

ENVIRONNEMENT  
FINANCES ET  
ECONOMIE  
FISCALITÉ  
ILE-DE-FRANCE  
INTERNATIONAL  
QUESTIONS  
JURIDIQUES  
EMPLOI  
AFFAIRES  
SOCIALES  
SIMPLIFICATIONS  
ADMINISTRATIVES  
VILLE ET  
COMMERCE  
CONCURRENCE  
CRÉATION  
D'ENTREPRISE  
ENVIRONNEMENT  
FINANCES  
ET ECONOMIE  
FISCALITÉ  
ILE-DE-FRANCE  
INTERNATIONAL  
QUESTIONS  
JURIDIQUES  
EMPLOI AFFAIRES  
SOCIALES  
SIMPLIFICATIONS  
ADMINISTRATIVES  
VILLE ET  
COMMERCE  
CONCURRENCE  
CRÉATION  
D'ENTREPRISE  
ENVIRONNEMENT  
FINANCES  
ET ECONOMIE  
FISCALITÉ  
ILE-DE-FRANCE  
INTERNATIONAL  
QUESTIONS  
JURIDIQUES  
EMPLOI AFFAIRES  
SOCIALES

# Les grands événements :

## Un moteur pour la croissance économique et touristique du Grand Paris

Rapporteur Madame Monique BAILLOT  
10 octobre 2013

# Les grands événements : Un moteur pour la croissance économique et touristique du Grand Paris

**Rapport présenté par Madame Monique BAILLOT**  
au nom de la Commission du développement économique de la région  
**et adopté par l'Assemblée générale du 10 octobre 2013**

Avec la collaboration du groupe tourisme de la Commission du développement économique de la Région (CDER) et du département tourisme, congrès et salons, de la Direction générale adjointe chargée des études et de la mission consultative.

Chambre de commerce et d'industrie de région  
Paris Île-de-France  
27, avenue de Friedland  
F - 75382 Paris Cedex 8  
<http://www.etudes.cci-paris-idf.fr>

Registre de transparence de l'Union européenne  
N° 93699614732-82

<u>LES PRINCIPALES PROPOSITIONS</u>	<u>4</u>
<u>SYNTHESE</u>	<u>6</u>
<u>PARTIE 1 LES GRANDS EVENEMENTS, LEVIER DE CROISSANCE, CATALYSEUR DE L'ACTIVITE ECONOMIQUE ET FACTEUR MAJEUR D'AMENAGEMENT DES TERRITOIRES POUR LE GRAND PARIS</u>	<u>8</u>
1. QU'EST-CE QU'UN GRAND EVENEMENT ?	8
2. RETOMBEES ET IMPACTS DE TROIS GRANDS EVENEMENTS DE DIMENSION INTERNATIONALE	11
2.1 L'Exposition Universelle de Shanghai 2010	11
2.2 Les JO de Londres 2012	11
2.3 Le Salon Maison & Objets (Parc d'exposition de Paris Nord Villepinte)	12
3. ANALYSE DE QUATRE EVENEMENTS FRANCILIENS EMBLEMATIQUES, REPRESENTATIFS DES ENJEUX POUR LE TERRITOIRE DU GRAND PARIS	13
3.1 La Ryder Cup 2018	13
3.2 L'Exposition Universelle 2025	14
3.3 Le Salon international de l'Aéronautique et de l'Espace (SIAE) 2013	14
3.4 Le Congrès Européen de la Cardiologie 2011	15
4. LA REGION CAPITALE : UN POTENTIEL EXCEPTIONNEL POUR L'ACCUEIL DES GRANDS EVENEMENTS	16
4.1 Une position de hub international unique	16
4.2 Une offre d'hébergement riche et variée	17
4.3 Des infrastructures d'accueil (sportives, culturelles et d'affaires) de premier plan	18
4.4 Un tissu économique et scientifique de haut niveau et d'envergure mondiale	19
4.5 Le Nouveau Grand Paris : une ambition économique porteuse pour le tourisme et l'activité événementielle	20
5. PARIS ÎLE-DE-FRANCE, UNE POSITION DE LEADER CONFRONTEE A UNE CONCURRENCE DE PLUS EN PLUS VIVE	21
5.1 Une des places incontournables pour les grandes compétitions sportives	21
5.2 Une position en tête des classements internationaux pour l'accueil des grands salons internationaux	22
5.3 Une capitale des congrès qui peut s'imposer sur le segment spécifique des grands congrès internationaux	23
5.4 La métropole phare des grands évènements culturels, prête pour accueillir une prochaine exposition universelle	24
<u>PARTIE 2 PRECONISATIONS ET AXES DE PROGRES POUR FAIRE DU GRAND PARIS UN TERRITOIRE D'ACCUEIL DE GRANDS EVENEMENTS INTERNATIONAUX</u>	<u>25</u>
AXE 1 – ANTICIPER ET COLLABORER (GOUVERNANCE)	26
Développer une gouvernance régionale « d'intelligence événementielle » en l'adossant à une structure déjà existante	26
AXE 2 – MOBILISER ET PILOTER (COMPETITION)	28

Impliquer les acteurs clés (filères économiques culturelles et sportives, politiques, institutionnels...) à toutes les étapes liées à la candidature, au renforcement ou à l'organisation des grands événements	28
AXE 3 – PROMOUVOIR ET VALORISER (INFLUENCE)	31
Mettre en place une politique ambitieuse de promotion et de valorisation du territoire et des savoirs faire à l'étranger	31
AXE 4 – RENFORCER ET EQUIPER (ACCUEIL)	34
Faire de la construction du Grand Paris un levier pour répondre aux défis d'infrastructures de transport, d'hébergements et d'accueil d'une « ville monde » attractive et compétitive	34

