



Foires et salons

Opportunités de croissance

Paysage concurrentiel et forces en présence

Le marché des foires et salons repartira à la hausse en 2010, après une année 2009 particulièrement difficile. Dans un contexte d'amélioration de la conjoncture, les donneurs d'ordres retrouveront le chemin de ces manifestations dont les atouts sont largement éprouvés :

- diffuser une information directe, actualisée et personnalisée aux visiteurs,
- nouer des contacts avec des professionnels et/ou le grand public,
- voire dynamiser les échanges internationaux.

La situation économique restera tendue, mais les professionnels de la filière récolteront les fruits de leurs efforts passés. La profession a en effet connu des bouleversements sans précédent, ainsi qu'une profonde mutation du paysage concurrentiel et de la stratégie des opérateurs au cours des dernières années. Le développement d'opérations capitalistiques d'envergure a notamment favorisé l'émergence de groupes intervenant sur plusieurs maillons du marché des foires et salons. Cette intégration verticale de la filière leur permet de proposer aux entreprises une offre complète et personnalisée, un interlocuteur unique et de maîtriser l'ensemble des fonctions qui garantissent le succès d'une manifestation.

A titre d'exemple, GL Events, qui était initialement spécialisé dans les prestations de services et l'installation de matériel, intervient aujourd'hui également dans la gestion de sites et l'organisation d'évènements. Le rapprochement des activités congrès/expositions de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et d'Unibail-Rodamco en janvier 2008 a par ailleurs donné naissance à deux poids lourds de la filière des foires et salons qu'ils détiennent à parité : Viparis, qui gère la quasi-totalité des sites parisiens, et le groupe Comexposium, qui est l'un des poids lourds hexagonaux de l'organisation de salons.

Dans le même temps, de nombreux opérateurs ont opté pour une diversification horizontale de leur activité, afin de maintenir et de renforcer leurs positions sur le marché des foires et salons. Cette stratégie consiste à proposer une offre plus étendue pour les prestataires de services (aménagement des stands, accueil, etc.), et d'autres types d'évènements pour les gestionnaires de sites (congrès, séminaires, etc.). Du côté des organisateurs, elle passe par la création de nouveaux salons et/ou l'acquisition de manifestations existantes. C'est le cas de Reed Expositions France qui a racheté, fin 2008, le salon annuel European Sandwich and Snacking Show. Les leaders du secteur ont également renforcé l'internationalisation de leur activité par le biais d'acquisitions ou de duplication de salons. A titre d'exemple, Tarsus Group a pris une participation à hauteur de 50% du capital d'Hubei Hope Exhibition Company, l'un des principaux organisateurs d'évènements en Chine.

Si les politiques menées par les opérateurs des foires et salons ont permis d'améliorer considérablement la professionnalisation du secteur, d'importants défis restent toutefois à relever. Ils portent notamment sur l'attractivité de l'Hexagone, les besoins en termes de surfaces d'accueil, la modernisation des équipements et la rénovation des parcs d'exposition, etc. D'autant que la concurrence internationale s'intensifie, particulièrement en Europe (Allemagne, Espagne, Italie) et en Asie, avec la construction de nouveaux sites et l'agrandissement de plusieurs parcs d'expositions. Au vu des retombées économiques générées par les foires et les salons, que ce soit sous forme de contrats pour les exposants ou de recettes pour les villes et les régions qui les accueillent, il demeure donc primordial de poursuivre la dynamisation de la filière.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette après l'avoir complété.

Valérie Cohen
Directrice de la diffusion

Foires et salons

Opportunités de croissance

Paysage concurrentiel et forces en présence

Edition : Novembre 2009

- Les perspectives du marché à l'horizon 2010
- Les logiques de croissance et de développement en cours
- L'indentification des enjeux stratégiques et des facteurs de mutations
- La structure de la concurrence et les forces en présence

UNE ETUDE INDISPENSABLE

L'étude la plus complète pour comprendre le marché des foires et salons, ses enjeux, ses perspectives et son contexte concurrentiel. Les travaux de recueil d'informations, d'enquête et d'analyse ont été menés par Jugurtha Begriche.

