



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

La CCI Paris Ile-de-France publie tous les ans un bilan des rencontres et événements d'affaires en Île-de-France.

L'étude complète, dont ce focus est une synthèse, offre un panorama de l'activité des salons, congrès, événements d'entreprises, spectacles, examens-formations et événements divers⁽¹⁾ dans les vingt principaux sites d'exposition et de congrès de la région capitale.

Elle s'articule autour de cinq volets :

- 1 L'offre d'infrastructures : présentation des sites.
- 2 Le secteur des salons : fréquentation, évolutions, filières d'excellence et marchés porteurs...
- 3 Le secteur des congrès : activité, fréquentation, concurrence...
- 4 Les événements d'entreprises, spectacles, examens-formations et événements divers⁽¹⁾ : fréquentation, typologie...
- 5 Les sites d'exposition : Chiffre d'affaires, fréquentation, surface louée...

L'étude complète «Rencontres et événements d'affaires à Paris Île-de-France - édition 2014 » est téléchargeable sur : <http://www.cci-paris-idf.fr/congres-salons>



Paris Île-de-France, la plus grande surface d'exposition et de congrès en Europe

En 2013, les vingt principaux sites d'exposition et de congrès franciliens ont cumulé plus de 680 000 m² d'infrastructures riches et variées :

- **des sites majeurs** capables d'accueillir de grands événements nationaux et internationaux : Paris Nord Villepinte, Paris expo Porte de Versailles, Paris Le Bourget, Palais des congrès de Paris ;
- **des sites de taille intermédiaire** : la Grande Halle de la Villette, Business Solutions-Disneyland® Paris, le Parc Floral de Paris, Espace Jean Monnet, CNIT Paris la Défense, Espace Champerret, Eurosites les Docks de Paris, Carrousel du Louvre ;
- **des sites de congrès-conventions-expositions de taille inférieure** : Espace Grande Arche, Cité des sciences et de l'industrie – Universcience, Espace Charenton, salle Wagram Eurosites, Palais Brongniart, Palais des congrès d'Issy, Palais des congrès de Versailles, Eurosites George V.

Ces sites d'exposition et de congrès franciliens sont pour la région capitale :

- **des lieux d'échanges et d'innovation**, de rencontres entre professionnels ou spécialistes, entrepreneurs et investisseurs, clients et fournisseurs ;
- **de puissants tremplins vers l'exportation** pour les PME ;
- **un levier de croissance et d'activité économique** générant d'importantes retombées économiques et de nombreux emplois ;
- **une véritable vitrine à l'international des savoir-faire** et des filières d'excellence (mode-design, agroalimentaire, aéronautique...);
- **des lieux de promotion et de valorisation de la destination** qui contribuent à faire de Paris Île-de-France la première destination touristique au monde.

Chiffres clés du secteur

395 salons professionnels et grand public, 1 055 congrès ;
1 925 événements d'entreprises, 71 spectacles ;
314 examens-formations et 459 événements divers⁽¹⁾ ;
11,7 millions de visiteurs dans les principaux sites franciliens ;
10,8 millions de m² loués (halls, salles et amphithéâtres) ;
5,1 milliards d'euros de retombées économiques directes et indirectes générées par les congrès et salons⁽²⁾ ;
81 400 emplois équivalent temps plein générés par les congrès et salons⁽²⁾.

(Données 2013)

(1) Événements divers : ventes privées, enchères, expositions, salles dédiées aux exposants et aux organisateurs.

(2) Aucune étude n'est à ce jour disponible sur l'évaluation des retombées économiques des événements d'entreprises ainsi que sur les spectacles, examens-formations et événements divers.

Présence accrue de la clientèle étrangère sur les salons⁽¹⁾

L'année 2013 s'est caractérisée par une croissance soutenue du visitorat étranger. En effet, le nombre d'exposants et de visiteurs étrangers a progressé respectivement de 6 % et 3 % par rapport à 2011⁽²⁾. A contrario, le nombre d'exposants français a diminué de 3 %, celui des visiteurs nationaux de 0,5 %. Visiteurs et exposants étrangers génèrent par ailleurs 50 % des retombées économiques en Île-de-France alors qu'ils ne représentent que 6 % des visiteurs et 26 % des exposants. En outre, Paris duplique seulement 52 salons dans le monde contre 277 pour l'Allemagne et 65 pour l'Italie. 395 salons se sont tenus en Île-de-France, soit 7 de moins qu'en 2011. Enfin, la surface brute de halls d'exposition louée par les organisateurs de salons reste stable en 2013 (4,9 millions de m²).

