



Les salons grand public ont affiché de meilleurs résultats que les salons professionnels au 3^{ème} trimestre 2019

La CCI Paris Ile-de-France, publie chaque trimestre un indicateur, permettant d'estimer les tendances du marché des salons franciliens à partir de trois composantes (surface nette occupée par les stands, nombre d'exposants et nombre de visiteurs). Cet indicateur, obtenu à partir d'enquêtes déclaratives « sortie de salon », est purement conjoncturel et à champs constant, (voir méthodologie en page 2).

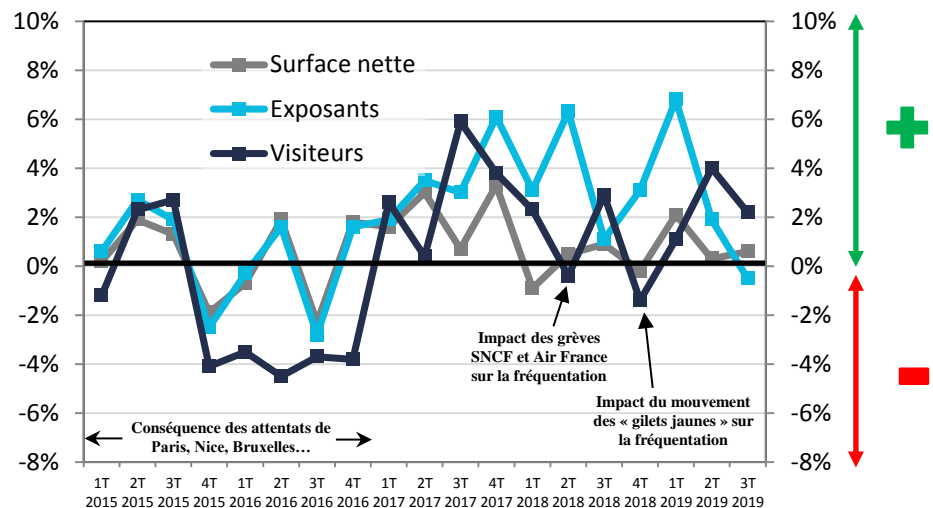
La CCI publie par ailleurs chaque année une étude sur l'activité des principaux sites d'exposition et de congrès franciliens dans laquelle elle présente les chiffres d'activité certifiés pour les salons franciliens.

Études disponibles sur : www.cci-paris-idf.fr/etudes/grand-paris/tourisme-congres-salons-etudes

Type de salon	Évolution de la surface nette occupée par les stands	Évolution du nombre d'exposants	Évolution du nombre de visiteurs
Ensemble des salons	+0,8 %	-0,5 %	+2,2 %
Salons professionnels	+0,8 %	-0,9 %	-0,1 %
Salons grand public	+0,6 %	+1,8 %	+4,4 %

par rapport à la session précédente⁽¹⁾

Évolution de l'indicateur trimestriel d'activité pour l'ensemble des salons franciliens (par rapport à la session précédente⁽¹⁾)



L'ensemble des salons a enregistré des résultats contrastés au 3^{ème} trimestre 2019, après deux précédents trimestres dynamiques. La participation des visiteurs a été globalement satisfaisante (+ 2,2 %), la surface nette occupée par les stands a légèrement augmenté (+ 0,8 %) alors que le nombre d'entreprises exposantes a connu une légère contraction (- 0,5 %). Il est à noter que les salons grand public ont affiché de meilleurs résultats que les salons professionnels au 3^{ème} trimestre 2019.

Les salons professionnels, qui avaient connu une activité soutenue au 1^{er} et au 2^{ème} trimestre 2019, ont nettement fléchi au 3^{ème} trimestre. La surface nette occupée par les stands a légèrement augmenté de 0,8 %, le nombre de visiteurs a stagné (- 0,1 %) et le nombre d'entreprises exposantes a diminué de 0,9 %. Ceci s'explique par la fébrilité de la plupart des salons « mode-textile », notamment en termes de fréquentation des acheteurs. Au 3^{ème} trimestre, ces salons ont représenté 36 % de la surface nette, 47 % des exposants et 28 % des visiteurs présents sur les salons professionnels. Ils ont donc indéniablement pesé sur les résultats des salons professionnels de l'indicateur.