## ANNEXES 39

ANNEXE 1 : FOCUS SUR QUATRE GRANDS EVENEMENTS FRANCILIENS EMBLEMATIQUES (SECTEURS, PROBLEMATIQUES PHASES DU PROJET, CONCURRENCE...)	40
ANNEXE 2 : LISTE DES 20 PLUS GRANDS SALONS EN TERMES DE FREQUENTATION A PARIS ÎLE-DE- FRANCE	47
ANNEXE 3 : LISTE DES 12 CONGRES AYANT PLUS DE 10 000 CONGRESSISTES ORGANISES D'ICI 2016	49
ANNEXE 4 : LISTE DES 15 EXPOSITIONS CULTURELLES AYANT LES PLUS FORTES FREQUENTATIONS, ACCUEILLIES A PARIS EN 2012-2013	50
ANNEXE 5 : LISTE DES FUTURES COMPETITIONS SPORTIVES INTERNATIONALES ATTRIBUEES	51
ANNEXE 6 : FOCUS SUR LES FILIERES D'EXCELLENCES ET POLES DE COMPETITIVITE A PARIS ÎLE-DE- FRANCE	52
ANNEXE 7 : LES CONTRATS DE DEVELOPPEMENT TERRITORIAUX (CDT), DES OUTILS AU SERVICE DES TERRITOIRES DU GRAND PARIS	53

Les propositions ci-dessous doivent permettre à la région capitale de mettre en place les stratégies efficaces et les conditions nécessaires pour attirer, créer ou renforcer des grands événements sportifs, culturels ou d'affaires dans le Grand Paris.

*« Le tourisme doit être érigé en grande cause nationale... La France est déjà la première destination touristique du monde, elle a pour objectif de dégager le premier solde touristique de tous les pays européens ».*

François HOLLANDE, 27 août 2013

### AXE 1 – ANTICIPER ET COLLABORER (Gouvernance)

#### **Développer une gouvernance régionale « d'intelligence événementielle » en l'adossant à une structure légitime déjà existante**

- Définir les secteurs stratégiques prioritaires à fort potentiel de développement (structure plus ou moins formelle : Comité Paris Evènement ...)
- Identifier et recenser collectivement les grands événements par filière (affaires, culturels, sportifs) sur lesquels miser (captation, organisation, renforcement) à échéances diverses (5 -10 -15 ans)
- Mettre en place un dispositif permettant de réaliser des études d'opportunités en matière de lancement de candidatures et de renforcement d'évènement (évaluation des coûts et des retombées économiques et médiatiques, ROI, capacité d'accueil du territoire...)

### AXE 2 – MOBILISER ET PILOTER (Compétition)

#### **Impliquer les acteurs clés (filières économiques culturelles et sportives, politiques, institutionnels...) à toutes les étapes liées à la candidature, au renforcement ou à l'organisation des grands événements.**

- Intégrer les filières (économiques, sportives, culturelles) et les acteurs clés dans le financement et la phase de pré-candidature.
- Créer pour porter la candidature un comité de soutien autour d'un groupe de personnalités légitime et emblématiques.
- Mobiliser et engager les plus hautes instances politiques pour légitimer et renforcer l'évènement

**AXE 3 – PROMOUVOIR ET VALORISER  
(Influence)**

**Mettre en place une politique ambitieuse de promotion et de valorisation du territoire et des savoirs faire à l'étranger**

- Rationaliser, mutualiser et renforcer les moyens humains et financiers dédiés à la promotion de l'attractivité du territoire en matière d'accueil des grands événements
- Favoriser l'entrée des personnalités françaises aux postes clés des comités internationaux, sociétés savantes, fédérations internationales et organismes décisionnaires.
- Favoriser la géo-duplication à l'international des salons phares afin de renforcer l'excellence française et les salons « mères » du territoire francilien

**AXE 4 – RENFORCER ET EQUIPER  
(Accueil)**

**Faire de la construction du Grand Paris un levier pour répondre aux défis d'infrastructures de transport, d'hébergements et d'accueil d'une « ville monde » attractive et compétitive**

- Optimiser, dans la construction du Grand Paris Express, le calendrier de mise en service des dessertes aéroportuaires d'Orly et de Roissy et des centres d'expositions et de congrès, plateformes indispensables à l'attractivité touristique et événementielle de la métropole parisienne.
- Renforcer l'offre d'hébergement en la rendant innovante et adaptée aux besoins de la clientèle notamment internationale et aux exigences des grandes métropoles touristiques.
- Intégrer l'ensemble les questions d'infrastructures d'accueil des grands événements touristiques et événementiels dans l'ensemble des Contrat de développement Territoriaux (CDT) en cours d'élaboration.

**La région Île-de-France, première destination touristique** (d'affaires comme d'agrément) au monde avec plus de 30 millions de touristes par an et des prévisions de 40 millions à l'horizon 2020, **se positionne comme l'une des places leader au plan mondial** en matière d'accueil des grands événements (culturels, sportifs, d'affaires).

Atout majeur pour le développement économique, l'attractivité et le rayonnement international de la région, les grands événements génèrent de fortes fréquentations touristiques (plus de 15 millions de visiteurs), induisent d'importantes retombées économiques (5,5 milliards pour les congrès, foires et salons en 2011), favorisent la création d'emplois, directs et indirects, valorisent les savoirs et savoirs faire, les innovations, et la promotion de filières d'excellence.

Ils ont également un effet d'accélération des investissements en matière d'infrastructures de transports, d'hébergement ou d'équipements et apparaissent comme un vecteur de lien social et de sentiment d'appartenance de la population aux territoires.

**Si la région Île-de-France possède d'indéniables forces et avantages comparatifs** (des infrastructures d'accueil de qualité, un tissu économique et scientifique de haut niveau et d'envergure mondiale, etc.), elle doit faire face depuis quelques années à une compétition de plus en plus vive qui se caractérise par des stratégies de conquête agressives de ses concurrents traditionnels mais aussi de pays et places émergents. La CCI Paris Île-de-France rappelle que la région capitale :

- ✓ Se classe 7<sup>ème</sup> place mondiale sur l'accueil des événements sportifs, très bien positionnée sur les compétitions récurrentes (Roland Garros...) mais en retrait sur l'accueil de grandes compétitions internationales type JO ;
- ✓ Est leader dans l'organisation des grands salons (notamment dans les filières d'excellences que sont l'aéronautique, l'agroalimentaire, mode-Luxe-Design...) mais pourrait se renforcer sur le segment des salons professionnels de certains secteurs industriels (Machine-Outil, Plasturgie...);
- ✓ Est positionné, chaque année, parmi les trois premières destinations de congrès au monde et peut attirer davantage de grands congrès internationaux de plus de 10 000 participants comme elle l'a fait en 2011 avec le congrès européen de la cardiologie ;
- ✓ Est une métropole incontournable dans l'accueil et l'organisation des très grandes expositions culturelles (Dali, Hopper, Matisse...) et est prête à accueillir une prochaine exposition universelle (elle n'a plus organisé d'exposition universelle depuis 1900 et d'exposition internationale depuis 1937).

