Etude benchmark de places congrès & salons "infrastructures et crise Covid-19"
Propositions pour que Paris Île-de-France reste leader du tourisme d'affaires

Pendant la crise de la Covid-19 qui a totalement bouleversé le secteur des rencontres professionnelles et du tourisme, le Copil congrès et salons[1] a décidé de réaliser un état des lieux des grandes places internationales accueillant des salons. Il s'agit de mieux connaître leurs situations actuelles et les capacités d'adaptation dont elles disposent pour redémarrer au mieux de leur activité. C'est ainsi que les situations de 19 villes concurrentes à Paris (issues de 9 pays et regroupant 24 sites de plus de 90 000 m²) ont été étudiées.

Ce travail réalisé par Promosalons comporte deux volets :

- *Le premier présente un tableau objectif de l'offre d'infrastructures des principales places concurrentes de Paris Île-de-France : surfaces dédiées, qualité des sites et des services associés, modèles économiques et projets de rénovation ;*
- *Le second décrit la manière dont a été gérée la crise de la Covid-19 chez nos concurrents et ses conséquences sur l'activité des salons.*

Loin de rester inactifs pendant la crise dont l'impact économique est d'une ampleur sans précédent (voir annexe), les professionnels de la filière, regroupés au sein du Copil congrès et salons, se sont associés pour pouvoir 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.

Sur la base de leurs expertises respectives et des principaux enseignements de cette étude de benchmark, les membres du Copil congrès et salons formulent des préconisations concrètes pour que face à une concurrence offensive, la reprise d'activité se fasse dans les meilleures conditions et que Paris Île-de-France retrouve et/ou renforce sa position de leader mondial dans la filière des événements d'affaires.

<u>Enseignement n° 1</u>

Certaines places concurrentes (Corée, Japon notamment) ont su préserver une activité minimum dans le secteur des événements d'affaires.

En 2020, la crise sanitaire a contraint les gouvernements de l'ensemble des pays à interdire la tenue des salons pendant les périodes de confinement. Certains pays, comme la France, ont eu une approche très stricte en suspendant totalement cette activité y compris en période de déconfinement - alors que les commerces avaient pu réouvrir. Ainsi, en France, les salons n'ont pas pu avoir lieu pendant 8 mois. En revanche, en Italie, en Corée du Sud ou encore au Japon, la période de fermeture a été bien plus réduite, respectivement 5 mois, 3 mois ½. et 1 mois ½.

[1] *Le Copil congrès et salons est une instance informelle présidée et animée par la CCI Paris île-de-France depuis 2007 et regroupant les principaux acteurs nationaux et franciliens du tourisme 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 élabore 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.*

→ <u>Préconisation 1</u> : Reconnaître que la filière des rencontres professionnelles, notamment les congrès et salons européens et internationaux, joue un rôle essentiel pour les échanges, l'innovation et la transition vers plus de responsabilité des acteurs et des communautés. A ce titre, et à l'occasion de crises sanitaires et économiques de grande ampleur, instaurer un dispositif dédié de continuité d'activité pour ces événements, couplé à un schéma d'aides spécifiques soutenant les entreprises touchées par les baisses de chiffre d'affaires consécutives aux mesures de prévention prises par les autorités. Cela passerait par une large concertation de l'ensemble des acteurs privés et publics, de retours et partages d'expérience des bonnes pratiques liées à la gestion de la crise Covid-19.

→ <u>Préconisation 2</u> : Distinguer durablement les « rencontres professionnelles » des grands rassemblements sportifs ou culturels… à l'instar de ce qui est fait chez nos concurrents (Allemagne, Catalogne…). Il est fondamental que l'Etat donne, comme cela a été fait en Allemagne, Italie, Espagne et Autriche, des signaux forts à toutes les communautés d'affaires françaises et internationales pour les rassurer sur la fiabilité et le sérieux de ces rendez-vous.
De manière corollaire, considérer ces événements comme des espaces de travail professionnels. En cas de confinement, les déplacements pour participer à un salon ou à un congrès en France, dès lors qu'ils resteraient autorisés, deviendraient comparables à des déplacements impérieux ou nécessaires à l'activité professionnelle des personnes.