Les études s'inscrivent dans une méthodologie rigoureuse et éprouvée « intelligence concurrentielle ». Elles offrent aux décideurs un traitement rigoureux des données et des informations, des synthèses opérationnelles pour favoriser la réflexion et préparer les décisions. Des milliers d'entreprises, comme tous les réseaux bancaires, les investisseurs et financiers, les leaders du conseil et de l'audit ont fait des études du groupe Xerfi l'outil indispensable pour appuyer leur réflexion.

XERFI : LA PASSION DE LA CONNAISSANCE ECONOMIQUE

Le groupe Xerfi, leader français des études sur les secteurs et les entreprises, apporte aux décideurs les analyses indispensables pour surveiller l'évolution des marchés et de la concurrence, décrypter les stratégies et les performances des entreprises. Au sein du premier bureau d'études spécialisé en France, les experts sectoriels du groupe Xerfi sont animés d'une passion commune :

- traiter l'information avec une très grande rigueur intellectuelle,
- réaliser des analyses professionnelles au plus près des réalités de la vie économique,
- offrir une représentation vivante des évolutions décisives d'un marché et de la concurrence sectorielle,
- s'engager sur des conclusions rédigées avec l'ambition de la probité et de la qualité.

Pour atteindre ces objectifs, le groupe Xerfi, s'est donné tous les moyens de l'indépendance : son capital est détenu par ses dirigeants, son développement repose pour l'essentiel sur l'édition des études réalisées à sa propre initiative, des méthodes de travail éprouvées, des règles déontologiques strictes.

Le site xerfi.com vous permet de disposer du plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

0. SYNTHÈSE & CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. ANALYSE & PERSPECTIVES DU MARCHÉ

1.1. Vue d'ensemble du secteur

Matrice récapitulative

1.2. L'activité des foires et des salons

- 1.2.1. Analyse synthétique
- 1.2.2. Les foires
- 1.2.3. Les salons grand public
- 1.2.4. Les salons professionnels
- 1.2.5. Exemples de foires et salons français

1.3. Analyse conjoncturelle du secteur

- 1.3.1. Analyse synthétique
- 1.3.2. Le chiffre d'affaires de la profession : les données INSEE
- 1.3.3. Le chiffre d'affaires de la profession : les données Xerfi
- 1.3.4. L'activité des gestionnaires de sites
- 1.3.5. L'activité des organisateurs
- 1.3.6. L'activité des prestataires de services

1.4. Les prévisions pour 2010

- 1.4.1. Le scénario prévisionnel
- 1.4.2. L'activité des gestionnaires de sites
- 1.4.3. L'activité des organisateurs
- 1.4.4. L'activité des prestataires de services

2. STRUCTURE DE LA CONCURRENCE

2.1. Structure économique du secteur

- 2.1.1. Analyse synthétique
- 2.1.2. Les chiffres clés
- 2.1.3. La concentration du secteur
- 2.1.4. La ventilation de l'activité

2.2. Forces en présence

- 2.2.1. Le contrôle financier des principaux opérateurs
- 2.2.2. Le positionnement des opérateurs

2.3. Les groupes intégrés

- 2.3.1. GL Events
- 2.3.2. Comexposium

2.4. Les organisateurs

- 2.4.1. Reed Elsevier / Reed Exhibitions
- 2.4.2. Groupe Moniteur
- 2.4.3. Wolters Kluwer / Wolters Kluwer France
- 2.4.4. Infopro Communications / Groupe ETAI
- 2.4.5. Europa Organisation
- 2.4.6. Tarsus Group / Tarsus France
- 2.4.7. Groupe Solutions

2.5. Les prestataires de services

Groupe Créatifs

2.6. Ephéméride

L'actualité du secteur

2.7. Les compétiteurs

- 2.7.1. Le classement des groupes
- 2.7.2. Le classement des gestionnaires de sites par chiffre d'affaires
- 2.7.3. Le classement des organisateurs par chiffre d'affaires
- 2.7.4. Le classement des prestataires de services par chiffre d'affaires

