



Union des Métiers de l'Événementiel en Nouvelle-Aquitaine

LA COMMISSION RSE
REÇOIT
LA FABRIK RESPONSABLE



Mercredi 4 décembre

14h - 16h

Palais de l'Atlantique de Bordeaux

iNTRO

Le mot des vice-présidents



UMENA



JESSICA MARÉCHAL

CO-NECT



XAVIER PARENTEAU

IPAMA

Speech

Présentation de l'EVENT DATA BOOK



QUENTIN BALBLANC

UNIMEV

EVENT DATA BOOK 2024 – données 2023



L'EVENT DATA BOOK, une **publication annuelle UNIMEV**, qui compile des analyses UNIMEV et des analyses d'études de nos partenaires.

Objectifs :

♥♥**Centralisation des données** : Permettre aux professionnels d'accéder à des insights consolidés sur l'ensemble de la filière.

♥♥**Pilotage stratégique** : Fournir des indicateurs pour orienter les décisions et anticiper les tendances.

♥♥**Visibilité et valorisation** : Souligner l'impact économique et social de la filière événementielle en France.

Les thématiques traitées lors de cette dernière édition

ACTIVITÉ DES ENTREPRISES

OBSERVATOIRE
DES ÉVÉNEMENTS

LIEUX ÉVÉNEMENTIELS

JEUX OLYMPIQUES
ET PARALYMPIQUES

BILAN CARBONE



Evolution de l'activité événementielle en 2023



Une reprise confirmée pour la filière événementielle professionnelle en 2023

Salons professionnels, salons grand public et foires

Evolution de l'activité des foires et salons en 2023

Total salons/foires

Salons professionnels

Salons grand public

Foires

Les visites

2022 +13%
2019 -12%

2022 +14%
2019 -8%

2022 +7%
2019 -16%

2022 +30%
2019 -10%

Les exposants

2022 +12%
2019 -9%

2022 +15%
2019 -4%

2022 +7%
2019 -16%

2022 +13%
2019 -16%

Les surfaces nettes d'exposition (en m² net)

2022 +17%
2019 -18%

2022 +21%
2019 -7%

2022 +9%
2019 -23%

2022 +20%
2019 -37%

Un retour progressif de l'activité des foires et salons sur l'année 2023, se rapprochant des niveaux pré-covid, de 2019 (forte année pré-covid).

SALONS :

En régions : analyse effectuée sur un échantillon de 98 salons professionnels et de 198 salons grand public, issus de la base OJS - UNIMEV et de l'étude UNIMEV des données déclaratives 2023. Franciliens : calcul UNIMEV à partir des données CCI Paris Île-de-France, Tourisme d'affaires IDF 2024 et Baromètre de l'activité des salons en Île-de-France en 2023, sur 207 salons professionnels et 157 salons grand public franciliens. Les évolutions sont calculées à échantillon constant.

FOIRES :

Analyse effectuée sur un échantillon de 31 foires en régions, issue de la base OJS - UNIMEV et de l'étude UNIMEV des données déclaratives 2023. Note : La Foire de Paris est intégrée dans les résultats des salons franciliens. Les évolutions sont calculées à échantillon constant.

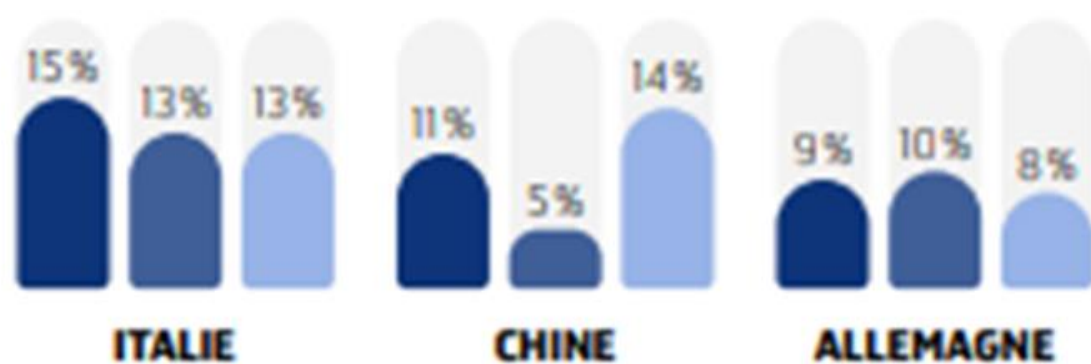
Les visiteurs et exposants étrangers sont de retour

Cette reprise s'explique notamment par **le retour des visiteurs et des exposants**.



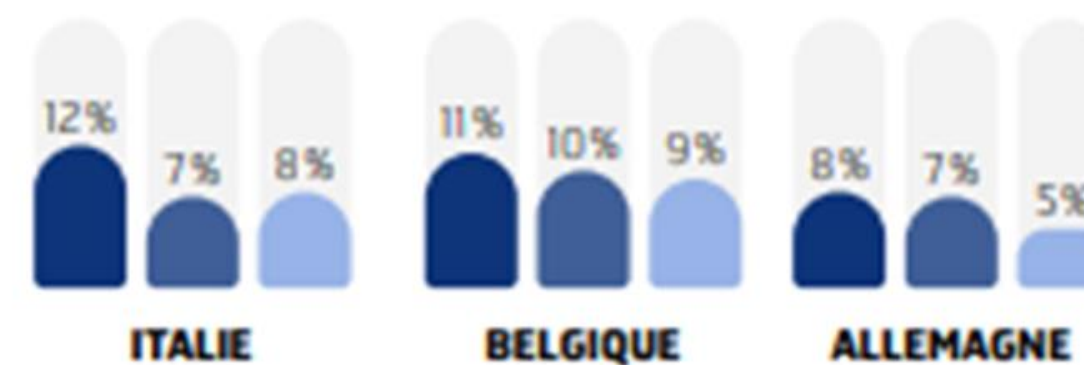
1^{er} pays représenté parmi les visiteurs et exposants étrangers des salons.

Les **exposants étrangers**



retour massif des exposants sur les salons professionnels.