Activité "salons"	2013	Évolution 2013/2011 ⁽²⁾ (en %)
Nombre de salons	395	-1,7%
Surface de halls d'exposition brute couverte louée en m ²	4 933 008	0,1%
Surface nette occupée par les entreprises exposantes en m ²	2 281 556	0,1%
Nombre d'entreprises exposantes	96 594	-1,0%
Nombre d'entreprises exposantes étrangères	25 418	6,0%
Nombre de visiteurs	8 822 474	-0,3%
Nombre de visiteurs étrangers	573 473	3,1%
Retombées économiques générées par les salons en milliards d'euros	3,9	3,2%
Emplois équivalents temps plein générés par les salons	61 642	3,3%

Les salons : de puissants tremplins vers l'exportation pour les PME-PMI

Les salons internationaux « phares » franciliens représentent la réponse la plus adaptée aux ambitions des PME-PMI françaises à l'international. En réunissant sur un même site l'ensemble des acteurs d'un secteur ou d'une filière à l'échelle internationale, et notamment une clientèle en provenance des pays émergents, les salons internationaux franciliens génèrent un gain de temps et de moyens pour les PME-PMI françaises souhaitant se développer à l'international.

Une autre opportunité pour les PME-PMI françaises de se développer à l'international est de participer à un salon français dupliqué. En exportant des manifestations « phares » à l'étranger, il s'agit de déployer l'écosystème des filières d'excellence françaises sur des marchés à fort potentiel. Cette démarche facilite le développement à l'international des PME-PMI en leur offrant l'opportunité d'aller vendre leurs produits de façon groupée et coordonnée. La duplication des salons phares français doit donc permettre de :

- développer les exportations françaises ;
- renforcer les salons franciliens en attirant les exposants étrangers sur le salon « mère ».

Des zones géographiques à conquérir pour les entreprises françaises

Dans les deux précédentes éditions de cette étude⁽³⁾, la CCI Paris Ile-de-France avait réalisé un éclairage sur les BRIC (Brésil, Russie, Inde et Chine), l'Afrique et les monarchies du Golfe, devenus des acteurs incontournables sur les salons franciliens.

Cette année, la CCI Paris Ile-de-France propose un focus sur l'association des nations de l'Asie du Sud-Est (ASEAN). L'ASEAN est une zone dynamique en plein développement. L'émergence d'une classe moyenne et d'une population jeune et nombreuse attirées par les produits occidentaux constitue une véritable opportunité pour les entreprises françaises.

Les salons franciliens, véritables vitrines du savoir-faire français de la mode, de l'agroalimentaire et de la décoration intérieure se doivent donc d'attirer davantage cette clientèle. Notamment à travers des actions de promotion bien ciblées auprès des VIP, des institutionnels ou des médias qui constituent un relais efficace auprès des entreprises locales.

(1) Un salon est une manifestation qui met en présence sur un site, des exposants (disposés sur des stands) et des visiteurs dans un but commercial. Un salon peut être « grand public », « professionnel » ou « mixte ».

(2) Une forte saisonnalité marque l'activité des salons puisque beaucoup de manifestations sont biennales. Sont utilisés des taux de croissance biennaux (t / t-2) afin de comparer l'activité.

(3) Voir les études de la CCI Paris Ile-de-France de 2011 et 2012 téléchargeables sur <http://www.cci-paris-idf.fr/etudes/grand-paris/tourisme-congres-salons-etudes>.



© Photo : A.-E. THION / Comexposium

En partenariat avec



2013, un bon millésime pour les congrès⁽¹⁾

Le secteur des congrès participe activement au rayonnement international de la ville d'accueil. Lieu d'échange et de savoir, de formation et de partage d'information, notamment dans les domaines scientifique, médical et technologique, les congrès accueillent ainsi de nombreux touristes d'affaires (congressistes) nationaux et étrangers à fort pouvoir d'achat.

En 2013, l'office du tourisme et des congrès de Paris (OTCP) a recensé 1 055 congrès sur 240 sites franciliens⁽²⁾, ce qui constitue une année record. Entre 2007 et 2013, la région capitale a ainsi vu le nombre de congrès augmenter de 17 % (151 manifestations de plus). Les congrès internationaux et nationaux de grande envergure (500 congressistes ou plus) connaissent la plus forte progression.

Cela est encourageant car le segment des grands congrès internationaux constitue un enjeu déterminant pour la région capitale. Retenons que ces congrès sont également ceux qui attirent le plus de participants.

Paris doit donc se renforcer sur ce segment pour conserver sa position de leader. Par ailleurs, Paris Île-de-France a accueilli 752 300 congressistes en 2013, soit 20 % de plus qu'en 2012 et 4 % de moins qu'en 2011 (très bonne année en raison de la tenue du congrès européen de la cardiologie, l'ESC). Parmi ces congressistes, 233 600 sont étrangers (+ 2 % par rapport à 2012) et 518 700 français (+ 31 % par rapport à 2012). Enfin, les congrès ont généré 1,2 milliard d'euros de retombées économiques⁽³⁾ pour la région, soit une augmentation de 13 % par rapport à 2012.

Activité "congrès"	2013	Évolution 2013/2012 (en %)
Nombre de congrès	1 055	4,1%
Nombre de congressistes	752 300	20,2%
Nombre de congressistes étrangers	233 600	2,1%
Nombre de congrès de plus de 5 000 participants	17	0,0%
Retombées économiques générées par les congrès en milliards d'euros	1,2	13,1%
Emplois équivalent temps plein générés par les congrès	19 800	12,5%

(1) Un congrès est une manifestation organisée par des associations professionnelles, sociétés savantes, pouvoirs publics, organisations internationales... sans but commercial et permettant l'échange de connaissances et la confrontation d'expériences entre spécialistes d'une même discipline.