<u>Enseignement n°2</u>

Certains des pays concurrents de la France ont soutenu le secteur via des aides spécifiquement fléchées "événementiel professionnel".

Bien que le Gouvernement français ait mis en place des aides massives pour soutenir l'économie, celles-ci relèvent du droit commun et concernent un ensemble de secteurs touchés, parmi lesquels les secteurs fortement impactés des listes S1 et S1 bis auxquels appartient la filière de l'événementiel. Nos deux principaux concurrents dans le secteur des foires et salons, les Allemands et les Italiens, ont mis en place des dispositifs spécifiquement dédiés au secteur des salons pour, en particulier, soutenir leur redémarrage et leur promotion à l'international.
Ainsi les sites allemands bénéficiant d'un actionnariat public (régions ou villes) ont été renfloués en cas de difficulté. La Commission européenne a par ailleurs approuvé un régime d'aides plafonné à 642 millions € pour les foires et salons allemands.
En Italie, le gouvernement a mis en place un fonds pour accompagner la relance dans l'événementiel (1,4 milliard € sur 3 ans) et un plan de 1,2 milliard € destiné à soutenir les entreprises événementielles face aux annulations de salons. En Autriche, à Malte et à Hong Kong, la filière a également profité d'aides et de subventions particulières.
En France, l'événementiel n'a pas bénéficié de plan de soutien dédié mais a néanmoins pu compter sur des mesures telles que l'activité partielle sans reste à charge, des exonérations de charges patronales, des aides au paiement de charges, des prêts garantis par l'Etat (PGE), le prêt tourisme de BPI France à partir de novembre/décembre 2020, d'un fonds de solidarité augmenté et à partir de 2021 d'un dispositif de prise en charge des coûts fixes. Or, rappelons que l'événementiel professionnel a été le premier secteur à avoir été interrompu par les mesures prises pour prévenir la propagation du virus et qu'il est l'un des derniers à pouvoir reprendre une activité normale, avec le secteur aérien.

Par ailleurs, les aides aux entreprises de la filière ont commencé à n'être significatives qu'à partir de novembre/décembre 2020. Elles devraient s'arrêter progressivement cet été. Les entreprises événementielles en auraient eu besoin pour financer leur redémarrage dans de meilleures conditions.

→ Préconisation 3 : Consolider le redémarrage des salons et congrès-expositions en soutenant la participation des entreprises françaises sur ces événements (priorité à donner aux PME franciliennes les plus innovantes, en particulier celles qui ont souffert de la crise sanitaire). Au-delà des dispositifs mis en place dans le cadre du Plan Relance Tourisme (fonds de solidarité, PGE, mesures fiscales allégées…), il est aujourd'hui primordial de mettre en place des mesures pour aider les TPE et petites PME à participer aux salons et rencontres professionnelles en Île-de-France. L'Etat et la Région pourraient ainsi débloquer un fonds[2] qui permettrait de prendre en charge une partie des frais de participation de ces entreprises répondant à certains critères et/ou de doubler la déductibilité fiscale pour l'ensemble des dépenses et investissements réalisés par les entreprises recourant à des projets événementiels (participation aux salons, prestations liées, sponsoring, etc.).

→ Préconisation 4 : Soutenir, au minimum jusqu'à la fin de l'année 2023, les organisateurs français des salons internationaux phares qui ne retrouveront pas leur clientèle mondiale (en particulier les américains, les chinois et les japonais) avant un temps qui reste indéterminé : contribution directe aux budgets des événements, financement d'actions d'accueil de décideurs et VIP pour ces événements, financement d'actions de visibilité dans la ville / région, prise en compte du statut "Highly qualified workers" pour les visiteurs, autorisant les voyages internationaux vers les pays de l'UE et de l'espace Schengen (octroyé aux visiteurs de FITUR à IFEMA par le Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme espagnol), plan d'aide par participant à un événement MICE prouvant qu'un montant minimum a été dépensé sur le territoire...