Les **visiteurs étrangers**



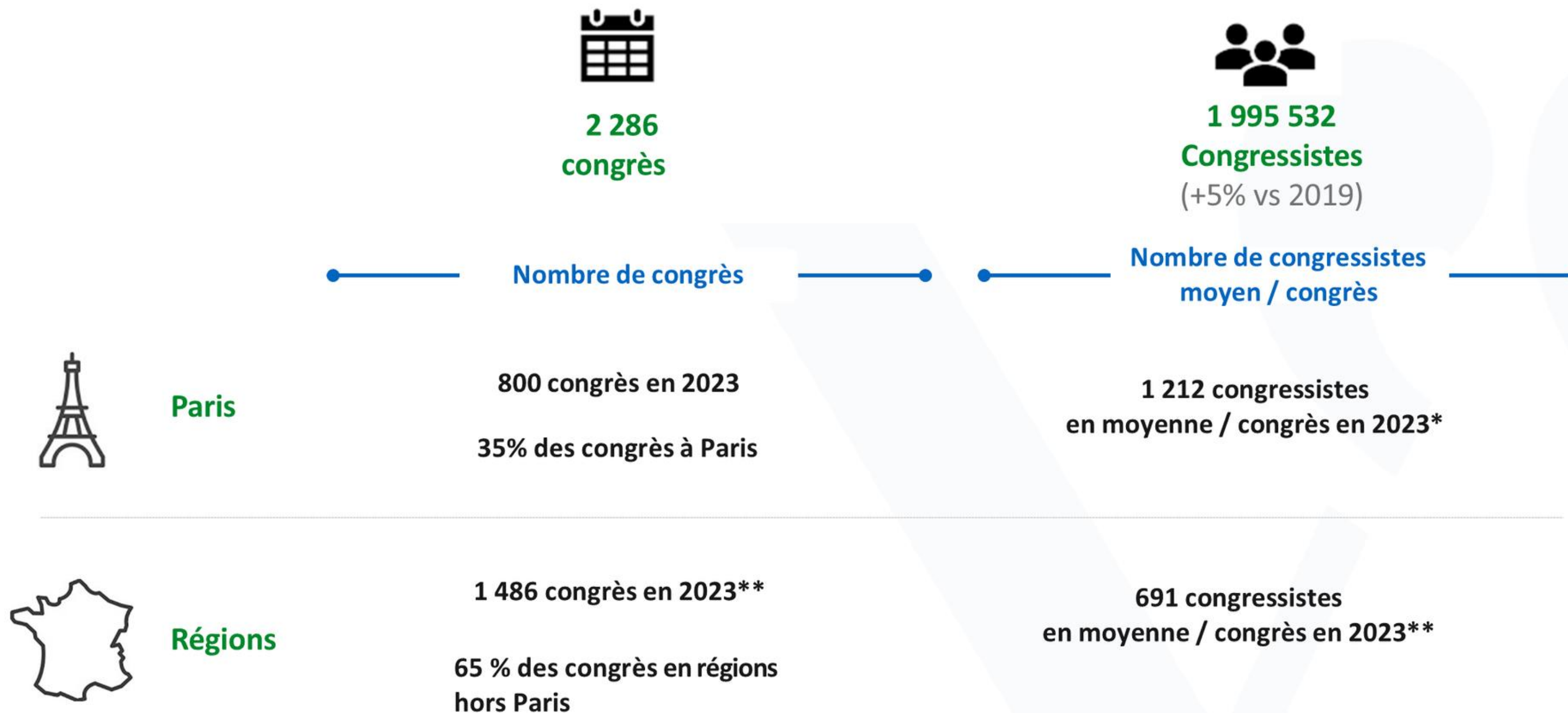


**Retombées économiques des
congrès en France en 2023**

L'estimation de la taille de marché des congrès en France

OBSERVATOIRE
DES ÉVÉNEMENTS

UNIMEV, Coesio et Atout France, réalisée par Nova Consulting



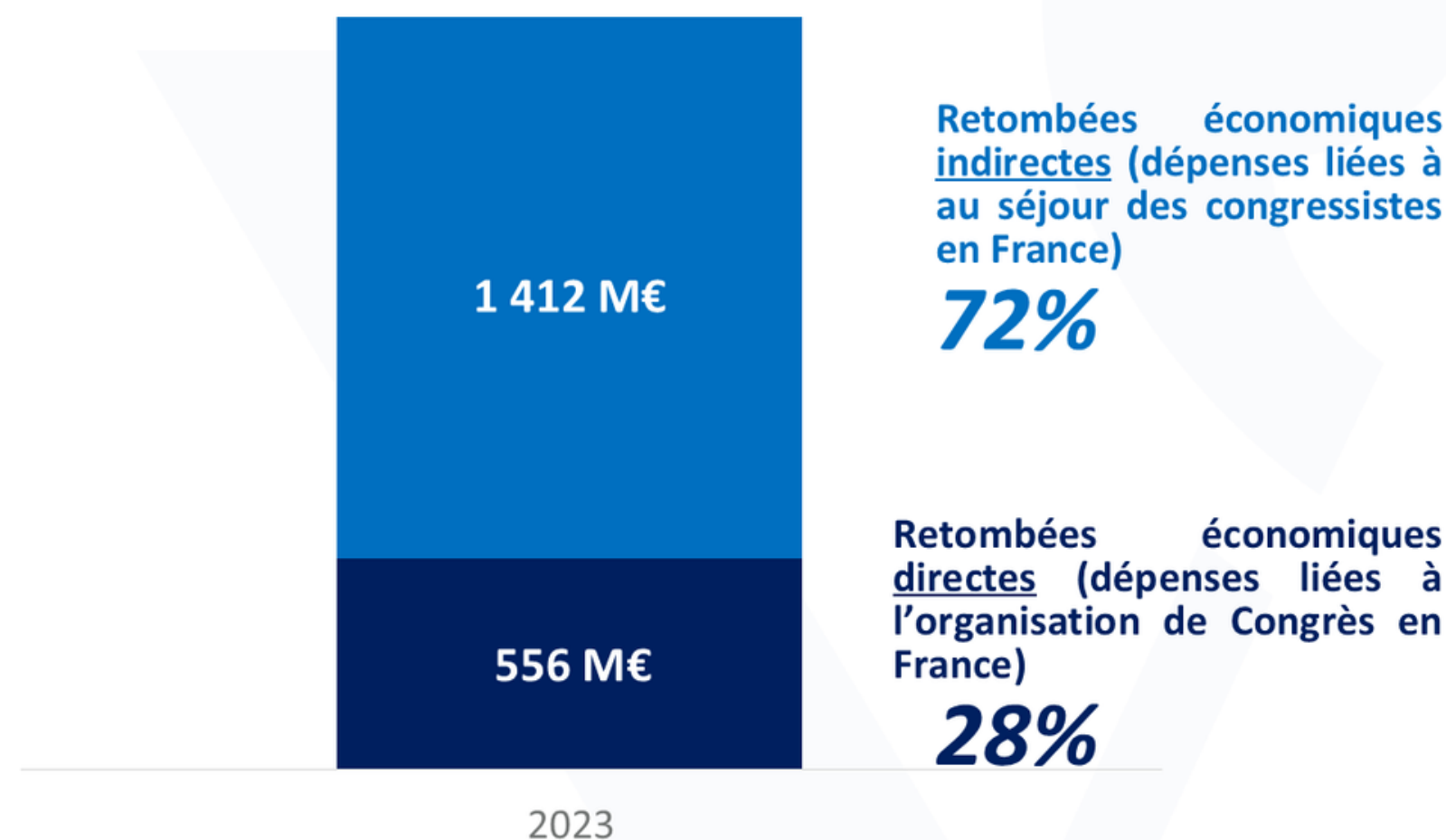
* Enquête sur les retombées économiques des congrès en 2023 pour le compte d'UNIMEV, Coesio et Atout France, réalisée par Nova Consulting

Près de 2 milliards de retombées économiques globales, portées par les dépenses des congressistes liées à leur participation à un congrès