3. LES MUTATIONS CONCURRENTIELLES ET STRATÉGIQUES

3.1. Analyse de l'environnement concurrentiel

- 3.1.1. Les prestataires de services
- 3.1.2. Les gestionnaires de sites
- 3.1.3. Les organisateurs

3.2. Les grands axes stratégiques des opérateurs

- 3.2.1. L'intégration verticale
- 3.2.2. La diversification horizontale
- 3.2.3. Cap sur l'international

4. ANNEXES

4.1. Le cadre de l'étude

- 4.1.1. Le champ statistique du secteur
- 4.1.2. Le poids du secteur dans la filière

4.2. Les fondamentaux du secteur

- 4.2.1. Les caractéristiques des foires et salons
- 4.2.2. Les différents types de manifestations
- 4.2.3. Foires vs salons
- 4.2.4. Les métiers de la filière
- 4.2.5. Les facteurs clés de succès

4.3. Le poids de la filière

- 4.3.1. La place dans les affaires
- 4.3.2. La place dans la communication

4.4. Focus sur l'Île-de-France

- 4.4.1. Les retombées économiques
- 4.4.2. Les secteurs économiques représentés
- 4.4.3. La fréquentation

4.5. La réglementation

A retenir

5. INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Le bilan économique et financier présente 149 opérateurs en fonction d'une batterie de ratios et d'indicateurs de gestion et de performances (2004-2008, selon les données disponibles). 65% des comptes non consolidés 2008 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication et ont été analysés dans cette étude.