Pour renforcer son attractivité, Paris Île-de-France doit donc concevoir, à l'instar de ce que font certaines places concurrentes, des politiques d'organisation et des stratégies de captation de grands événements comme des « outils » de croissance économique.

Si le Comité France Evènements créé en 2011, adossé à Atout France, a une vocation à faire du territoire national un pays d'accueil des grands événements, la CCI de région Paris Île-de-France souhaite attirer l'attention des pouvoirs publics et des opérateurs privés sur la contribution spécifique de la métropole francilienne au dispositif national mis en place. En effet, accueillir des événements dans le Grand Paris comporte des particularités propres à une grande métropole mondiale, notamment en termes de transports, d'hébergement liées aux flux massifs de visiteurs concernés, et d'aménagement des territoires.

En conséquence, la CCI Paris Ile-de-France souligne la nécessité pour la place de Paris de se renforcer dans les domaines cruciaux que sont la gouvernance, la culture de la compétition et du pilotage de projet, les transports, l'hébergement et, à davantage prendre en compte les préoccupations des acteurs du tourisme et de l'événementiel dans les politiques publiques. Elle identifie ainsi quatre faiblesses affectant le développement des grands événements en Ile-de-France :

- ✓ Une synergie et une coordination entre les organisateurs d'évènements, les institutionnels, les professionnels du tourisme, et les opérateurs perfectibles.
- ✓ Une culture de la compétition et du pilotage de projet insuffisamment assumée et structurée autour de la mobilisation des acteurs clés aux différentes étapes des projets.

- ✓ Des stratégies de promotion et de lobbying de la destination parfois inadaptées à la compétition internationale.
- ✓ Le manque de prise en compte de l'industrie touristique et événementiel dans les politiques publiques et les stratégies d'aménagement du territoire (transport, hébergement et équipement).

La CCI Paris Ile-de-France estime que le moment est particulièrement propice pour lever ces freins puisque la dynamique de construction du Grand Paris est engagée. La structuration et le développement de pôles économiques scientifiques, culturels, sportifs et touristiques d'excellence et la création du nouveau réseau de transport Grand Paris Express doivent avoir un effet de levier déterminant sur l'accueil des grands événements, notamment les salons et les congrès dont on sait que la réussite passe par la présence de filières économiques solides et sur des conditions d'accueil et de mobilité de grande qualité.

Inversement, le développement de l'activité liée aux grands événements peut et doit être un moteur d'aménagement territorial, de création d'infrastructures, de développement économique, de promotion des filières d'excellence du Grand Paris, et en conséquence de son rayonnement international.

La CCI Paris Île-de-France préconise des pistes de progrès regroupées autour de quatre grands axes. Celles-ci doivent permettre de renforcer la compétitivité et l'attractivité de la région face à une concurrence de plus en plus vive. L'objectif n'est pas d'accueillir et d'organiser par principe le plus de grands événements sur le territoire (il n'y a pas un intérêt systématique sur le plan économique, calendaire à le faire), mais à proposer une stratégie d'ensemble permettant de faire de l'accueil, la captation et le renforcement des grands événements sur le territoire, un véritable levier de croissance économique et de promotion de la destination à l'étranger :

- 1. ANTICIPER ET COLLABORER (Gouvernance) :** Instaurer une gouvernance régionale « d'intelligence événementielle » afin de coordonner en amont les acteurs de la filière dans la captation et le renforcement des événements.
- 2. PILOTER ET MOBILISER (Compétition) :** Impliquer les acteurs clés (entreprises appartenant aux filières économiques culturelles et sportives, décideurs politiques, organismes publics...) à toutes les étapes liées à la candidature, au renforcement ou à l'organisation des grands événements.
- 3. PROMOUVOIR ET VALORISER (Influence) :** Mettre en place une politique ambitieuse de promotion, d'influence et de valorisation à l'étranger du territoire, des savoirs faire.
- 4. RENFORCER ET EQUIPER (Accueil) :** Faire de la construction du Grand Paris un levier pour répondre aux défis d'infrastructures de transport, d'hébergement et d'accueil à la hauteur d'une « ville monde » attractive, innovante et compétitive.

\*\*\*\*\*

Ce rapport s'inscrit dans la continuité des travaux réalisés en 2011 et 2012 sur le tourisme francilien élaboré par la Commission du Développement Economique Régional (CDER) de la CCI de région Paris Île-de-France en réaffirmant certaines préconisations jugées prioritaires pour l'attractivité touristique et la compétitivité économique de la destination Paris Île-de-France. Une vingtaine d'auditions des personnalités qualifiées dans le secteur réalisées par les membres du groupe Tourisme de la CDER, ainsi que des échanges avec les principales organisations et fédérations professionnelles des filières du tourisme et de l'événementiel ont permis de réaliser ce travail et de formuler les préconisations.

## PARTIE 1

### Les grands évènements, levier de croissance, catalyseur de l'activité économique et facteur majeur d'aménagement des territoires pour le Grand Paris

---

Dans le cadre de la politique touristique de la France "Destination France 2020" lancée en juin 2008<sup>1</sup> visant à renforcer l'attractivité de la France et sa compétitivité, M. Philippe AUGIER, Maire de Deauville, a été chargé le 2 octobre 2008 par le Président de la République d'une mission visant à optimiser et à mieux exploiter les grands évènements internationaux.