OBSERVATOIRE
DES ÉVÉNEMENTS

En 2023
1 969 m€*
de retombées
économiques totales

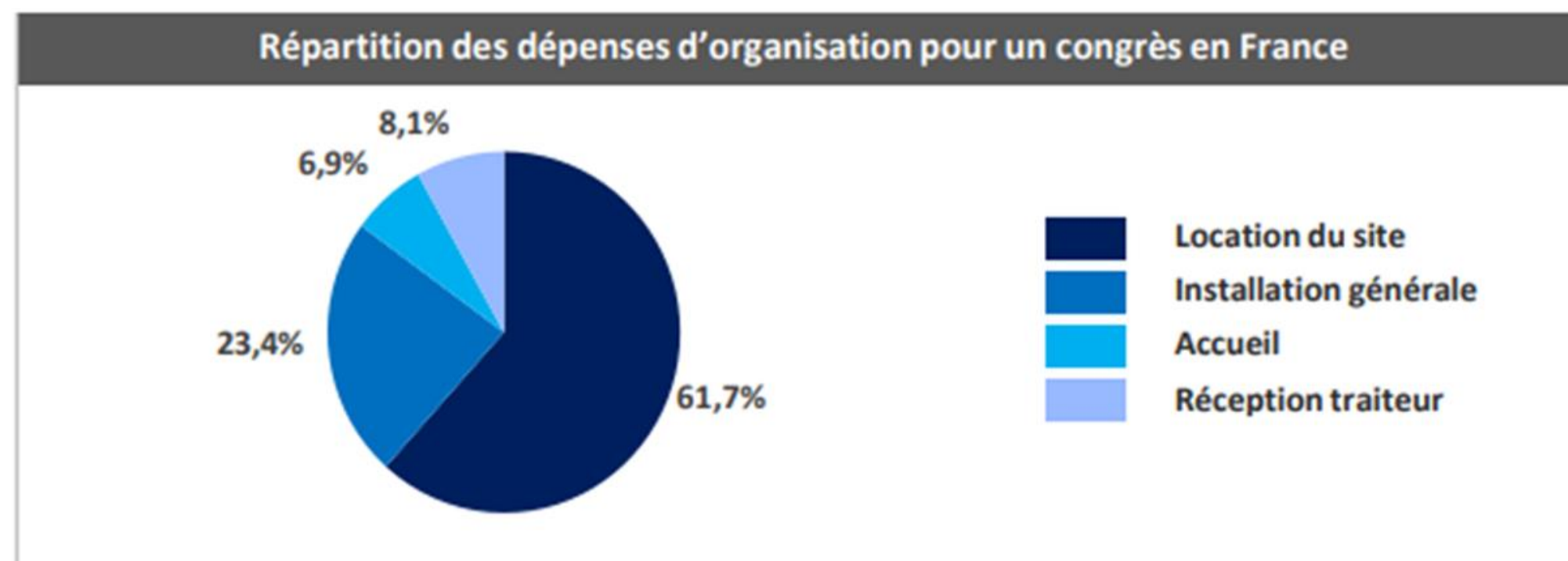
Dont 187 m€ pour le
transport d'accès à la
destination



Détail des dépenses liées à l'organisation des congrès

- ♥♥ La **location du site** (62%) principal poste de dépense d'organisation de congrès
- ♥♥ La location du site représente un budget **4,5 fois plus important** à Paris qu'en région hors Paris

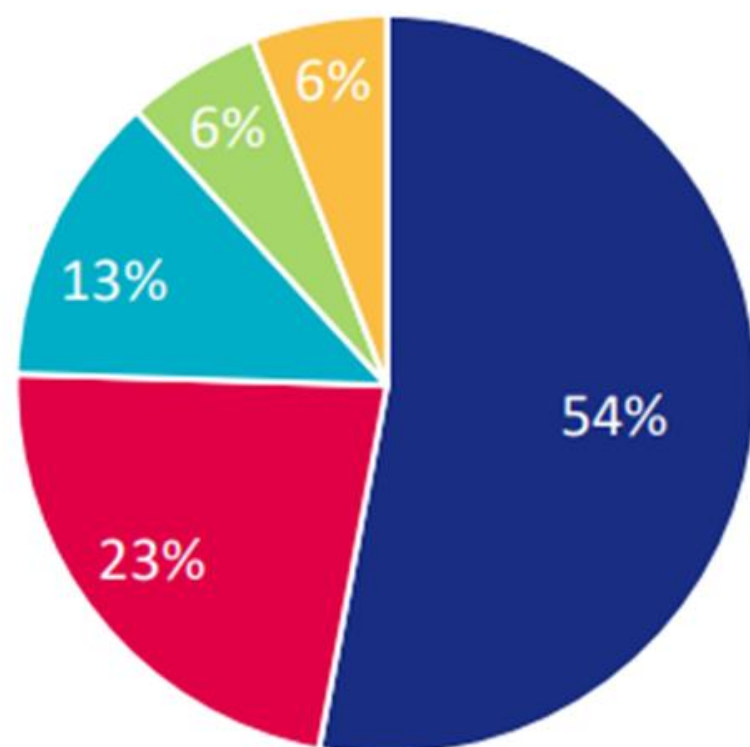
PAR CONGRÈS



Détail des dépenses liées au séjour des congressistes

- ♥♥ **l'hébergement et à la restauration** (76%) principal poste de dépense des congressistes lors de leur séjour
- ♥♥ **Les congressistes internationaux restent plus longtemps et dépensent plus** : en moyenne 1,3 fois plus élevées que celles des congressistes nationaux et 2,1 fois plus élevées que celles des congressistes régionaux.

Répartition des dépenses par poste



Dépense moyennes par séjour

Hébergement	312 €
Restauration	132 €
Transport sur place	74 €
Cadeaux	33 €
Visites et tourisme	32 €

INTERNATIONAUX

Dépenses totales moyennes par séjour
hors transport à destination

1 303 €

Durée moyenne du séjour

3,25 jours

NATIONAUX

Dépenses totales moyennes par séjour
hors transport à destination

486 €

Durée moyenne du séjour

2,02 jours

RÉGIONAUX

Dépenses totales moyennes par séjour
hors transport à destination

245 €

Durée moyenne du séjour

1,69 jours



Comportement des exposants sur les salons



Comportements des exposants sur les salons

LEADS/UNIMEV

TOP 3

des critères qui contribuent
à la réussite de la participation
à un salon

- Emplacement du stand
- Différenciation du stand par rapport
aux concurrents
- La relance des contacts après l'événement



Note de 1 à 10 sur les actions contribuant
à la **réussite de votre participation**
à un salon

Principaux critères de choix du type de stand

Stand sur mesure

- 77%** Mise en avant de l'identité de la marque
- 56%** Salon leader sur le marché
- 52%** Entreprise leader sur le marché
- 46%** Favorise la fréquentation du stand

Stand packagé

- 62%** Budget salon
- 58%** Facilité d'organisation
(praticité / gain de temps)
- 24%** Taille de l'équipe présente
sur le stand

Comportements des exposants sur les salons

LEADS/UNIMEV

Le stand sur mesure favorise ...