→ Préconisation 5 : Soutenir la pérennité des Entreprises de Taille Intermédiaire (ETI) françaises phares de l'événementiel (GL Events, Comexposium, Viparis...) en demandant au Gouvernement de finaliser rapidement les dispositifs d'aides spécifiques à ces entreprises, en particulier le fonds[3] de transition actuellement en cours de déploiement. Objectif : permettre un rééquilibrage de leur trésorerie, un ré-échelonnage de leurs dettes et éviter ainsi des rachats par des concurrents étrangers. Ce sont en grande partie ces ETI qui font vivre les prestataires et tout l'écosystème événementiel (standistes, traiteurs, accueil, sécurité…).

→ Préconisation 6 : Renforcer la promotion auprès des clientèles étrangères stratégiques des salons par la mise en place (dès maintenant et jusqu'en 2023 inclus) d'un fonds[4] de promotion international (FPI) triennal dédié à la reconquête de cette catégorie de clientèle récurrente. Ce fonds auquel l'Etat, la Région Île-de-France et la Ville de Paris participeraient doit être piloté par Promosalons (réseau présent dans 120 pays et dédié à la promotion des salons français). Ce fonds dédié viendrait en complément de fonds déjà affectés à la promotion touristique de la France auprès d'organisateurs de congrès et de conventions et géré par Atout France.

[2] Les partenaires se tiennent à la disposition des pouvoirs publics pour collaborer avec eux à en évaluer les montants

[3] Les partenaires se tiennent à la disposition des pouvoirs publics pour collaborer avec eux à en évaluer les montants

[4] Les partenaires se tiennent à la disposition des pouvoirs publics pour collaborer avec eux à en évaluer les montants

Il est impératif que ce soit le réseau Promosalons qui soit le véhicule de ces campagnes au bénéfice des salons pour sensibiliser, reconquérir, prospecter et rassurer les entreprises et les visiteurs internationaux[5].

Les places européennes concurrentes risquent en effet de se montrer très offensives pour conquérir de nouveaux publics à l'international lors de la reprise. De telles campagnes de promotion seront indispensables pour rendre visibles ces événements, soutenir leur attractivité, consolider leur rôle à l'export pour les PME participantes et pour recréer les flux de tourisme d'affaires qui ont été taris avec la pandémie et l'interdiction des voyages et des événements.

Enseignement n°3

La concurrence entre places se joue en partie dans la capacité à investir pour rénover et moderniser les infrastructures et équipements d'accueil.

A l'instar des investissements faits par Viparis pour rénover Paris Expo Porte de Versailles (500 millions € sur la période 2015-2025) ou le CNIT Forest à La Défense, les grandes places concurrentes de Paris ont également prévu ou récemment réalisé d'importants programmes d'investissement pour rénover leurs sites d'accueil : 750 millions € budgétés pour Kölnmesse, 100 millions € pour Fiera Milano, 400 millions $ pour Las Vegas Convention Center, 400 millions € pour Tokyo big sight…. Les programmes d'investissements de la place parisienne sont donc de bon augure pour conserver son rang face à la concurrence internationale sans permettre automatiquement de prendre une longueur d'avance.

→ Préconisation 7 : créer un environnement favorable aux investissements et simplifier les démarches administratives des opérateurs gestionnaires de sites pour permettre à la place de Paris Île-de-France de maintenir sa position de leader et répondre aux nouvelles exigences internationales. Les travaux engagés par nos concurrents montrent la nécessité d'adapter constamment les équipements pour maintenir des conditions d'accessibilité et d'accueil optimales. Plusieurs constantes se retrouvent dans tous les pays : les impératifs de services minimum (connectivité wifi, digitalisation des lieux, hébergements...), l'amélioration de l'expérience client, l'agrandissement des surfaces ou encore l'embellissement des lieux voire la recherche de l'effet "waouh".

Enseignement n° 4

La compétition internationale se jouera, dans les années à venir, dans la capacité des places, des acteurs de l'événementiel professionnel à se "réinventer" et à proposer des nouveaux modèles de salons alliant présentiel et distanciel.

