabilité des chiffres et indicateurs statistiques.

Il accomplit ces missions dans des conditions garantissant l'autonomie de son fonctionnement et la confidentialité des informations collectées. L'OJS exploite par ailleurs la marque collective OJS, marque utilisée par les organisateurs pour garantir la fiabilité des données chiffrées de leurs manifestations commerciales. Aujourd'hui, plus de 650 manifestations sont reconnues OJS.

OFFICE DU TOURISME ET DES CONGRÈS DE PARIS (OTCP)

Créé en 1971, à l'initiative conjointe de la ville de Paris et de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris, l'Office du tourisme et des congrès de Paris assure trois missions : accueillir et informer les visiteurs et les professionnels du tourisme, et promouvoir les atouts de la capitale en matière de tourisme de loisirs et d'affaires.

Au sein de l'OTCP, le Bureau des congrès de Paris accompagne et défend la candidature de Paris afin de remporter l'organisation de grandes rencontres associatives et déploie avec ses partenaires une stratégie de promotion de « Paris, destination congrès ». L'Office est un lieu unique de rencontres, d'échanges et de partenariats pour les opérateurs touristiques parisiens.

PROMOSALONS, LE RÉSEAU PARTENAIRE MONDIAL DES SALONS FRANÇAIS

Association dédiée à la promotion internationale des salons professionnels français, Promosalons est un réseau unique au monde qui met au service des organisateurs français son expertise en communication et sa connaissance des marchés à travers 56 bureaux couvrant 120 pays.

Créé en 1967 à l'initiative des organisateurs de salons et de divers organismes dont la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (devenue CCI Paris Ile-de-France), il a pour vocation de renforcer la présence des visiteurs et exposants internationaux sur les salons français, et en cela, contribuer à l'attractivité de la France et de Paris comme places incontournables pour les événements internationaux.

UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT (UNIMEV)

UNIMEV représente les événements professionnels, scientifiques, corporate, sportifs, culturels et politiques en France. Elle compte plus de 450 adhérents, soit 85% de l'activité du secteur en valeur, qu'elle représente auprès des pouvoirs publics, des organismes professionnels mais aussi de la presse et du grand public.

Elle vise à promouvoir l'utilisation des événements professionnels, à favoriser la mise en place d'un environnement porteur, à défendre les intérêts des acteurs de la profession et à développer des services offerts aux adhérents afin de les accompagner dans leurs activités, leur croissance et leur professionnalisation.

Parmi ses 450 adhérents, elle compte 151 organisateurs de plus de 750 foires, salons et congrès, 68 parcs d'exposition, 53 centres de congrès, et au global 228 sites, 60 prestataires de services à l'exposition et 66 concepteurs d'événements, certains adhérents exerçant une multi-activité.

Ses actions, regroupées derrière 4 grandes missions – Etudier, Développer, Former, Agir - sont entièrement vouées à accompagner le développement et la professionnalisation des métiers de l'événement dans une démarche de qualité et d'excellence.

VIPARIS

Créé en janvier 2008 par la CCI Paris Ile-de-France et Unibail Rodamco qui en détiennent chacun 50 %, Viparis gère les 9 sites d'accueil majeurs de la capitale et accueille chaque année près de 700 événements (congrès, salons, événements d'entreprises...).

Ce sont plus de 11 millions de visiteurs, venant de tous les horizons – Île-de-France, province, étranger, grand public et professionnels – qui fréquentent ses parcs d'exposition et centres de congrès, véritables lieux d'échanges et de rencontres.

Acteur majeur de la filière du tourisme d'affaires et des événements professionnels, Viparis poursuit plusieurs missions :

- renforcer la visibilité et la cohérence de l'offre parisienne à l'international ;
- s'impliquer aux côtés de tous les acteurs de la filière pour accompagner la région capitale dans la compétition internationale ;
- contribuer à la vitalité de la filière.

VISIT PARIS REGION (COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME PARIS ILE-DE-FRANCE)

Avec plus de 35 millions d'arrivées et près de 72 millions de nuitées hôtelières chaque année, Paris Île-de-France est la première destination touristique mondiale. Le tourisme, secteur d'activité majeur, représente pour la région plus de 500 000 emplois directs ou indirects et 10 % du PIB. Avec 33,5 millions de nuitées hôtelières, les clientèles d'affaires représentent près de 47 % de la fréquentation de l'hôtellerie francilienne.

Le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France, par son action auprès des acteurs du tourisme et des visiteurs, assure la promotion et le développement de la destination Paris Île-de-France. Il met en place les ressources, les outils, l'accompagnement et le réseau permettant aux professionnels du tourisme francilien de développer et de distribuer une offre qualitative, innovante et adaptée.

LA CCI PARIS ÎLE-DE-FRANCE TIENT À REMERCIER LES ACTEURS DE LA FILIÈRE GRÂCE AUXQUELS ELLE A PU MENER À BIEN CETTE ÉTUDE.

Les sites d'expositions franciliens



Paris Nord
Villepinte
Un site VIPARIS



Paris expo
Porte de Versailles
Un site VIPARIS



Paris
Le Bourget
Un site VIPARIS



Le Palais des Congrès
de Paris
Un site VIPARIS



Espace
Champerret
Un site VIPARIS



Carrousel
du Louvre
Un site VIPARIS



Espace
Grande Arche
Un site VIPARIS



EVENT
Châteauform'



Le Palais
des Congrès d'Issy
Un site VIPARIS



universcience

ESPACE CHARENTON
PARIS 12 www.espacecharenton.com



Palais Brongniart



La Chesnaie
du Roy

Les certificateurs



EXPO'STAT SAS
20 rue des Reculettes - 75013 PARIS
T: 01 45 35 69 86
F: 01 45 35 88 18
contact@expostat.com

Plus de 650 manifestations
contrôlées chaque année!



EXPOCERT
Contrôle des caractéristiques chiffrées
des manifestations commerciales



DEKRA Certification est un organisme d'inspection
accrédité par le COFRAC - Accréditation n° 3-1297
Portée disponible sur www.cofrac.fr



Les institutionnels



unimev
UNION FRANÇAISE DES PIÈTRES DE L'ÉVÈNEMENT



PARIS
Office du Tourisme
et des Congrès

Contact | Jean-Marie Nays
CCI PARIS ILE-DE-FRANCE
Pôle politiques territoriales et régionales
Département tourisme, congrès et salons
27 avenue de Friedland – 75008 Paris
Tél 01 55 65 81 77

Directeur de la publication | Stéphane Fratacci

Directeur de la rédaction | France Morot-Videlaïne

Rédacteur en chef | Emmanuel Rodier

Analyse et rédaction | Jean-Marie Nays

Etude de la CCI Paris Ile-de-France disponible sur
cci-paris-idf.fr/fr/prospective/tourisme/tourisme-daffaires-paris-ile-de-france-edition-2022