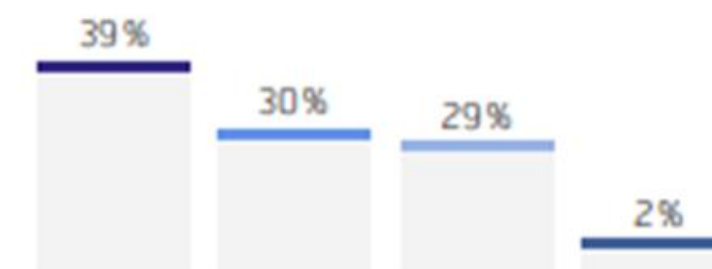
97 % Une **meilleure image** de la marque.

52 % Le temps passé **par le visiteur** sur le stand.

Les évolutions attendues pour 2024

2/3

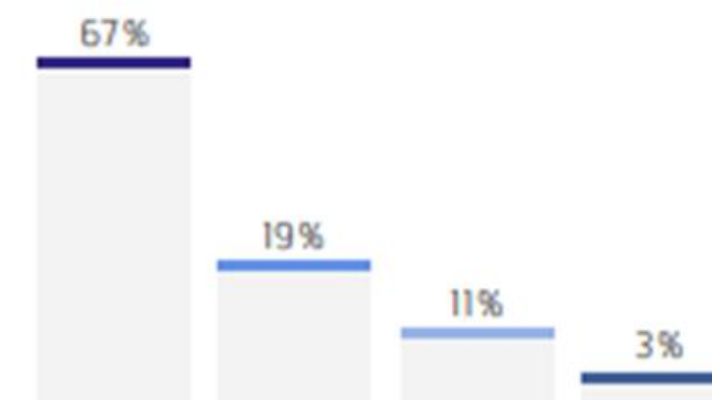
des exposants prévoient un budget stable ou en hausse pour 2024.



• Budget stable • Budget en hausse • Budget en baisse • Ne sait pas

67 %

des exposants ne pensent pas faire évoluer leur type de stand dans les prochaines années.



• Pas d'évolution • Plus de stand sur mesure • Plus de stand packagé • Plus de stand équipé

Pour en savoir plus sur l'étude des comportements des exposants

Webinaire

Le 10 décembre 2024 à 11h en ligne

unimev 
[▶ LIVE] LES WEBINAIRES DE LA
FILIÈRE ÉVÉNEMENTIELLE

Lien d'inscription

[UNIMEV'LIVE #4 - Étude du comportement des exposants](#)

