



## Les salons franciliens confinés au 4<sup>ème</sup> trimestre

La baisse de fréquentation et de surfaces louées dans les salons ont été proches de 100 % au 4<sup>ème</sup> trimestre 2020. Seuls 2 salons grand public se sont tenus début octobre. 28 % des salons ont eu lieu dans une version digitale. Le format distancié a été la seule alternative pour maintenir le lien avec la clientèle. Une enquête indique toutefois que 43 % des entreprises ne sont pas satisfaites par les événements virtuels. Les exposants ont probablement besoin de temps et de coaching pour s'adapter à ces nouveaux formats.

Les restrictions de déplacement suivies du second confinement ont contraint les organisateurs à annuler la majorité des événements prévus.

### Effondrement de l'activité des salons

Tous les salons professionnels ont été annulés ou transposés en version digitale. La fréquentation des visiteurs, la présence des entreprises exposantes et la surface nette occupée par les stands ont donc enregistré une diminution de 100 % (tableau 1). Seuls 2 salons<sup>(1)</sup> grand public se sont tenus début octobre. De ce fait, le secteur a connu une chute d'activité de près de 100 %.

Tableau 1 - évolution de l'indicateur trimestriel d'activité des salons franciliens au 4<sup>ème</sup> trimestre 2020 (par rapport à l'édition précédente<sup>(2)</sup>)

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	- 99,3 %	- 98,9 %	- 99,4 %
Salons professionnels	- 100 %	- 100 %	- 100 %
Salons grand public	- 98,4 %	- 97,4 %	- 99,3 %

Source : CCI Paris Île-de-France

### 28 % des salons en version digitale

44 salons<sup>(3)</sup> se sont tenus en version digitale. Cela représente 28 % des manifestations prévues.

La crise de la Covid-19 pourrait être l'élément déclencheur d'un nouveau mode de rencontre d'affaires. Devant les annulations en cascade de salons, les professionnels ont parfois proposé des alternatives digitales. L'impératif est d'une part de maintenir un contact avec le client et d'autre part de permettre aux exposants d'être visibles.

Les acteurs de l'événementiel sont cependant unanimes : le virtuel ne pourra pas se substituer totalement au présentiel.

### Salons virtuels, 43 % des exposants non satisfaits

La société américaine Tradeshow Logic a réalisé deux enquêtes<sup>(4)</sup> (en mai et en août 2020) sur la perception qu'ont les entreprises exposantes des salons virtuels.

Les principaux enseignements de ces enquêtes sont les suivants :

- 43 % des entreprises ayant participé à un salon virtuel ne souhaitent pas renouveler leur expérience ;
- 5 % déclarent que ce format a été l'occasion d'augmenter leurs ventes ;
- 52 % estiment que le salon digital n'a pas répondu à leurs attentes en termes de gain d'image et de notoriété ;
- 63 % jugent ce format inefficace pour présenter leurs nouveaux produits ;
- 63 % sont satisfaits par l'information et le partage d'expertise proposés ;
- 59 % prévoient de développer de nouvelles stratégies marketing dédiées aux salons virtuels afin d'améliorer leur ROI.

Cette enquête n'est pas une étude à charge contre ces manifestations 2.0. Elle souligne que la crise sanitaire a imposé une transition trop brutale entre salon « physique » et salon virtuel. Elle indique également que les exposants et sponsors ont besoin de temps et probablement de coaching pour s'adapter à ces nouveaux formats. Il est probable que le salon « phygital » sera la norme après la pandémie. D'autant que le mouvement était déjà amorcé avant la crise<sup>(5)</sup>.

<sup>(1)</sup> Salon zen et Animal expo.

<sup>(2)</sup> Pour les salons annuels ou biennaux, l'édition précédente s'est déroulée en 2019, pour les biennaux en 2018 et pour les triennaux en 2017.

<sup>(3)</sup> Salon nautique de Paris, Equiphôtel, Santexpo, SIEC, Autonomy...

<sup>(4)</sup> <http://www.tradeshowlogic.com/survey/>

<sup>(5)</sup> Matchmaking online, conférences virtuelles, valorisations online des nouveaux produits...

## Méthodologie

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 est obtenu à partir d'enquêtes déclaratives « sortie de salons » réalisées auprès des organisateurs dans la période allant d'octobre à décembre 2020. 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 l'édition précédente<sup>(1)</sup>. 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 Louvre, 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.

<sup>(1)</sup> Pour les salons annuels ou biannuels, l'édition précédente s'est déroulée en 2019, pour les biennaux en 2018 et pour les triennaux en 2017.

**Nos indicateurs, études, rapports et prises de position sont disponibles sur :**  
<https://www.cci-paris-idf.fr/etudes/grand-paris/tourisme-congres-salons-etudes>

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