

BAROMÈTRE

de l'activité des salons en Île-de-France

1^{er} trimestre 2023



Le retour à une activité normale se poursuit

L'activité des salons a enregistré au 1^{er} trimestre 2023 (vs la session précédente⁽¹⁾) une progression à deux chiffres, une première depuis longtemps. Avec au 1^{er} trimestre 2023 une activité qui représente plus de 85 % de celle du 1^{er} trimestre 2019, les signaux continuent par conséquent à être encourageants. Notons toutefois que le contexte économique incertain retarde toujours le retour de certaines entreprises, visiteuses comme exposantes, en particulier lointaines.

A noter : les concurrents allemands, confrontés au même problème, ont réalisé dès 2022 des campagnes de promotion à destination des clientèles européennes. Les salons allemands bénéficient de la présence de ces dernières qui compense largement le retour tardif des clientèles asiatiques.

Malgré un contexte économique encore difficile, rappelons que la situation au 1^{er} trimestre 2023 s'avère toutefois meilleure que celle d'il y a un an. En effet, l'arrivée du variant Omicron début 2022 avait alors conduit le gouvernement à maintenir des jauges pour l'événementiel et les entreprises étaient invitées à recourir au télétravail.

⁽¹⁾ pour les salons annuels ou semestriels, la session précédente s'est déroulée en 2022 et pour les biennaux en 2021 ou en 2019 (si le salon a été annulé en 2021).

Un excellent début d'année 2023

L'activité de l'ensemble des salons au 1^{er} trimestre 2023 a donc été bien meilleure que celle constatée lors de la session précédente⁽¹⁾. Les trois composantes (critères) du baromètre ont enregistré une croissance à deux chiffres.

La surface nette occupée par les stands a ainsi augmenté de 23,3 %, la présence des exposants de 17,5 % et la fréquentation des visiteurs connaissant une progression de 23,1 % (cf. Tableau 1).

Tableau 1 - évolution de l'activité des franciliens au 1^{er} trimestre 2023 vs session précédente⁽¹⁾

| 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 | + 23,3 % | + 17,5 % | + 23,1 % |
| Salons professionnels | + 31,9 % | + 21,2 % | + 34,2 % |
| Salons grand public | + 5,1 % | + 9,5 % | + 19,3 % |

Source : CCI Paris Île-de-France

Par ailleurs, on constate que cette forte progression est principalement liée aux salons professionnels dont l'activité augmente bien plus fortement que celle des salons grand public. Cela s'explique notamment par le fait que les manifestations « B to B » avaient été bien plus affectées par la crise que les manifestations grand public.

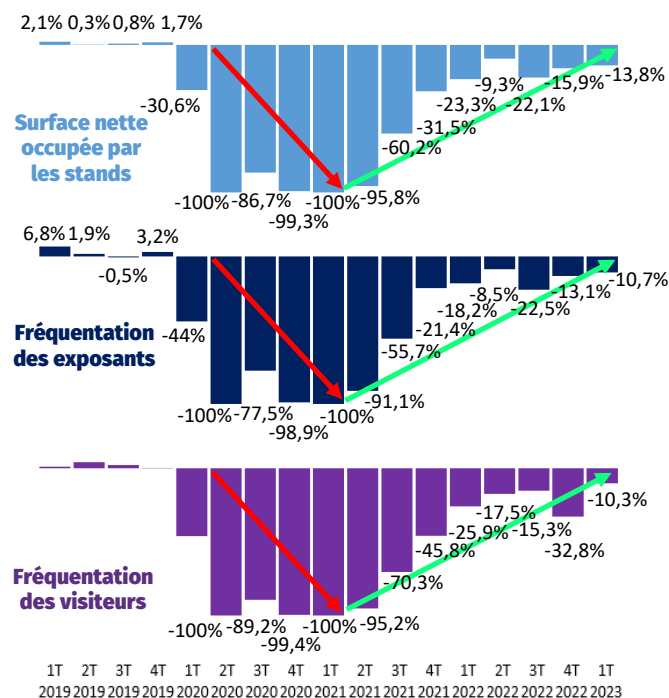


CCI PARIS ÎLE-DE-FRANCE

Une activité proche de ses niveaux pré-pandémiques

Le rebond des salons se poursuit donc au 1^{er} trimestre 2023, le secteur ayant retrouvé une activité équivalente à 85 % de celle enregistrée au 1^{er} trimestre 2019. La surface nette occupée par les stands, la présence des exposants et la fréquentation des visiteurs restent cependant encore en repli par rapport à 2019, respectivement de 13,8 %, 10,7 % et 10,3 % (cf. Graphique 1).