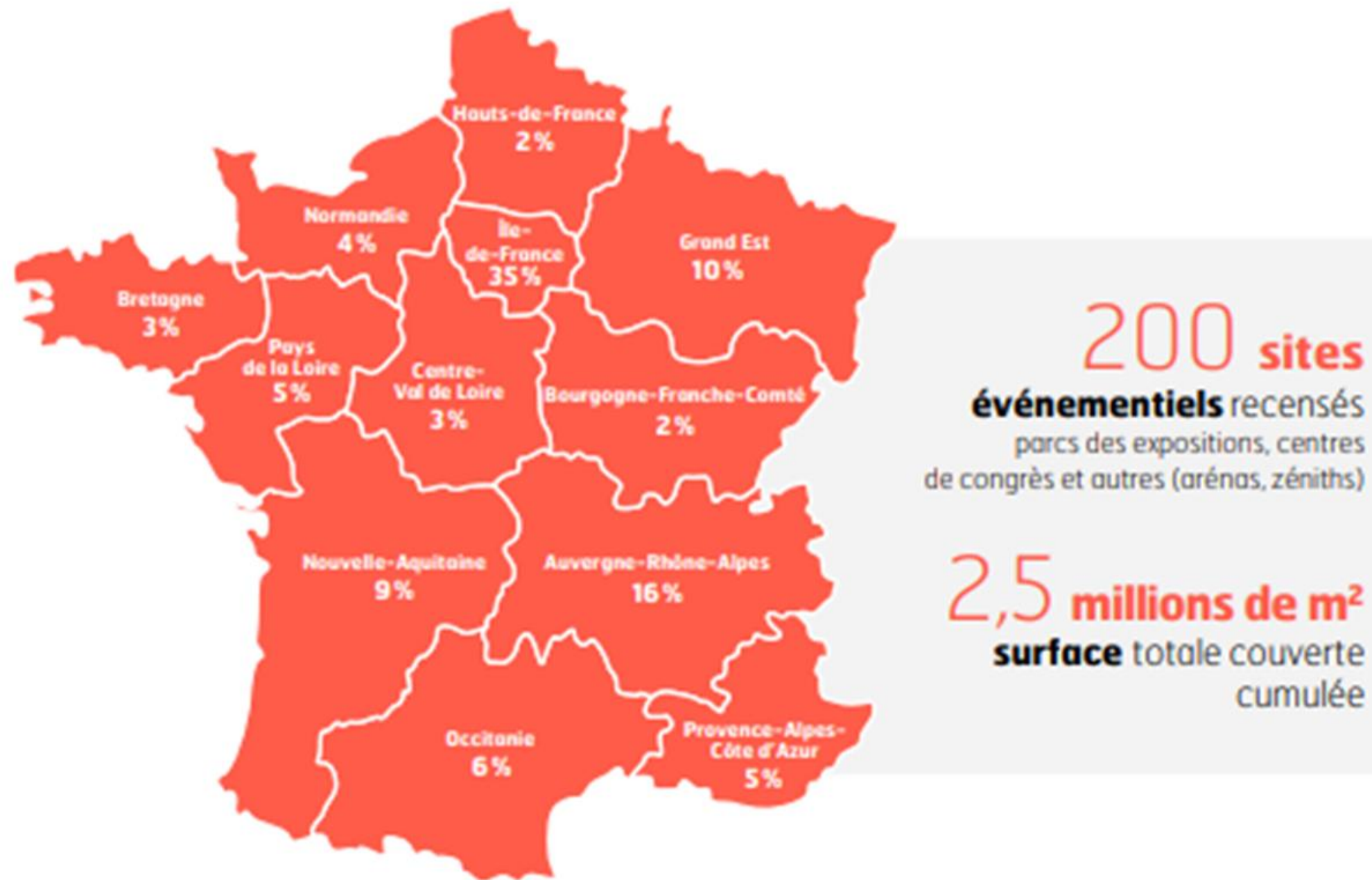


Les lieux événementiels en France

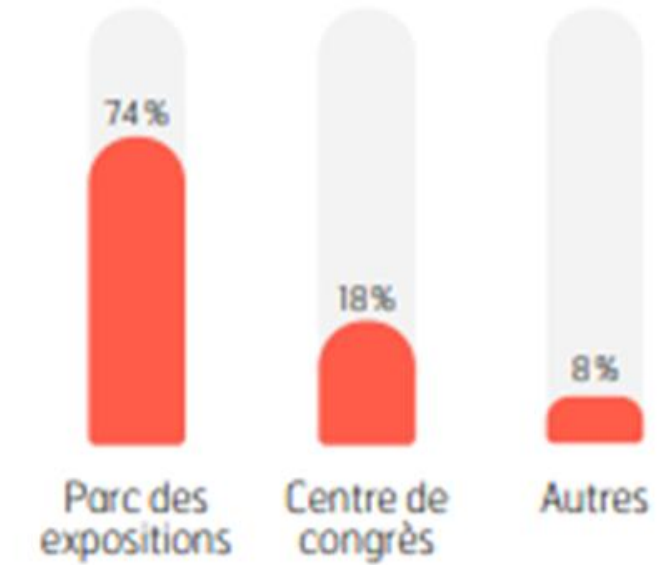


Les lieux événementiels en 2023

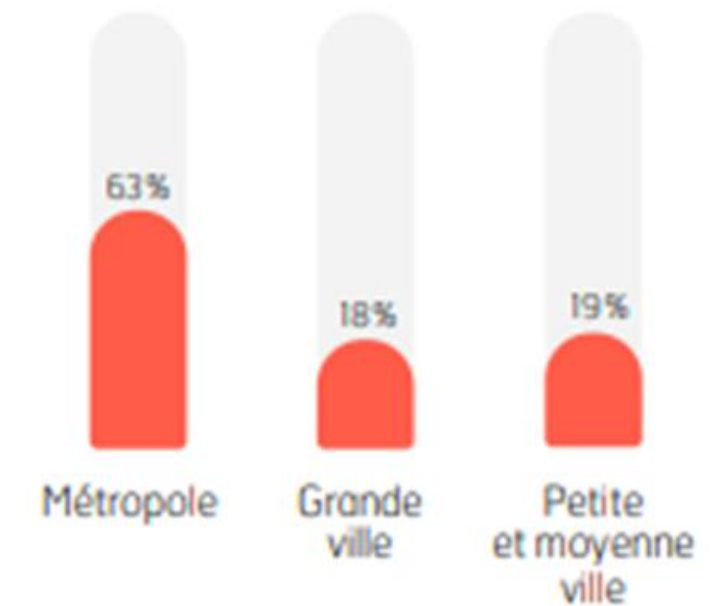
Répartition des lieux événementiels en France



Répartition des surfaces d'exposition par **type de sites**



Répartition des surfaces d'exposition par **type de villes***



* Les typologies de villes - Métropole : plus de 200 000 hab. Grande ville : entre 100 000 et 200 000 hab. Petite et moyenne ville : moins de 100 000 hab.

* Enquête réalisée par UNIMEV entre mai et juin 2024, auprès de 56 sites représentant 60% de la surface cumulée de l'ensemble des sites recensés.

Les besoins en investissements des lieux dans les 3 ans à venir

1,7 milliards

d'euros de besoins d'investissements
estimés par les lieux événementiels
dans les 3 ans à venir

dont

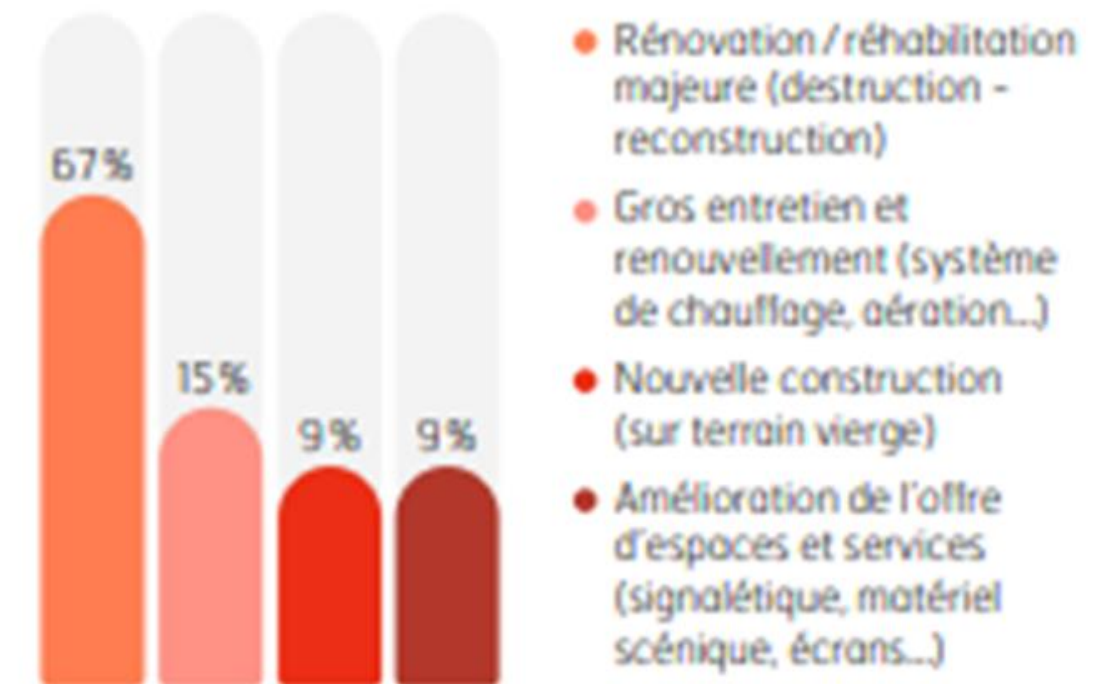
33 %

destinés à la **transition
écologique***.

Répartition des besoins
par **type de sites**



Répartition des besoins
par **postes d'investissements**



Répartition des événements accueillis dans les parcs des expositions et centres de congrès

LES PARCS DES EXPOSITIONS

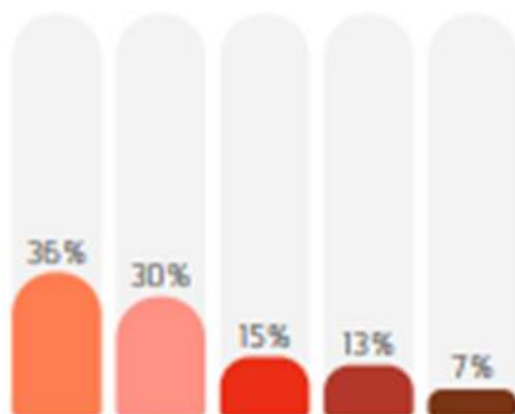
45%

Du chiffre d'affaires des parcs des expositions en régions est lié à l'activité d'organisation d'événements en 2023

♥♥ L'accueil de salons qui avait pris de l'ampleur en sortie de crise retrouve également les niveaux pré-covid aussi bien en nombre (36%) qu'en surface occupée (71%).

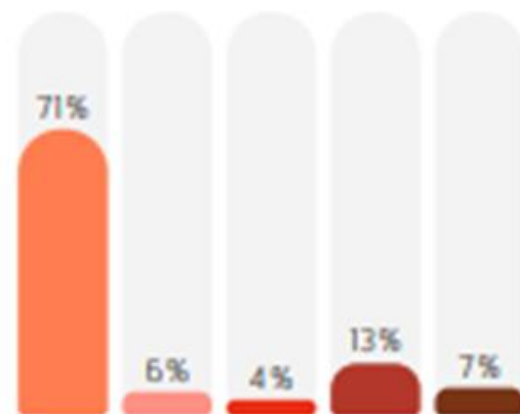
En nombre (en unité)

2023



En occupation (en m² / jour)

2023



● Salons ● Événements d'entreprise et d'institution ● Autres événements
● Spectacles, manifestations culturelles et sportives ● Congrès

LES CENTRES DE CONGRÈS

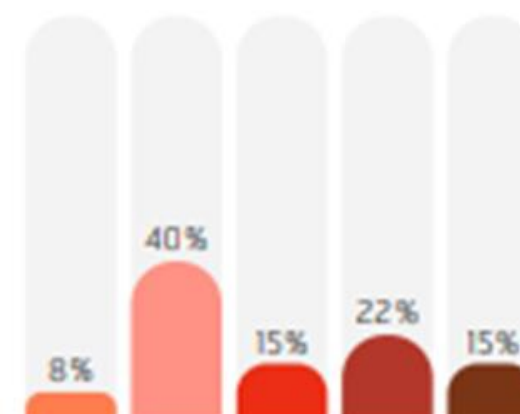
77%

Du chiffre d'affaires des centres de congrès en France est lié à l'activité d'accueil de congrès, événements d'entreprise, spectacles ...