Sa mission a abouti à la remise d'un rapport intitulé « *Pour une politique gagnante des grands évènements* », et le Comité France Evènements a été créé fin 2011. Cette structure, adossée à Atout France, a pour mission de :

- ⇒ **Créer une politique concertée et reconnue sur le plan national favorisant l'émergence et le renforcement des grands évènements internationaux** représentant un levier de croissance économique et social pour les territoires concernés ;
- ⇒ **De favoriser la mise en place de trois formes d'actions spécifiques pour accroître le nombre d'évènements sur le territoire** : capter ceux qui tournent en Europe et dans le monde pour les faire venir en France, renforcer les évènements existants de dimension nationale, afin de leur donner une envergure internationale, et enfin en créer ex nihilo dans des secteurs peu représentés sur le plan européen ou mondial.

Si le Comité France Evènements créé en 2011, adossé à Atout France, a une vocation à faire du territoire national un pays d'accueil des grands évènements, la CCI de région Paris Île-de-France souhaite attirer l'attention des pouvoirs publics et des opérateurs **privés sur la contribution spécifique de la métropole francilienne au dispositif national mis en place**. En effet, capter, organiser et renforcer des évènements dans le Grand Paris comporte des particularités propres à une grande métropole mondiale, notamment en termes de transports, d'hébergement liées aux flux massifs de visiteurs concernés, et d'aménagement des territoires.

#### 1. Qu'est-ce qu'un grand évènement ?

Un grand évènement est une manifestation<sup>2</sup> qui :

- ✓ **A des répercussions territoriales de tous ordres** : création de valeur, effet d'image, facteur de cohésion sociale, divertissement... ;
- ✓ **A un fort impact international** : venue de touristes étrangers, effet d'image, réplique de l'évènement à l'étranger... bénéfique pour le pays ou le territoire d'accueil ;
- ✓ **Mobilise des flux financiers importants qui dépassent l'évènement lui-même**, le lieu de son déroulement au profit de nombreux secteurs d'activités (infrastructures, transports, hébergement, tourisme, restauration...);
- ✓ **Fait participer et mobilise une grande diversité d'acteurs et de partenaires** ;
- ✓ **Implique une médiatisation très spécifique via les différents médias** : télévision, internet, réseaux sociaux, presse spécialisée et généraliste...

---

<sup>1</sup> A la suite des Assises nationales du tourisme de juin 2008, Hervé NOVELLI, secrétaire d'État en charge du Tourisme, a impulsé une politique volontariste pour le tourisme français. Avec la création d'ATOUT FRANCE, en mai 2009, et compte tenu des effets de la crise économique sur la demande touristique, une réflexion a été engagée afin de définir des choix stratégiques qui permettent à la France de renforcer sa compétitivité. C'est l'objet de la Stratégie Destination France 2010-2020, réalisée par ATOUT FRANCE et présentée par Hervé NOVELLI, secrétaire d'Etat en charge du Tourisme, le 23 juin 2010 à la presse et à l'ensemble des adhérents du GIE. Complétée par un plan marketing à 5 ans, cette stratégie ambitieuse a pour objectif d'accroître la contribution du tourisme à la croissance économique et à la création d'emplois en France. Elle vise à l'augmentation de 3,5 % par an de la valeur dans le secteur pour dépasser l'Espagne qui lui a ravi sa place il y a dix ans, et redevenir la première destination d'Europe en termes de recettes touristiques à l'horizon 2020.

<sup>2</sup> Cf. Rapport de M. Augier, « *Pour une politique gagnante des grands évènements* », 2009.

Les secteurs concernés appartiennent principalement à trois grandes catégories :

- ✓ Les événements sportifs internationaux multidisciplinaires ou mono disciplinaires ;
- ✓ Les événements culturels : festivals, concerts, commémorations, expositions ;
- ✓ Les événements professionnels : foires, salons, congrès et réunions d'entreprises.

Un grand évènement peut donc être défini comme « *une manifestation qui concerne principalement un secteur d'activité, qui a des répercussions économiques et territoriales de tous ordres et possède un impact médiatique international bénéfique au pays ou au territoire d'accueil* ».

Philippe AUGIER, Maire de Deauville, Président de France Evènements.

En termes de volume, nous considérons que sont de grands évènements<sup>3</sup> :

- ✓ Pour les salons<sup>4</sup>: ceux de dimension européenne lorsqu'ils accueillent un minimum de 200 exposants dont 20 % minimum sont étrangers. Ils sont de dimension mondiale à partir de 500 exposants dont 20% d'étrangers ;
- ✓ Pour les congrès : les grands congrès internationaux qui accueillent au moins 2000 congressistes dont 20% d'internationaux ;
- ✓ Pour les expositions : toutes les expositions universelles et internationales ainsi que les manifestations culturelles accueillant 250 000 visiteurs dont 20 % d'étrangers ;
- ✓ Pour les événements sportifs : il s'agit des compétitions accueillant 50 000 personnes en cumulée avec 20% d'étrangers.

En matière de grands évènements, la région Île de France accueille sur une année<sup>5</sup> :

- ✓ **134 grands salons internationaux** (sur les 400 salons qui se tiennent sur son territoire tous les ans) accueillant 6,7 millions de visiteurs ;
- ✓ **39 grands congrès internationaux** (sur les 1000 tenus en Île-de-France en 2012) de plus de 2000 participants pour un total cumulé de 220 000 congressistes ;
- ✓ **15 expositions culturelles** de dimension internationale d'au moins 250 000 visiteurs chacun pour 6,5 millions de visiteurs en cumulé ;
- ✓ **15 grandes manifestations sportives et hippiques** de plus de 50 000 spectateurs pour 1, 8 million de personnes accueillies au total.

Dans la compétition économique de plus en plus vive que se livrent les grandes métropoles, les grands évènements constituent donc :

- ✓ un outil stratégique de promotion créateur de valeurs, d'images<sup>6</sup> et de retombées médiatiques ;
- ✓ un accélérateur des activités touristiques (fréquentation des primo visiteurs et des « repeaters ») et commerciales ;
- ✓ un levier de croissance et un catalyseur de l'activité économique concernée par l'évènement puisqu'il peut être l'opportunité de favoriser l'innovation et de valoriser les savoirs et savoir-faire du secteur ;
- ✓ un facteur important d'aménagement des territoires d'accueil (développement d'infrastructures) ;
- ✓ un vecteur de lien social et de sentiment d'appartenance au territoire porteur de l'évènement sportif, culturel ou économique.