Principaux tableaux, graphiques et matrices

T1	Les liens entre le PIB de la France et le chiffre d'affaires du secteur des foires et salons (2003-2010)	T27	La répartition des entreprises d'organisation de foires, salons professionnels et congrès selon l'effectif salarié	T53	Les principaux groupes de la profession
T2	L'activité de la filière foires et salons en 2009	T28	La répartition du chiffre d'affaires par activité	T54	Les filiales des principaux groupes
T3	Les surfaces des stands en m² dans les foires (2005-2008)	T29	La répartition des entreprises par activité	T55	Les rapports de force concurrentiels dans le domaine des prestations de services en foires et salons
T4	Le nombre d'exposants dans les foires (2005-2008)	T30	La ventilation de l'activité du secteur « Organisation de foires, salons professionnels et congrès »	T56	Les rapports de force concurrentiels dans le domaine de la gestion de sites pour foires et salons
T5	Le nombre de visiteurs dans les foires (2005-2008)	T31	Le tableau de contrôle financier des principaux opérateurs du secteur	T57	Les rapports de force concurrentiels dans le domaine de l'organisation de foires et salons
T6	Les surfaces des stands en m² dans les salons grand public (2005-2008)	T32	L'organisation de la filière « foires et salons »	T58	Prestations de services : de nombreux axes de développement pour les gestionnaires de sites
T7	Le nombre d'exposants dans les salons grand public (2005-2008)	T33	Le chiffre d'affaires consolidé du groupe GL Events (2001-2008)	T59	Adaptation des infrastructures : diversifier les débouchés et optimiser l'utilisation des surfaces
T8	Le nombre de visiteurs dans les salons grand public (2005-2008)	T34	La répartition du chiffre d'affaires de GL Events en 2008	T60	Les activités administratives et autres soutiens aux entreprises
T9	Les surfaces des stands en m² dans les salons professionnels (2005-2008)	T35	Le chiffre d'affaires de la société GL Events Service (2002-2007)	T61	Les foires et salons : entre business et communication
T10	Le nombre d'exposants dans les salons professionnels (2005-2008)	T36	Le chiffre d'affaires de la société Toulouse Expo (2001-2007)	T62	Les objectifs et clients selon le type de manifestations
T11	Le nombre de visiteurs dans les salons professionnels (2005-2008)	T37	Le chiffre d'affaires de la société Sepel Com (2004-2008)	T63	Les grandes caractéristiques des foires et salons
T12	Exemples de salons grand public et professionnels	T38	Le chiffre d'affaires de la société SEPE (2004-2008)	T64	Salons professionnels vs salons grand public : des problématiques différentes
T13	Exemples de foires	T39	Le chiffre d'affaires de la société Expositum (2004-2008)	T65	Les principales prestations fournies aux organisateurs de manifestations commerciales
T14	Le chiffre d'affaires du secteur de l'organisation de salons professionnels et congrès (2004-2009)	T40	Le chiffre d'affaires de la société SEPCP (2003-2008)	T66	Les principaux parcs d'exposition européens en 2009
T15	Le chiffre d'affaires du secteur des foires et salons (2004-2009)	T41	Le chiffre d'affaires de la société SIAL (2003-2008)	T67	Les dépenses de communication en foires et salons (2005-2008)
T16	Le chiffre d'affaires des gestionnaires de sites (2002-2009)	T42	Les pôles d'activité de Reed Elsevier en France et dans le monde	T68	Les dépenses de communication des annonceurs par support (2005-2008)
T17	Le chiffre d'affaires des organisateurs (2002-2009)	T43	La répartition du chiffre d'affaires de Reed Elsevier par pôle d'activité en 2008	T69	Les parts de marché publicitaire par support en 2008
T18	Le chiffre d'affaires des prestataires de services (2002-2009)	T44	Le chiffre d'affaires non consolidé de Reed Midem (2004-2008)	T70	Les foires et salons : un support de communication qui fait appel à d'autres supports
T19	Le chiffre d'affaires des gestionnaires de sites (2003-2010)	T45	Le chiffre d'affaires non consolidé de Wolters Kluwer France (2003-2007)	T71	Les retombées économiques de l'activité « salons » en 2008
T20	Le chiffre d'affaires des organisateurs (2003-2010)	T46	Le chiffre d'affaires de la société Groupe Industrie Services Info (2003-2006)	T72	Les retombées économiques de l'activité « tourisme » en 2008
T21	Le chiffre d'affaires des prestataires de services (2003-2010)	T47	Le chiffre d'affaires non consolidé d'Europa Organisation (2002-2007)	T73	La surface brute louée cumulée par secteur d'activité en 2008
T22	Le nombre d'entreprises d'organisation de foires, salons professionnels et congrès (2001-2007)	T48	Le chiffre d'affaires non consolidé de Tarsus France (2003-2007)	T74	Le nombre de salons par secteur d'activité en 2008
T23	Les effectifs des entreprises d'organisation de foires, salons professionnels et congrès (2001-2007)	T49	Le chiffre d'affaires non consolidé d'Infopromotions (2002-2007)	T75	Les principaux salons grand public franciliens en 2008
T24	Les chiffres clés du secteur « Organisation de foires, salons professionnels et congrès » (2001-2007)	T50	Le chiffre d'affaires non consolidé de BIRP (2003-2008)	T76	Les principaux salons professionnels franciliens en 2008
T25	La concentration du secteur	T51	Le chiffre d'affaires non consolidé de X PO (2002-2007)		
T26	La répartition des entreprises d'organisation de foires, salons professionnels et congrès par taille	T52	Le chiffre d'affaires non consolidé de Camérus (2002-2007)		