♥♥ Les congrès continuent à dominer en termes de surface d'occupation (38%) dans les centres qui leurs sont dédiés.

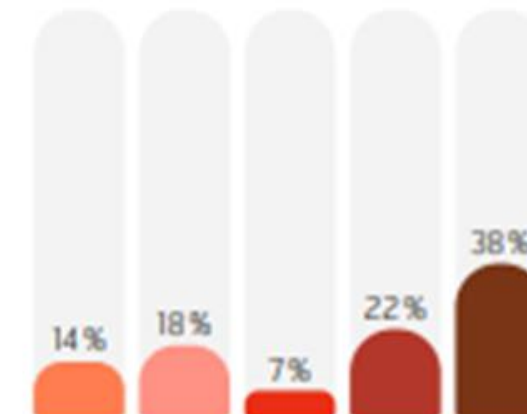
En nombre (en unité)

2023



En occupation (en m² / jour)

2023



● Salons ● Événements d'entreprise et d'institution ● Autres événements
● Spectacles, manifestations culturelles et sportives ● Congrès

Pour toutes questions

Nabila KOCHEIDA

Directrice Etudes et Marketing

n.Kocheida@unimev.fr

06 66 46 30 18

Table
Ronde

Événementiel Responsable : Quels labels et certifications pour répondre aux enjeux actuels ?



FRANCK D'AGOSTINI

IPAMA



AMANDINE SOUTHON

COMITÉ RÉGIONAL DU
TOURISME N-A



VIRGINIE MIURA

AGENCE TERRES & CIE

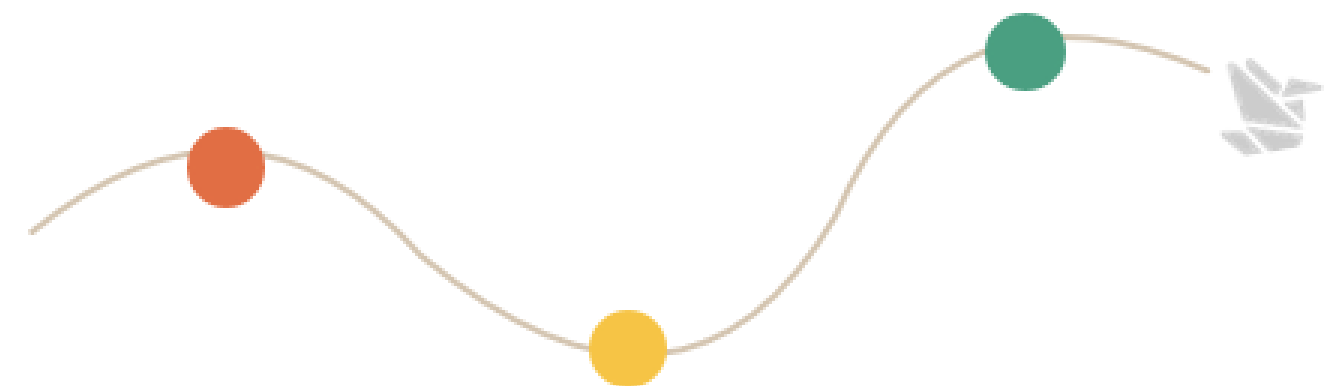


AURÉLIEN BRIANT

ARKÉA ARENA

Sommaire

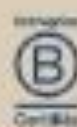
- + **Les enjeux de l'événementiel**
- + **Pourquoi entamer une démarche de labellisation ou de certification ?**
- + **Se repérer parmi les référentiels**
- + **Témoignages**
- + **Conclusion**



Qui sommes-nous ?



Franck D'AGOSTINI
Consultant senior RSE



Sport



Industries créatives

CABINET DE CONSEIL ET FORMATION RSE
accompagne les acteurs de l'événement

Prestataires

Associations

Lieux

Territoires et
collectivités

Institutions

Annonces

Agences



Tourisme



Musique et culture

Accompagner - Former - Animer



1.

Les enjeux de l'événementiel

Qu'est-ce qu'un événement ?

Sur un territoire

Pays, Région, Département, Interco, Ville

Des équipes

un ou plusieurs organisateurs (et leurs partenaires, fournisseurs, prestataires...)