De nombreuses études ont prouvé que les événements digitaux avaient offert une alternative utile et efficace aux communautés professionnelles privées de rencontre pendant la pandémie. Elles ont

[5] Les clientèles des salons internationaux en France - exposants étrangers et visiteurs étrangers - sont spécifiquement visées dans cette proposition. En effet, jusqu'à la crise, cette promotion internationale était exclusivement portée par les organisateurs français, et financée sur fonds privés. Compte tenu de la fragilisation des acteurs consécutivement à la durée de la crise sanitaire, les moyens en promotion internationale des organisateurs sont aujourd'hui réduits voire supprimés. Par rapport à d'autres cibles déjà prises en charge par les agences de l'Etat (Atout France) ou Territoriales (Office de Tourisme), aucun financement public n'est aujourd'hui prévu pour soutenir à l'étranger la visibilité de ces événements qui font venir le monde à Paris.

également montré que le tout digital ne peut pas remplacer l'ensemble des caractéristiques intrinsèques d'un salon en *live*. Plus spécifiquement dans certains secteurs d'activité, le besoin de voir, goûter, percevoir, ressentir les produits et rencontrer les personnes derrière ces produits ne peut pas être digitalisé. De la même manière, il sera plus facile et plus simple de développer une relation de confiance indispensable à la conclusion de futurs contrats dans le cadre de rencontres physiques. Néanmoins, le format "phygital" va peu à peu s'imposer comme une norme. Il va permettre aux clientèles lointaines des salons internationaux franciliens de participer aux événements dans un contexte de transports internationaux restent perturbés. Plus globalement, l'événement hybride va s'imposer à moyen terme pour capter des clientèles qui ne seraient pas venues sur le salon « physique » et augmenter les contenus proposés ou apporter des expériences différentes. Les principaux sites d'exposition franciliens proposent des lieux d'exception alliés au meilleur de la technologie pour accueillir des événements hybrides intégrant une part importante de solutions numériques et d'équipements "high tech". Ces nouveaux événements s'appuient également sur les innovations proposées par les startups bien souvent hébergées dans des incubateurs (French Event Booster à Paris...). Cependant, les sites d'exposition concurrents ont investi dans des équipements similaires et peuvent eux aussi compter sur les innovations des startups (Messe Frankfurt, Messe Stuttgart, Messe München, Kölnmesse, CCD Congress Center Düsseldorf, Orange County, Las Vegas Convention Center…).

→ <u>Préconisation 8</u> : Mettre en place des fonds[6] innovations destinés à soutenir les investissements des acteurs de l'événementiel basés en Île-de-France. Ils permettront aux gestionnaires de sites aux organisateurs et à leurs prestataires :

- ***d'accompagner plus rapidement et efficacement la digitalisation de la filière en permettant de répondre efficacement aux nouvelles exigences des clientèles et d'être attractif face à la concurrence : création d'événements hybrides phygitaux, offre de services innovants, etc.***
- ***d'être exemplaire en matière sociale, environnementale, d'éco-conception et de gestion/réduction des déchets événementiels. Il est impératif que les pouvoirs publics accompagnent les acteurs français de la filière pour que la France et Paris Île-de-France soient exemplaires dans ce domaine pour pouvoir engager leurs écosystèmes et les filières animées vers leur propre transition en termes de responsabilité.***

<u>Enseignement n°5</u>

L'attractivité de la place de Paris Île-de-France va dépendre dans les prochains mois de sa capacité à rendre l'accessibilité internationale au territoire fluide et "sécure".

Atone pendant de longs mois, le trafic aérien amorce une lente reprise sur les plateformes franciliennes. Il y a quelques semaines, la fréquentation passager sur Paris Orly se réduisait à seulement 14 % de celle constatée en 2019 pour atteindre fin mai 30 % de celle observée en 2019. La fréquentation sur Paris Charles de Gaulle pour sa part, se hisse désormais péniblement à 18 % de celle comptabilisée en 2019. Néanmoins, les entrées sur le territoire de touristes étrangers (y compris les touristes originaires de l'espace Schengen) sont sources de profondes préoccupations. En effet, alors que le trafic se situe à un niveau modéré actuellement, les temps d'attente aux arrivées se sont considérablement rallongés et les circuits de sortie des aéroports parisiens peuvent atteindre jusqu'à 4 heures sur les deux plateformes. Outre le temps d'attente, des zones de saturation se créent avec de fortes concentrations de passagers allant à l'encontre de l'exigence de distanciation physique que le contexte sanitaire impose.