Principaux opérateurs analysés ou cités dans l'étude

<u>Principaux groupes et sociétés cités dans l'étude</u>	CENTRE DES EXPOSITION	EVENT INTERNATIONAL	JFK FONCTION FORMES	PRO-FIL	STE D'EXPLOITATION
	DU MANS	EVENT MACHINE	KOBE	PROMO EXPO CONSEIL	DE LA CITE DES CONGRES
	CENTRE FRANCE	EXPACE	LA FONDERIE	SALONS	DE NANTES
	COMMUNICATION	EXPO INDUS	D'EVENEMENTS	PUBLICIS MEETINGS	STE D'EXPLOITATION
COMEXPOSIUM	CITY ONE EVENTS	EXPOSIUM	LE MONDE A PARIS	FRANCE	DE PARCS D'EXPOSITION
EUROPA ORGANISATION	CLAMAGERAN EXPOSITION	FOIRE INTERNATIONALE	LEN MEDICAL	QUORUM EXPO	STE DU PALAIS
GL EVENTS	FOIRE EXPOSITION	& CONGRES DE NANTES	LENI SAVING	REED MIDEM	DES CONGRES
GRUPE CREATIFS	COGES	FONCTION MEUBLES	MAHOLA HOTESSES	REIMS EVENEMENTS	DU FUTUROSCOPE
GRUPE ETAI	COLLOQUIUM PARIS	FRANCE CONVENTIONS	MALL-EVENTS	RESTAURANTS ET SITES	STE ECO MIXTE
GRUPE MONITEUR	COLMAR EXPO	GESTION ANIMATION	MARKET PLACE	SAEM LGP	D'AMELIORATION
GRUPE SOLUTIONS	COMEXPO PARIS	ET COMMUNICATION	MARTINE THIEBAULT	SAFIM	ET D'EXPLOITATION BIENS
REED EXHIBITIONS	CONGRES COLLOQUE	GL EVENTS SERVICE	VALETTE	SALON INTERNATIONAL	DE GRENOBLE
TARSUS FRANCE	CONVENTION	GL EVENTS	MCI FRANCE	DE L'ALIMENTATION	STE ORGANISATION
WOLTERS KLUWER	COVOS BAXON	GL EVENTS AUDIOVISUAL	MEDIA PRODUCT	SECCPB	DE SALONS
FRANCE	CREATIFS	GL EVENTS CITE CENTRE	MEDIASTAND	SECESSION	STRASBOURG EVENEMENTS
	CREATIONS	DES CONGRES LYON	MESSE FRANFURT	SEMEC	TEAM WORK
	ET TECHNIQUES	GL EVENTS PARC EXPOS	FRANCE	SEPCFD	TOULOUSE EXPO
<u>Les sociétés dont les comptes sont traités dans l'étude</u>	NOUVELLES	METZ METROPOLE	MICROPOLIS	SEPCP	TOURS EVENEMENTS
	CWT MEETINGS & EVENTS	GL EVENTS SUPPORT	MODAMONT	SEPE	TRANOI
	D&P ARCHITECTURE	GRUPE FG DESIGN	NOREXPO	SEPEL	UCIA EXPOS
	DE COMMUNICATION	GRUPE INDUSTRIE	OLIVIER BERTRAND	SEPEL COM	VAINGLAS
	D2I	SERVICES INFO	ORSA EXPO	SESMP	VD PROMOTION
AGOR	DADOUN PERE ET FILS	HALL EXPO	PACKAGE	SID DEVELOPPEMENT	VIPARIS
ALLURE HOTESSES	DISTREE EVENTS	HORETO	PARC DES EXPOSITIONS	SOMMET DE L'ELEVAGE	VIPARIS LE BOURGET
ALTYX CONCEPT	EDITIONS GENERATION	HORETO REST'EXPO	DE MULHOUSE	SONO WEST	VIPARIS NORD VILLEPINTE
ANGERS EXPO CONGRES	L'ETUDIANT	IDEE FIXE	PARC EXPO RENNES	SOPAB BREST	VISTA EVENEMENTS
ART EVENT	ENJOY MONTELLIER	IDELIA	PARIS EXPO SERVICES	SPAM	VITABRI
AUTO MOTO CYCLE	ESPRIT PUBLIC	IMPACT SALES	PENELOPE	SPAS	WEFCOS
PROMOTION	ETUDES EXPOSITIONS	ET MARKETING	PERFORMANCE	SPAT	WIN
AVIGNON ORGANISATION	EDITIONS	INFOPROMOTIONS	ORGANISATION	SQUARE	WOLTERS KLUWER FRANCE
BRELET	EUROMEDICOM	INTERNATIONAL	COMMUNICATION	STAND 2B	WSM INTERNATIONAL
CAEN EXPO CONGRES	EUROPA ORGANISATION	MODULING	PG PROMOTION	STAND AB	WSN DEVELOPPEMENT
CAMERUS	EUROPAIN GESTION	INTERNATIONAL STANDING	POLYGONE VERT	STAND'UP	X PO
CAP 15	EUROPEENNE DE SALONS	FRANCE	POSE STANDS PUBLICITE	STE CONCEPT	
CAP AGORA	- MILIPOL	INTERPEL	SERVICES	DECORATION	
	EUROVET	JEC	PREMIERE VISION		