Graphique 1 - évolution trimestrielle de l'activité de l'ensemble des salons (2019 à 2023)



Source : CCI Paris Île-de-France

Note de lecture : le 1^{er} trimestre 2023 est comparé au 1^{er} trimestre 2019

Les salons professionnels et grand public suivent globalement la même tendance (cf. Tableau 2).

Tableau 2 - évolution de l'activité des salons professionnel et grand public franciliens au 1^{er} trimestre 2023 vs 1^{er} trimestre 2019

| Type de salon | Évolution de la surface nette occupée par les stands | Évolution du nombre d'exposants | Évolution du nombre de visiteurs |
|-----------------------|--|---------------------------------|----------------------------------|
| Salons professionnels | - 12,8 % | - 10,6 % | - 8,1 % |
| Salons grand public | - 16,5 % | - 10,9 % | - 10,8 % |

Source : CCI Paris Île-de-France

Si le Salon International de l'Agriculture⁽²⁾, Vinexpo Paris⁽³⁾, Maison&Objet⁽⁴⁾ ou Texworld Evolution Paris⁽⁵⁾, ont enregistré des signaux encourageants, la fréquentation (exposants et visiteurs) reste encore globalement en deçà des niveaux d'avant crise sanitaire. L'inflation, le prix de l'énergie et le conflit en Ukraine semblent inciter certaines entreprises à différer leur participation sur les salons. La France devrait intensifier ses efforts de promotion vis-à-vis des clientèles notamment internationales afin de ne pas se faire distancer par ses principaux concurrents et permettre ainsi au média salon de conserver son statut de « hub » d'affaires internationales.

C'est ce qu'a bien compris l'Allemagne où les clientèles étrangères étaient au rendez-vous sur les salons dès 2022 selon l'AUMA⁽⁶⁾. 1,9 million de visiteurs étrangers ont ainsi été accueillis, en légère augmentation par rapport à la période pré-pandémique. De plus, 70 000 exposants étrangers ont plébiscité les manifestations d'Outre-Rhin, soit autant qu'avant la pandémie. Si de nombreux pays asiatiques (Chine, Japon...) étaient frappés par des restrictions de déplacements en 2022, le média salon allemand a su rebondir en attirant plus de professionnels européens.

En effet, 72 % des exposants étrangers sont venus de pays européens en 2022 contre 60 % sur la période pré-pandémique alors que seulement 19% des entreprises exposantes venaient d'Asie en 2022 contre 30 % sur la période pré-pandémique.

⁽²⁾ <https://www.salon-agriculture.com/Presse/Communiqués-et-dossiers-de-presse/SIA2023-Merci>

⁽³⁾ <https://d200r6uh7skyrf.cloudfront.net/articles/66849/cp-wine-paris-vinexpo-paris-bilan-2023-frok.pdf>

⁽⁴⁾ https://com-exposant.s3.eu-west-1.amazonaws.com/J23/Communiqu%C3%A9_de_presse_J23/CP_Bilan+M%26O_FR_J23.pdf

⁽⁵⁾ https://texworld-paris.fr/messefrankfurt.com/content/dam/messefrankfurt-france/texworld-evolution-paris/press-releases/CP%205%20-%20Final_Report_FR.pdf

⁽⁶⁾ AUMA (fédération des salons allemands) <https://www.auma.de/en/media/reports/press-2023-01>



Méthodologie

La CCI Paris Île-de-France publie, chaque trimestre, un baromètre permettant d'estimer les tendances du marché des salons accueillis dans les 21 principaux sites d'exposition franciliens. Ce baromètre est obtenu à partir d'enquêtes déclaratives « sortie de salons » réalisées auprès des organisateurs dans la période allant de janvier à mars 2023. Il est purement conjoncturel et à champ constant. 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. Il compare l'activité des salons s'étant tenus le trimestre écoulé aux mêmes manifestations de la session précédente (pour les salons annuels ou semestriels, la session précédente s'est déroulée en 2022 et pour les biennaux en 2021 ou en 2019). Exceptionnellement pour 2023, le baromètre compare également l'activité des salons s'étant tenus le trimestre écoulé aux mêmes manifestations de l'édition 2019 (dernière année de référence pré-pandémique).