<sup>3</sup> Voir en annexe les tableaux des principaux grands évènements dans chacun des secteurs.

<sup>4</sup> Cf. « Le tourisme à Paris Île-de-France – Etude 2012 », CCI Paris Île-de-France, mars 2013.

<sup>5</sup> Source : CCI Paris Île-de-France. Les années de références sont 2011 (données certifiées salons) et/ou 2012. Voir les tableaux des manifestations en annexes.

<sup>6</sup> Selon Jean-Pierre BLAT, Directeur général du CRT Paris Île-de-France, « Sans grands évènements, Paris serait une nature morte... l'évènementiel est fondamental pour une métropole car il renouvelle l'offre, déclenche la visite et donne une image dynamique de la destination ».

Selon l'enquête réalisée par Médiamétrie pour la CCI Paris Ile-de-France fin 2012, près d'une PME francilienne sur cinq (et une PME sur trois dans le secteur des cafés, hôtels, restaurants) estime que la tenue de grands événements au sein de la région capitale (événements sportifs, salons internationaux, expositions culturelles...) a un impact significatif sur ses ventes et son chiffre d'affaires.

*Source : Enquête réalisée par téléphone fin 2012 par Médiamétrie pour la CCI Paris Ile-de-France auprès d'un échantillon représentatif de 5 300 chefs d'entreprise franciliens.*

Même si les données statistiques sur l'importance économique des grands événements sont assez peu nombreuses, les récents travaux conduits par la CCI Paris Ile-de-France (Etudes retombées économiques des congrès et des salons en 2011 et 2012, Etude sur le tourisme d'affaires à paraître en 2013)<sup>7</sup> montrent qu'accueillir et organiser des grands événements sportifs<sup>8</sup>, culturels<sup>9</sup> et d'affaires<sup>10</sup> revêt une importance majeure pour le développement économique d'une métropole de dimension mondiale comme l'Ile-de-France. Générant de fortes fréquentations touristiques, les grands événements induisent des retombées économiques importantes, favorisent la création d'emplois, directs et indirects, sont l'opportunité de valoriser les savoirs, et savoirs faire, les innovations, et la promotion de filières d'excellence sur lesquels ils s'appuient. Les grands événements (notamment sportifs) ont également un effet d'accélération des investissements en matière d'infrastructures de transports, d'hébergement ou d'équipements comme le montre le rapport de David DOUILLET « L'attractivité de la France pour l'organisation de grands événements sportifs », de juillet 2010.

A titre d'exemple, le Mondial de l'Automobile a accueilli en 2012 environ 1,3 millions de visiteurs, Roland Garros près de 500 000 visiteurs par an, la Ryder Cup 250 000 visiteurs, le congrès ESC 33 000 congressistes sur 4 jours, et les récentes (fin 2012 – début 2013) expositions culturelles Edward Hopper (Grand Palais) et Dali (Centre Pompidou) près de 800 000 visiteurs, etc. Ces événements génèrent des centaines de millions d'euros de retombées économiques directes, indirectes et induites ainsi que des dizaines de milliers d'emplois non délocalisables pour la région capitale.

Parallèlement, on constate que la compétitivité des places est aujourd'hui multi-dimensionnelle. Elle est en effet dépendante :

- ✓ De l'attractivité naturelle du territoire (attrait touristique et patrimonial) ;
- ✓ De l'offre d'équipements, d'infrastructures et de services répondant aux besoins actuels et à venir des organisateurs et décideurs ;
- ✓ De la capacité des acteurs publics et privés à se coordonner et à travailler de concert ;
- ✓ De la capacité à développer une politique de marketing territorial et de lobbying adaptée à l'évènement.

<sup>7</sup> Notamment les études partenariales sur les retombées économiques des salons (2011) et des congrès (2012) en France et en Ile-de-France ainsi que « Le tourisme d'affaires à Paris Ile-de-France – étude 2012 », CCI Paris Ile-de-France, mars 2013.

<sup>8</sup> C'est ce que montre le Rapport remis au Président de la République en juillet 2010 par le député David DOUILLET, « L'attractivité de la France pour l'organisation de grands événements sportifs ». Depuis trente ans, la France fait partie des six grandes nations organisatrices d'événements sportifs internationaux, aux côtés des États-Unis, du Japon, de l'Allemagne, de l'Espagne et de l'Italie. Cependant, elle fait face à une concurrence de plus en plus vive, notamment de la part de nouveaux pays candidats qui ont pris la mesure des enjeux, tant en termes économiques que d'image. C'est dans ce contexte que David DOUILLET, député, a été chargé par le Président de la République, d'une mission sur la tenue de grands événements sportifs en France et les moyens de concevoir une politique active pour en promouvoir régulièrement l'organisation.

<sup>9</sup> Voir revue annuel du CRT Paris Ile-de-France « Repères 2012 », ainsi que la revue annuelle de l'OTCP « Le tourisme à Paris – édition 2012 ».

<sup>10</sup> Voir « Le tourisme d'affaires à Paris Ile-de-France – étude 2012 », CCI Paris Ile-de-France, mars 2013.

## 2. Retombées et impacts de trois grands événements de dimension internationale

### 2.1 L'Exposition Universelle de Shanghai 2010

**Type d'évènement** : L'Expo 2010 est une exposition universelle qui s'est tenue à Shanghai, en Chine, du 1er mai 2010 au 31 octobre 2010. La ville a été choisie le 3 décembre 2002 par le Bureau international des expositions pour l'accueillir.

**Périodicité** : Tous les 5 ans.

**Site d'accueil** : L'exposition s'est déroulée entre les ponts Nanpu et Lupu, le long du fleuve Huangpu, dans le centre de Shanghai. Elle couvrait un espace de 5,28 km<sup>2</sup>.

**Fréquentation** : Présence de 189 pays au final, 73 millions de visiteurs dont 7 millions d'étrangers, ce qui en fait l'exposition universelle la plus fréquentée de l'Histoire.