⁽¹⁾ Pour les salons annuels, la session précédente s'est déroulée en 2018, pour les biennaux en 2017 et pour les triennaux en 2016.

Sans les salons « mode-textile », l'activité des salons professionnels au 3^{ème} trimestre aurait été meilleure (+ 2,4 % pour les visiteurs, + 1,2 % pour la surface, + 0,2 % pour les exposants).

Ces salons ont subi les effets conjoncturels et structurels du secteur :

- Les causes conjoncturelles : le marché français du textile-habillement ne s'est pas redressé depuis plus de 10 ans et les ventes continuent de baisser selon l'Institut Français de la Mode.
- Les causes structurelles : le visitorat des salons « mode-textile » sont les commerces indépendants multimarques qui ne cessent de disparaître de façon inquiétante (les grandes enseignes et les franchises ne viennent pas ou peu sur ces salons).

Face à ce constat, les salons « mode-textile » cherchent de nouvelles formules pour séduire acheteurs et exposants : nouvelles dates, ouverture aux clients B2C, matchmaking, plateformes en ligne, espaces dédiés à l'innovation, Pop-up événementiels...

Les salons grand public ont quant à eux affiché de bons résultats après deux précédents trimestres difficiles. La participation des visiteurs a été très satisfaisante (+ 4,4 %), le nombre d'entreprises exposantes a augmenté de 1,8 % et la surface nette occupée par les stands s'est légèrement accrue (+ 0,6 %).

Méthodologie

Cet indicateur est obtenu à partir d'enquêtes déclaratives « sortie de salons » réalisées auprès des organisateurs dans la période allant de juillet à septembre 2019. Il est purement conjoncturel et à champs constant. Il compare l'activité des seuls salons s'étant tenus le trimestre écoulé aux mêmes manifestations de la session précédente⁽¹⁾. Tout salon qui disparaît n'est donc pas pris en compte, au même titre que ceux nouvellement créés. Les non réponses sont estimées par rapport à la moyenne de la strate à laquelle appartient le salon.

L'indicateur prend en compte pour l'ensemble des salons deux critères (il comporte 6 strates) :

- La taille : distinction faite entre les salons de moins de 200 exposants, ceux ayant de 200 à 499 exposants et les salons ayant plus de 500 exposants.
- Le type de salon : distinction faite entre les salons Grand Public et/ou mixtes d'une part et les salons professionnels d'autre part.

Les principaux sites d'exposition et de congrès pris en compte sont : Paris Nord Villepinte, Paris expo Porte de Versailles, Paris Le Bourget, Le Palais des Congrès de Paris, Espace Champerret, Carrousel du Louvres, Espace Grande Arche, Palais des Congrès Paris Saclay Chateaufort, Palais des Congrès d'Issy, Grande Halle de la Villette, Parc Floral de Paris, Chesnaie du Roy, Paris Event Center, Chateaufort Les Docks de Paris, Chateaufort Salle Wagram, Disney Business Solutions, Cité des sciences et de l'industrie, Espace Jean Monnet, Espace Charenton, Palais Brongniart, Maison de la Mutualité.

⁽¹⁾ Pour les salons annuels, la session précédente s'est déroulée en 2018, pour les biennaux en 2017 et pour les triennaux en 2016.

Retrouvez toutes nos publications sur
www.cci-paris-idf.fr/etudes/grand-paris/tourisme-congres-salons-etudes

Suivez nous sur Twitter : twitter.com/CCIParisIdF_Vox



Contact
 CCI PARIS ILE-DE-FRANCE
 Direction des politiques territoriales
 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-VIDELAINE
 Rédacteur en chef : Emmanuel RODIER