Cette situation est la résultante de modalités de contrôle régalien en vigueur sur les plateformes aéroportuaires qui conjuguent plusieurs types de contrôle (contrôle d'identité et contrôle sanitaire). Ce

[6] les partenaires se tiennent à la disposition des pouvoirs publics pour collaborer avec eux à en évaluer les montants

double contrôle à l'arrivée s'applique également très fréquemment aux passagers originaires de l'espace Schengen. Avant la crise sanitaire, ceux-ci n'étaient soumis qu'à des contrôles aléatoires.
Cette situation de congestion inquiète vivement les acteurs de salons, de congrès et autres événements d'affaires. Qu'adviendra-t-il cet été avec un doublement du trafic, lorsque le trafic passager atteindra 50 % de celui observé en 2019 ?
Il est donc indispensable de remédier à cette situation dans la perspective d'une reprise plus soutenue du trafic aérien estival.

→ Préconisation 9 : Fluidifier le passage aux aéroports, faire évoluer les modalités de contrôles sanitaires et identitaires notamment pour les passagers de la zone Schengen et renforcer les effectifs. Cela passe par :

- ***la réalisation des contrôles sanitaires à l'aéroport européen de départ conformément au cadre réglementaire ;***
- ***la mise en place des contrôles d'identité de manière aléatoire ou très ciblée (et non plus quasiment systématique) ;***
- ***le renfort des effectifs de la Police Aux Frontières afin de pouvoir armer la totalité des aubettes de contrôles aux frontières ;***
- ***le renfort des effectifs des associations de protection civile.***

L'application stricte des mesures de contrôle pourrait être lourde de conséquences pour le tourisme de loisir et le tourisme d'affaires, deux secteurs déjà fortement impactés par la crise sanitaire. Le maintien de telles contraintes à l'accès au territoire français pourrait dégrader l'image et l'attractivité de la place francilienne en matière de rencontres scientifiques et d'affaires.

→ Préconisation 10 : Simplifier les procédures et les délais d'obtention d'un visa dans les pays où sa possession est requise pour entrer sur le sol français, sans quoi les visiteurs d'affaires préféreront d'autres destinations. Il faut également noter que certains pays (Allemagne) ont intégré dans la liste des "motifs impérieux" (appliquée dans le cas d'un pays en "zone rouge" versus la situation sanitaire) le fait de participer à un salon B to B. Cela peut également favoriser d'autres pays que la France si elle ne considère pas les événements professionnels (salons, congrès) comme un motif impérieux d'entrée sur le territoire.

Enseignement n°6

Une bonne accessibilité des parcs des expositions de dimension internationale au centre d'agglomération et/ou aéroport : un facteur important d'attractivité

A Paris Île-de-France, si Paris Expo Porte de Versailles bénéficie d'une très bonne connexion aux transports en commun en raison de son positionnement en centre-ville, ce n'est toujours pas le cas de Paris Nord Villepinte et de Paris Le Bourget.
Or, certaines villes concurrentes de Paris dans le secteur des salons (les villes allemandes de Düsseldorf, Cologne, Francfort, Munich, Hanovre et Nuremberg, italienne avec Milan, espagnoles avec Madrid et Barcelone ou japonaises avec Tokyo) ont su relier leurs grands sites d'exposition aux réseaux ferrés (métro, trains...) via des gares dédiées et des lignes directes.