**Dépenses** : 43,5 milliards d'euros pour l'Exposition

**Rentrées touristiques** : évaluées à 8,7 milliards d'euros selon l'agence Chine Nouvelle.

**Impact en termes d'image et d'aménagement** :

- ✓ Ouverture de la Chine au monde via les différents supports médiatiques
- ✓ Importante rénovation du boulevard mythique du Bund,
- ✓ Construction de centaines de kilomètres de lignes de métro,
- ✓ Construction de lignes ferroviaires à grande vitesse,
- ✓ Construction d'un terminal aéroportuaire.

### 2.2 Les JO de Londres 2012

**Type d'évènement** : Les Jeux olympiques d'été sont une compétition multisports mondiale supervisés par le Comité international olympique

**Périodicité** : tous les 4 ans

**Site d'accueil** : le grand Londres

**Fréquentation** : 2 millions de visiteurs (hors habitant du Grand Londres)

**Dépenses** : 11,8 milliards d'euros (4.3 milliards estimé lors de la candidature).

**Objectif du gouvernement** : 16,6 milliards d'euros de retombées économiques des JO sur quatre ans

**Retombées prévues** :

- ✓ Contrats potentiels à l'étranger dont pourraient bénéficier les entreprises britanniques grâce aux JO devraient s'élever à 4 milliards de livres notamment ceux liés aux Jeux d'hiver de Sotchi en 2014 ou d'été de Rio en 2016
- ✓ Le Comité d'organisation des J.O. de Londres (Locog) a conclu des accords avec une quarantaine de sociétés, dont Adidas, EDF ou British Airways, pour 894 millions d'euros.
- ✓ Investissements étrangers directs au Royaume-Uni sont estimés à 6 milliards de livres
- ✓ 2 à 3 milliards de livres provenant de l'afflux attendu de 4 millions de touristes, lié à "l'effet JO", d'ici à 2015
- ✓ Retombées en termes d'attractivités de la City dans le secteur des congrès (notamment internationaux), Londres s'étant hissé de la 19<sup>ème</sup> place du classement ICCA (Association internationale des congrès et conventions) en 2008 à la 6<sup>ème</sup> place<sup>11</sup>.

**Impacts en termes d'image et d'aménagement** :

- ✓ Effet vitrine liée à la diffusion médiatique : apprécier le savoir-faire industriel et financier britannique
- ✓ Efficacité des transports et de la sécurité qui donne une image positive + mise en exergue des atouts traditionnels : présence de la City, première place financière mondiale, fuseaux horaires avantageux, relations privilégiées avec le Proche-Orient et les pays émergents et un marché du travail dérégulé...
- ✓ Réhabilitation de Stratford (quartier de l'est londonien pauvre, isolé et pollué) où a été installé le village olympique. Le village a été reconverti en logements. Le quartier a été relié au reste de la capitale et abrite le plus grand centre commercial d'Europe Westfield Stratford.

<sup>11</sup> Article « Londres, une forme Olympique », L'Echo Touristique, hors-série, juin 2013, dans lequel il est affirmé que « Les JO de 2012 n'en finissent pas de doper l'attractivité de Londres ».

## 2.3 Le Salon Maison & Objets (Parc d'exposition de Paris Nord Villepinte)

**Type d'évènement** : Salon professionnel international de l'ameublement et de la décoration

**Périodicité** : deux fois par an (septembre et janvier)

**Infrastructure d'accueil** : Parc des expositions de Paris-Nord Villepinte<sup>12</sup> (chiffres certifiés 2011 - CCI Paris Île-de-France)

- ✓ Premier parc d'expositions en France et 6ème parc européen avec 242 000 m<sup>2</sup> de surface d'exposition (plus 110 000 m<sup>2</sup> de surface extérieures)

**Chiffres clés de M&O (Source : CCI Paris IdF 2012) :**

- ✓ 411 234 m<sup>2</sup> de surface brute (205 617 m<sup>2</sup> pour chaque session).
- ✓ 4 740 entreprises exposantes dont 77% d'entreprises exposantes étrangères
- ✓ 160 790 visiteurs / acheteurs dont 44% de visiteurs étrangers.

**Retombées économiques pour le territoire :**

- ✓ 381 millions d'euros (70% de ces dépenses ont été le fait des visiteurs et exposants étrangers) de retombées économiques directes et touristiques
- ✓ Création 5 500 emplois équivalent temps plein

**Impacts en termes d'aménagement (passés et à venir) :**

- ✓ Le renforcement du salon M&O depuis de nombreuses années a accéléré l'extension du Parc avec notamment la création et la mise en service du Hall 8 HQE de 36 000 m<sup>2</sup> en septembre 2010, M&O ayant été les dernières années à l'étroit.
- ✓ Le renforcement de ce salon comme des grands salons professionnels organisés sur le site de VIPARIS<sup>13</sup> offre un potentiel d'extension unique : projet de 350 000 m<sup>2</sup> de surface d'exposition à termes, ce qui en ferait le 2<sup>ème</sup> plus gros parc derrière Messe Hannover (495 265 m<sup>2</sup>) et devant Fiera Milano - Rho Pero (345 000 m<sup>2</sup>).
- ✓ L'activité du Parc a contribué au développement d'une des offres hôtelières les plus complètes de la région avec près de 12 000 chambres à moins de 10 minutes du parc.
- ✓ La CCI de région Paris Île-de-France réaffirme (comme l'ensemble des professionnels de cette filière d'excellence) la nécessité de positionner la future gare du Grand Paris Express du PIEX à l'emplacement de l'actuelle gare du RER B afin de créer un nouveau pôle multimodal adapté aux besoins de la zone d'activités Paris Nord 2 et du parc des expositions. Le Grand Paris Express (avec la future ligne rouge) apparaît donc aujourd'hui comme la seule réponse appropriée pour le Nord de Paris et le développement du site des expositions et grands événements de Paris Nord Villepinte.
- ✓ En plus des organisateurs à l'œuvre tout au long de la chaîne de valeur d'une manifestation, l'activité congrès et salons du parc des expositions de Paris Nord Villepinte fait appel à une large gamme de métiers présents dans des sociétés spécialisées de services aux expositions, ou dans des entreprises qui interviennent ponctuellement sur ce type d'évènements.
- ✓ Le projet actuel de création d'une Cité des Expositions, consiste à créer, dans le prolongement du Parc des Exposition de Paris Nord Villepinte et de son extension, une zone d'activité dédiée aux métiers de la filière salons, congrès et événementiels. Il a pour vocation de réunir différents métiers de la filière congrès et salons au sein d'un cluster de bâtiments d'activités : bureaux, centre d'affaires, espaces collectifs, activités industrielles et logistiques, activités artisanales permettant ainsi une véritable synergie entre les acteurs et de proposer une offre de services intégrés au sein d'une même infrastructure.