(2) Pour 2013, l'OTCP a identifié 20 sites qui accueillent spécifiquement les congrès (palais des congrès ou sites d'exposition) et 220 autres sites (lieux scientifiques, hôtels avec salles, salles de réunion, musées et lieux événementiels).

(3) Source : OTCP sur la base des résultats et des matrices de calculs issus de l'étude partenariale coordonnée et réalisée par la CCI Paris Ile-de-France (en partenariat avec Viparis, DGE (ex DGCIS), CEP, Atout France, UNIMEV, France Congrès) sur les retombées économiques des congrès en France et en Ile-de-France.

2013, une année mitigée pour les événements d'entreprises⁽¹⁾, spectacles, examens-formations et événements divers⁽²⁾

En 2013, les entreprises manquant de visibilité, ont organisé moins de manifestations qu'en 2012 et sur une surface plus réduite pour leurs événements de communication et d'incentive. Cependant, le nombre de participants à ces événements a augmenté de 6 % pour atteindre le nombre de 1,4 million. Cette hausse est imputable au segment « autres corporate⁽³⁾ » et plus particulièrement à quatre grands événements festifs de fin d'année organisés par des comités d'entreprises. Les assemblées générales, séminaires, conférences, conventions et colloques ont quant à eux accueilli moins de participants qu'en 2012. Par ailleurs, 844 spectacles, examens-formations et événements divers⁽²⁾ se sont tenus en 2013, soit 17 % de moins qu'en 2012. Ces manifestations ont attiré 964 000 visiteurs dont 264 000 pour la seule comédie musicale « Robin des bois ».

Activité "événements d'entreprises, spectacles, examens-formations et événements divers"	2013	Évolution 2013/2012 (en %)
Nombre d'événements d'entreprises	1 925	-8,9%
Nombre de participants aux événements d'entreprises	1 429 378	5,6%
Événements d'entreprises : surface brute couverte louée en m ² (halls, salles et amphithéâtres)	3 196 281	-5,6%
Nombre de spectacles, examens-formations et événements divers	844	-17,1%
Nombre de participants aux spectacles, examens-formations et événements divers	963 715	14,1%
Spectacles, examens-formations et événements divers : surface brute couverte louée en m ² (halls, salles et amphithéâtres)	1 013 074	-6,7%

(1) Les événements d'entreprises ou réunions d'entreprises sont organisés par ou pour une entreprise dans un but interne ou externe. Il s'agit des événements suivants : séminaires, colloques, conférences, conventions, remises de trophées, prix ou diplômes, assemblées générales, lancements de produits et conférences de presse, autres corporate.

(2) Événements divers : ventes privées, enchères, expositions, salles dédiées aux exposants et aux organisateurs.

(3) Autres corporate : vœux/arbres de Noël, soirées festives, départs en vacances, anniversaires, concerts/spectacles privés, manifestations grand public corporate, tournage de films/publicités, tests consommateurs.

Pour en savoir plus sur les travaux de la CCI Paris Ile-de-France

- **Rester leader mondial du tourisme, un enjeu vital pour la France** - rapport co-signé avec l'institut Montaigne, juin 2014 ;
- **Les grands événements : un moteur pour le développement économique et touristique du Grand Paris** - rapport de Monique Baillot, 10 octobre 2013 ;
- **Étude sur les retombées économiques de l'activité des congrès en France et en Île-de-France** - décembre 2012 ;
- **Tourisme – sept conditions pour améliorer l'accueil et la mobilité des touristes en Île-de-France** - rapport de Philippe Demonchy, 15 décembre 2011 ;
- **Étude sur les retombées économiques de l'activité des salons en France et en Île-de-France** - juin 2011 ;
- **Analyse historique des salons franciliens 1990>2010**, février 2012.
<http://www.cci-paris-idf.fr/etudes/grand-paris/tourisme-congres-salons-etudes>
- **L'Île-de-France est-elle toujours leader sur le marché des congrès internationaux ?** - avril 2013 ;
- **Le tourisme, une filière stratégique pour le Grand Paris, aujourd'hui et demain** - novembre 2012 ;
- **Les salons franciliens : un reflet de l'activité économique française** - février 2012.
<http://www.crocis.cci-paris-idf.fr>

CONTACT

CCI PARIS ILE-DE-FRANCE | Direction des politiques territoriales
Département tourisme, congrès et salons
27 avenue de Friedland | 75008 Paris
Tél. 01.55.65.77.20

Directeur de la publication : Etienne Guyot
Directeur de la rédaction : France Morot-Videlaine
Rédacteur en chef : Emmanuel Rodier
Analyste et rédacteur : Jean-Marie Nays
Collaboration de Christophe Hortus, économiste statisticien
Conception graphique et mise en page : Nathalie Pagnoux (Crocis)