→ <u>Préconisation 11</u> : Il est fondamental d'assurer une meilleure accessibilité des sites de Paris Nord Villepinte et de Paris Le Bourget en veillant notamment à faire respecter de manière stricte le calendrier de la ligne 17 du Grand Paris Express. La liaison rapide entre le centre de Paris et CDG à travers le projet « CDG express » semble à nouveau faire l'objet d'incertitudes, d'où la nécessité de sécuriser ce projet pour que la capitale soit, à l'instar des places avec lesquelles elle est en compétition, accessible rapidement depuis l'aéroport. Cet investissement n'a que trop tardé alors que cela fait 20 ans que les entreprises de la filière et du tourisme l'attendent et, avec elles, tous les participants internationaux aux événements d'envergure internationale.

ANNEXE
Impact de la crise sanitaire sur les événements d'affaires à Paris Île-de-France
(Source: CCI Paris Île-de-France)

Paris Île-de-France, une place de leader dans le secteur des congrès et salons

Avec environ 450 salons, 1 200 congrès (1ère ville au classement ICCA) et plus de 12 millions de visiteurs d'affaires accueillis chaque année, **Paris Île-de-France est leader mondial dans l'accueil des rencontres et événements d'affaires.** Cette filière d'excellence **génère ainsi, en temps "normal" près de 6,5 Mds € de retombées économiques** pour le territoire et permet aux **110 000 entreprises exposantes de réaliser plus de 22 Mds € de CA**.

Un secteur quasiment à l'arrêt pendant 10 mois (mars à décembre 2020)

La crise sanitaire de la covid-19 a entraîné une crise économique mondiale historique. Les salons et congrès expositions ont été l'un des secteurs les plus impactés. De mars à décembre 2020, les différentes mesures prises par les pouvoirs publics (confinements, restrictions réglementaires de déplacement et de regroupement…) ont eu pour conséquence de mettre la filière quasiment à l'arrêt.

Un impact économique considérable pour les entreprises et pour le territoire francilien en 2020

- ✓ **318 salons ont été annulés** (71 % de ceux qui se tiennent habituellement) ;
- ✓ **7,6 millions de visiteurs** ne sont pas venus (81 % de la fréquentation annuelle) ;
- ✓ **87 900 entreprises** n'ont pas pu exposer (81 % du nombre d'exposants annuels) ;
- ✓ **16,8 Mds € de CA** non réalisés entre exposants et visiteurs (74 % du CA annuel) ;
- ✓ **3,9 Mds € de retombées économiques** en moins pour le territoire (79 % des retombées économiques annuelles).

Pendant cette période, les grands salons phares franciliens, véritables « hub » de commerce international, ont tous été annulés (SIAL - salon international des industries agroalimentaires, Maison&Objet, Global Industrie, Viva Technology, Mondial de l'Automobile, salon nautique de Paris…).

Un impact économique déjà conséquent pour 2021

Avec un total déjà conséquent de 154 salons « physiques » annulés, l'année 2021 s'annonce aussi sombre que 2020 (Salon de l'aéronautique du Bourget, Maison & Objet, Intermat, salon international de l'agriculture, Vinexpo & Wine Paris, salon international de la machine agricole (SIMA), Première Vision, salon international de la lingerie, Salon du livre de Paris, Foire de Paris, Japan Expo…). Parfois même, les 2 éditions d'un même salon ont dû être annulées.

- ✓ **154 salons « physiques » annulés** (35 % de ceux qui se tiennent habituellement) ;
- ✓ **3,4 millions de visiteurs ne sont pas venus** (42 % de la fréquentation annuelle) ;
- ✓ **39 300 entreprises n'ont pas pu exposer** (37 % du nombre d'exposants annuels) ;
- ✓ **8,2 milliards € de CA non réalisés entre exposants et visiteurs** (39 % du CA annuel) ;
- ✓ **1,9 milliard € de retombées économiques en moins pour le territoire** (45 % des retombées économiques annuelles).

Les acteurs de cette filière dont beaucoup sont basés en région Ile de France se trouvent aujourd'hui dans une situation très difficile en particulier les entreprises à partir de 20 millions de chiffre d'affaires annuel (base 2019) et les ETI. Estimation de l'impact de la crise sanitaire réalisée le 31 mai 2021 par la CCI Paris IdF.