<sup>12</sup> Paris Nord Villepinte en chiffre : 1,5 à 1,7 million de visites par an, 23 000 entreprises Exposantes dont 9 500 étrangères, opportunité pour 12 à 13 000 PME de s'ouvrir à l'export tous les ans, 1,4 milliard d'euros de retombées économiques directes et indirectes générées chaque année, 21 300 emplois équivalents temps plein en 2011.

<sup>13</sup> VIPARIS est un des leader mondial en matière de gestion de sites avec dix parcs d'expositions et de congrès Carrousel du Louvre, CNIT Paris La Défense, Espace Champerret, Espace Grande Arche, Le Palais des Congrès de Paris, Le Palais des Congrès d'Issy, Palais des Congrès de Versailles, Paris Le Bourget, Paris Nord Villepinte, Paris Porte de Versailles. Viparis, est le fruit du rapprochement en 2008 des activités Congrès - Expositions de la CCI Paris Île-de-France et d'Unibail-Rodamco (qui en détiennent chacune 50 %). Viparis, c'est plus de 620 000 m<sup>2</sup> de surface d'exposition accueillant 330 salons, 150 congrès, 620 événements d'entreprise et 11 millions de visiteurs.

### 3. Analyse de quatre évènements franciliens emblématiques, représentatifs des enjeux pour le territoire du Grand Paris

Comme mentionné, les grands évènements sont de natures différentes. Il peut s'agir de grandes manifestations sportives (compétitions mono ou multisports mondiales ou européennes), culturelles (expositions universelles, grandes expositions d'art...) ou d'affaires (salons professionnels ou grand public de dimension internationale, grands congrès européen ou mondial). Aussi, les problématiques, tout comme les objectifs sont pour un territoire, différents selon la nature de la manifestation que l'on organise ou souhaite organiser.

Les quatre exemples de grands évènements brièvement exposés ci-dessous<sup>14</sup> sont emblématiques de grandes manifestations s'étant déroulés ou pouvant potentiellement se dérouler en Île-de-France. Ils relèvent effectivement de secteurs différents (professionnel, sportif, culturel), ont lieu dans des espaces géographiques et à des échelles différents (grande couronne, en périphérie urbaine, à Paris intra-muros), n'en sont pas au même état de réalisation (manifestations à capter, ayant eu lieu, à organiser) et varient en termes de périodicité (manifestation installée, récurrente, tournante...)

Ces focus s'appuient sur les analyses détaillées de ces évènements et sur les auditions<sup>15</sup> des porteurs de projets et/ou responsable de ces manifestations. Ils permettent de comprendre les stratégies mises en place par les responsables publics et/ ou privés qui ont réussi à attirer, créer ou développer des grands évènements emblématiques dans la région capitale. Ils montrent le levier de croissance que ces grands évènements représentent pour le développement de la région capitale et les retombées économiques et médiatiques qu'ils génèrent. Ils illustrent enfin le rôle des grands évènements comme outil de promotion des filières d'excellence du Grand Paris.

#### 3.1 La Ryder Cup 2018

La Ryder Cup 2018 : Evénement sportif mondial dans le domaine du golf qui se déroulera dans les Yvelines, à Saint Quentin en Yvelines, ville proche de Versailles.

La Ryder Cup 2018 est un événement pour lequel la candidature de Saint Quentin en Yvelines a été retenue suite à un appel d'offres.

**Problématiques pour ce type d'événement :** Quelles stratégies et politiques mettre en œuvre pour capter des grands évènements sportifs ? Comment positionner la France et la région capitale sur un nouveau segment très médiatisé et populaire dans le reste du monde (notamment asiatique et anglo-saxon) ?

**Enjeux économiques et médiatiques :**

La dernière édition qui s'est tenue en 2010 au Pays de Galles a rassemblé près de 244 000 spectateurs et généré près de 82,4 millions de livres (94,4 millions d'euros) de retombées économiques, dont 65 millions d'euros de retombées directes. De plus faisant partie des 10 évènements les plus médiatisés à travers le monde (en 2010 le tournoi fut retransmis dans 195 pays et suivi par plus de 600 millions de foyers, soit plus de 1,5 milliards de personnes en cumulées). Il est prévu que la Ryder cup 2018 soit regardé par 2 milliards de personnes en faisant le 4<sup>ème</sup> évènements le plus regardé au monde, avec ce que cela implique en termes d'exploitation et bénéfices médiatique dans les différents supports de communication pour la région d'accueil, Paris Île-de-France.

Le principal défi<sup>16</sup> est l'accueil des 40 à 70 000 spectateurs par jour.

L'objectif est que 70 % des spectateurs utilisent les transports en commun pour se rendre sur le Golf. Le Président de la Communauté d'agglomération, Robert Cadalbert s'est engagé sur ce dossier dès 2011 en proposant que soit mis en place des offres de bus et de RER adaptées et en comptant créer une nouvelle gare à proximité du golf à

<sup>14</sup> Voir l'analyse détaillée de ces quatre grands évènements en annexe.

<sup>15</sup> Auditions réalisées par les membres du Groupe Tourisme de la Commission du Développement Economique de la Région (CDER) de la CCI Paris Île-de-France.