Un ou plusieurs lieux

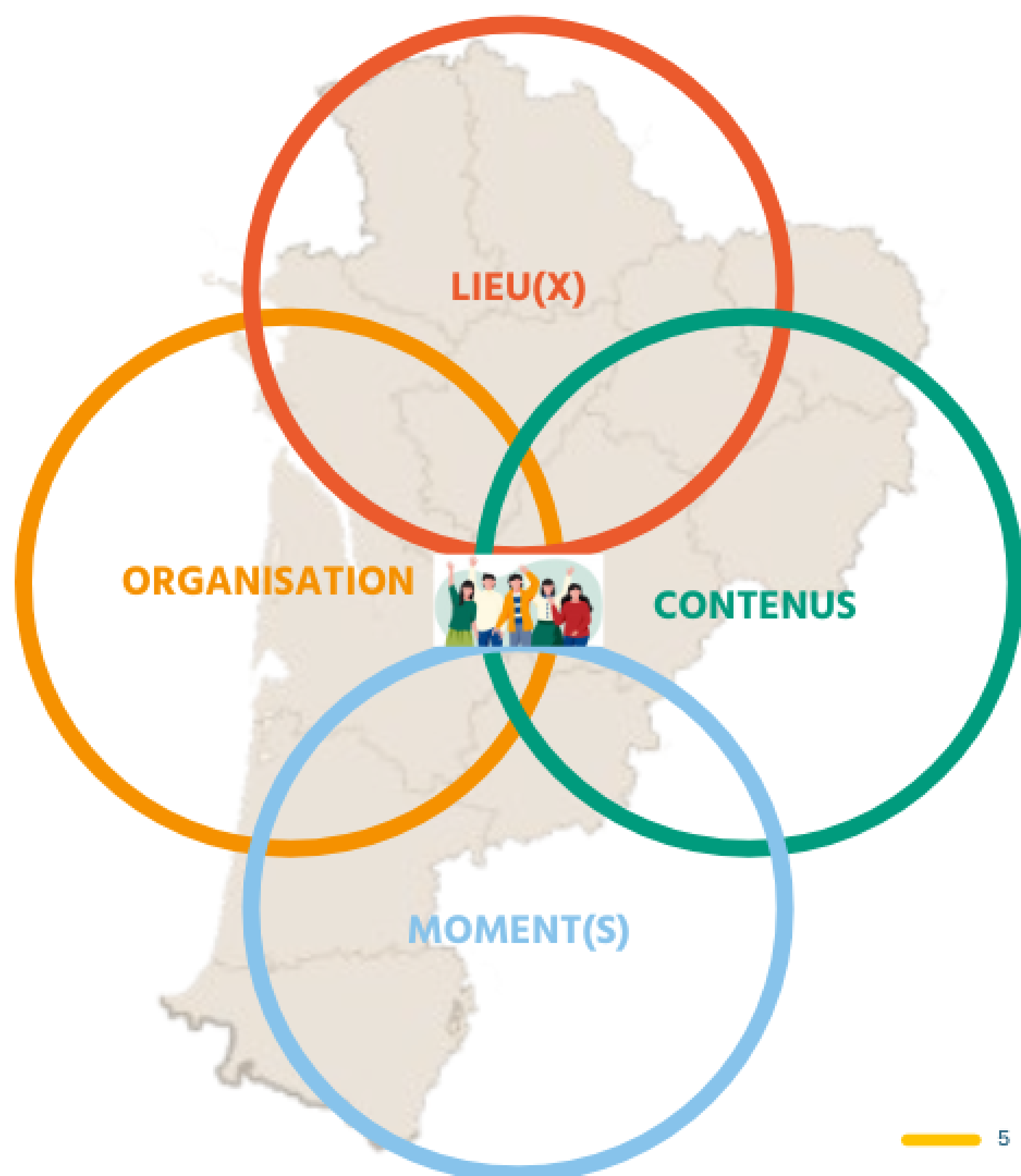
Des contenus

Programmation, produits, services...

Une temporalité

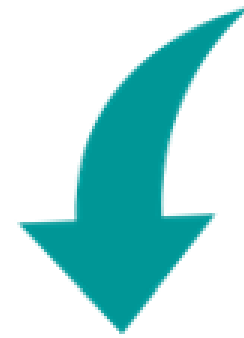
Un ou plusieurs moments donnés

Un/Des public(s)



Qu'est-ce qu'un événement ?

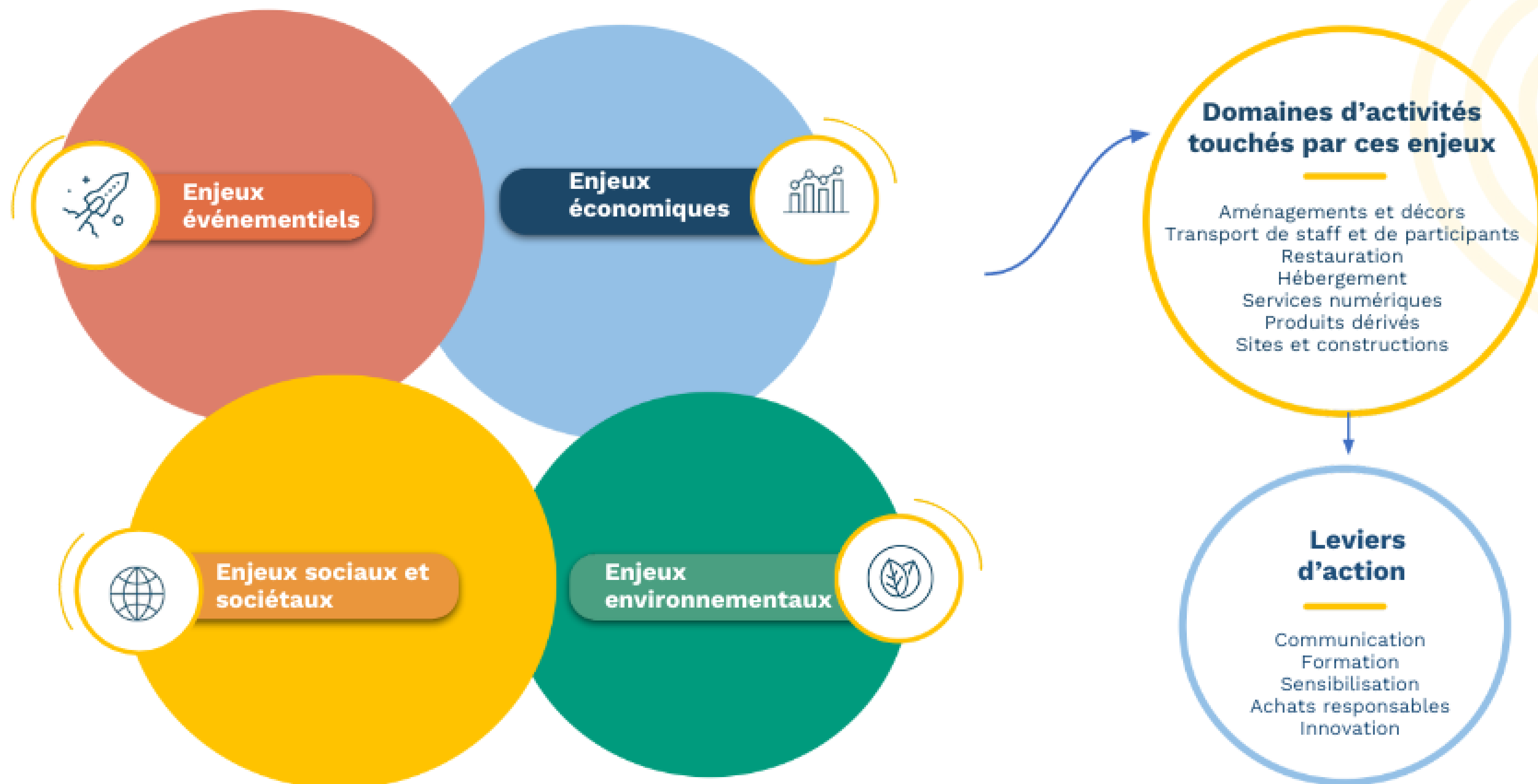
Une forte
concentration
génératrice...



Un secteur aux multiples enjeux



Un secteur aux multiples enjeux





2.

Pourquoi être
certifié ou
labellisé ?

Pourquoi être certifié ou labellisé ?

Prérequis :
Avoir engagé une
stratégie RSE autour
de ses enjeux les plus
"matériels"



Labels et certifications RSE & Événementiel... un choix de forme, et de fond



Normes

“**Référentiel** résultant d'un **processus de normalisation**, établi par **consensus** [des parties intéressées] et **validé par un organisme reconnu**".
(Qualité Tourisme, 2012)
Les normes précisent les **caractéristiques à exiger d'un produit ou d'un service** de qualité. En général **d'application volontaire**.



Certification

Certification :
reconnaissance, par un **organisme agréé** et **indépendant**, de la **conformité** aux **exigences** fixées dans un **référentiel** officiellement **reconnu**.



Label

Label :
marque (privé ou publique) qui s'appuie sur un référentiel défini par un syndicat professionnel, une association/fédération.



3.

Se repérer
parmi les
référentiels



Un choix... qui dépend de l'organisation concernée et de l'engagement

Quelques critères pour évaluer son engagement et choisir le meilleur outil :

Le périmètre couvert :

dimension au sein de l'organisme, secteur d'activité, etc.

Ce qu'on veut prouver :

atteinte d'un niveau de performance (grilles de critères communs) ou mise en place de moyens pour entraîner une démarche d'amélioration continue

➤ ***un même label (ou certification) peut proposer différents niveaux à atteindre selon sa maturité/progression***

Ce qu'on évalue :

un pourcentage d'éléments choisis dans le référentiel / l'ensemble du référentiel

Qui évalue :

première partie, seconde partie, tierce partie / organisme certificateur agréé - i.e AFNOR, SGS...

Comment est évalué le respect du référentiel

sur site, par entretiens, sur documents, déclaratif

Les conditions de validité et leur respect : durée, audit de suivi...

⇒ Pour un même label ou certification, il n'est **pas forcément possible de comparer** 2 organismes entre eux (variation du périmètre, de l'ambition des objectifs...)

L'ISO 20 121 : la certification de référence du secteur événementiel



**Système de management responsable
selon ISO 20121**

Quelques exemples de labels



Label Engagé RSE	Aligné sur ISO 26000, évaluation en ligne, score minimum de 30/100	AFNOR
B Corp	Des communautés qui incluent des agences de communication Référentiel international reconnu Valable pour des entreprises de toutes tailles De très grosses entreprises et de très petites pour B-Corp	B Corp
Label Lucie 26000	Référentiel aligné sur les 7 thématiques de l'ISO 26000, évaluation puis mise en oeuvre d'un plan d'action. Il existe aussi 8 déclinaisons sectorielles à destination des TPE, collectivités, ESN, banques, organismes de formation, Maisons Familiales Rurales, de la santé à domicile et enfin du logement social.	Agence Lucie
PrestaDD	Label sectoriel pour toutes les structures française du spectacle et de l'événement Administré par le SYNPASE. Certification par un tiers (Ecocert) si moyenne sur les 3 volets Renouvellement tous les 4 ans avec obligation d'amélioration du résultat pour conserver le label	SYNPASE



4.

témoignages

Témoignages et échanges



AMANDINE SOUTHON
COMITÉ RÉGIONAL DU
TOURISME N-A



VIRGINIE MIURA
AGENCE TERRES & CIE



AURÉLIEN BRIANT
ARKÉA ARENA

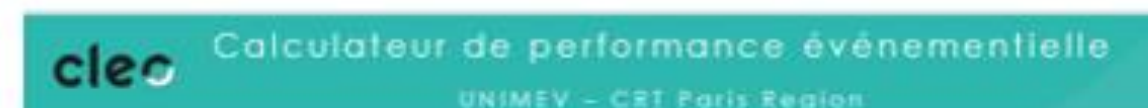
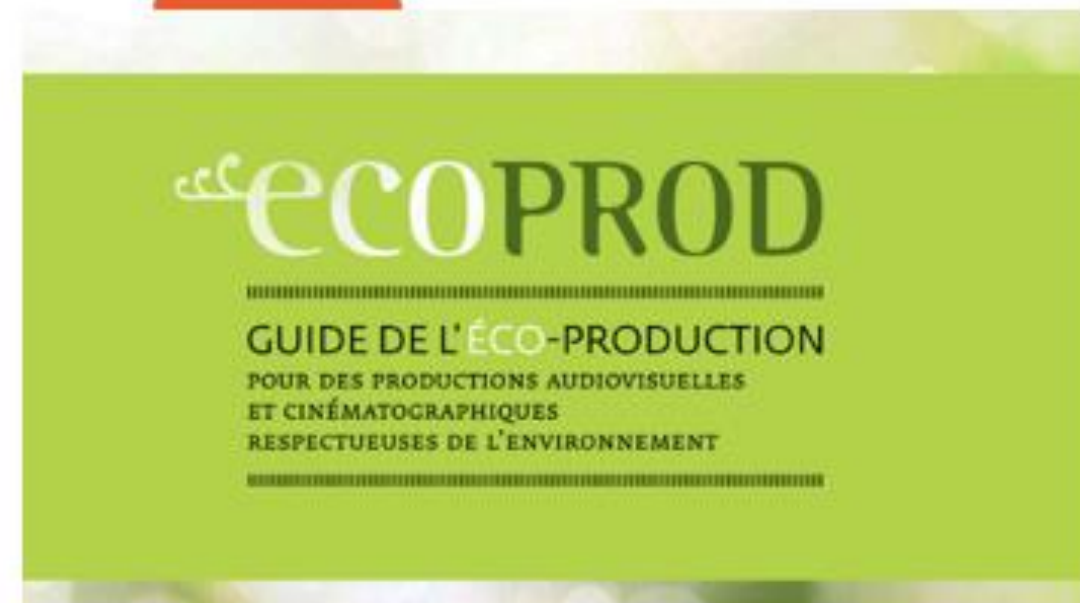




5.

échanges et
conclusion

Vous avez dit outils ?



Les indicateurs en un clin d'œil



Seco₂



Accueil Actualités Eco-Communication À Propos

Bienvenue sur le site qui donne les clés d'une communication plus responsable !

Un site fait par des communicants, pour des communicants.



Le site de la Communication Responsable
Agence de la transition écologique



Être certifié ou labellisé : telle est la question ?



Certification et label RSE & événementiel

- Des démarches volontaires....
- ... basées sur des engagements RSE...
- ... qui font l'objet d'un suivi...
- ... et peuvent être valorisés publiquement.

Un socle commun à l'extrême majorité des certifications, labels, référentiels RSE dans l'événementiel :
l'ISO 26 000

Être certifié ou labellisé : telle est la question ?



En résumé

1 / À chacun l'outil qui lui convient selon :

- ses besoins et capacités (état initial de structuration, équipe interne...),
- son territoire, son écosystème, ...
- les attentes de ses parties prenantes et ce qu'on a besoin de prouver (moyens, résultats...)

2/ Des démarches qui **demandent du temps et s'inscrivent dans la durée**

3/ Des **guides pour vous aider dans votre démarche** avant d'être des outils de valorisation (tampon pas obligatoire)



Aller plus loin ? Notre ouvrage

“L’organisation d’événements engagés et responsables”, publié aux éditions du Centre National de la Musique est guide pratique à destination des professionnels du spectacle, de la culture et de l’événementiel.

Co-écrit par les membres de l’équipe Ipama et illustré par des témoignages d’acteurs engagés (organisateurs, producteurs, gestionnaires de lieux de spectacles, prestataires et institutions), cet ouvrage détaille, en six étapes, la façon dont chaque organisation peut mettre en place une démarche environnementale et sociale globale, cohérente, crédible et pérenne.



Scannez le QR Code

Merci !



33 (0)5 47 74 80 99
contact@ipama.fr
52 rue de la paix - 33150 Cenon

BORDEAUX - PARIS - NANTES - STRASBOURG - RENNES - MARSEILLE - GENEVE
www.ipama.fr



POUR TOUTES QUESTIONS
OU RENSEIGNEMENTS

JESSICA NOËL

06 70 33 30 04

association.umena@gmail.com



Union des Métiers de l'Événementiel en Nouvelle-Aquitaine

*Merci de votre attention
et à nos partenaires*