<sup>16</sup> Interview de M. Olivier ROCHE, Directeur du Golf national de Saint Quentin en Yvelines et membre de la Commission Ryder Cup porteuse de la candidature, [www.media-paris-saclay.fr](http://www.media-paris-saclay.fr), 17 juillet 2011.

horizon 2016. Le Golf National doit être à moins de 30 minutes de Paris via les transports en commun. En matière d'hébergement, un partenariat avec le groupe ACCOR doit permettre la réhabilitation de l'hôtel Novotel (travaux dès 2014) pour faire du Golf National un véritable « Resort » à l'américaine.

### 3.2 L'Exposition Universelle 2025

Paris, comme ses concurrentes est en phase de candidature pour accueillir l'exposition universelle de 2025. Une mission d'information parlementaire sur l'intérêt de cette candidature débutera dès septembre prochain, ouvrant une phase de mobilisation et de structuration du projet jusqu'en 2015. Après obtention de l'aval du Gouvernement, le dépôt de candidature doit intervenir en 2016 auprès du Bureau International des Expositions (BIE). Débutera alors une vaste tournée internationale de promotion, jusqu'en 2018, date à laquelle le BIE désignera le pays d'accueil de l'Expo 2025

**Problématique pour ce type d'événement** : Quelles sont les capacités de la région d'anticiper longtemps à l'avance (13 ans) les politiques à mettre en œuvre pour être en mesure de candidater à l'organisation de l'un des plus grands événements mondial : l'exposition universelle de 2025 ?

#### **Enjeux économiques et médiatiques** :

La dernière édition organisée à Shanghai en 2010 a attiré près de 73 millions de visiteurs, et engendré 8,7 milliards d'euros de rentrées touristiques pour la région.

Cet enjeu pour le tourisme est renforcé par une médiatisation quasi unique de l'évènement, permettant de valoriser l'image du pays et de la destination d'accueil à l'international... et ce pendant plusieurs mois.

Selon l'observatoire des investissements internationaux dans les principales métropoles<sup>17</sup>, l'évènement redonnera un « coup de fouet » à l'économie francilienne et redonnera de l'ambition à la France en redynamisant les investissements. Il aurait par ailleurs un rôle de catalyseur pour le développement du Grand Paris sur lequel il mise.

Cette exposition universelle « aurait des effets importants sur le développement économique de la France et permettrait d'accélérer l'attractivité de nos entreprises et de démultiplier le commerce intérieur ainsi que le commerce extérieur »<sup>18</sup>

L'exposition universelle Paris 2025 s'organiserait sur l'ensemble du Grand Paris autour de son futur réseau de métro.

Le concept se veut donc particulièrement original : miser sur la construction du Grand Paris, projet de développement et d'aménagement unique en Europe. Il s'agirait d'avoir un rôle de catalyseur sur ce projet tout en revisitant l'existant (valorisation, exploitation, amélioration), notamment en utilisant au maximum l'offre patrimoniale et culturelle unique de Paris Île-de-France. Contrairement à la tradition des Expos voulant que chaque pays bâtit son pavillon, Expofrance 2025, l'association créée fin 2012 pour promouvoir une candidature tricolore, a imaginé un événement s'appuyant sur les monuments et lieux existants.

### 3.3 Le Salon international de l'Aéronautique et de l'Espace (SIAE) 2013

Manifestation professionnelle et grand public au Parc d'expositions du Bourget. Ce salon est l'un des fleurons de la Place de Paris, qu'elle organise de façon récurrente tous les deux ans.

**Problématiques pour ce type d'événement** : Comment renforcer les salons franciliens phares dans un contexte de concurrence accrue ? Comment maintenir l'attractivité de la région capitale dans le secteur des grands salons internationaux... secteur indispensable au rayonnement de Paris Île-de-France, à la venue d'investisseurs et

<sup>17</sup> Cf. Etude 2012 de Paris Île-de-France Capitale économique et KPMG.

<sup>18</sup> Anne-France BRAQUEHAIS, Cner – Fédération des agences de développement et des comités d'expansion économique, « Une exposition universelle en France en 2025 ? », 14 mars 2012.

d'exposants étrangers, au renforcement de l'industrie française et au développement des exportations ... ?

#### Enjeux économiques et médiatiques :

Lors de sa précédente édition en juin 2011, le Salon du Bourget a attiré près de 355 500 visiteurs internationaux (204 000 visiteurs grand public et 151500 visiteurs professionnels), 2113 exposants venus de 45 pays et 290 Délégations Officielles venues de 82 pays.

On estime les retombées économiques<sup>19</sup> (hors contrats signés, c'est-à-dire uniquement les dépenses des visiteurs et exposants sur le territoire) à 328 millions d'euros dont 242 millions générés par les étrangers.

#### Le SIAE a ainsi généré pour l'Île-de-France :

- ✓ 62 millions d'euros pour les transports d'accès à Paris
- ✓ 47 millions d'euros pour l'hôtellerie
- ✓ 32 millions d'euros pour la restauration
- ✓ 38 millions d'euros pour le shopping & sorties
- ✓ 11 millions d'euros pour les transports locaux

138 millions d'euros sont des dépenses liées à l'organisation (dépenses directes). Le SIAE a ainsi généré en 2011, 5 335 ETP.

Estimation du nombre de nuitées consommées en hébergement marchand : 293 990 nuitées dont 259 674 nuitées consommées par les visiteurs et exposants étrangers (ce qui représentent environ sur les 6 jours du salons environ 1/3 des hébergements marchands franciliens occupés pendant le SIAE) Il faut ajouter à cela les conclusions de contrats qui sont colossales (plus de 100 milliards d'euros)<sup>20</sup> et les très importantes retombées médiatiques qui font de Paris pendant une semaine le centre mondial de l'industrie aéronautique et aérospatiale, plus de 3 200 journalistes de 145 pays couvrant l'évènement.

Les liaisons en transports en commun entre le parc d'exposition de l'aéroport du Bourget, Roissy CDG et Paris doivent être améliorées. En effet elles sont uniquement assurées par le RER B, mode de transport vieillissant disposant d'une mauvaise image à l'international. Bien que la liaison Le Bourget/Paris soit relativement rapide (15 minutes), la liaison Roissy CDG/Le Bourget prend, elle environ 30 minutes, ce qui semble long pour une si courte distance et peut-être un frein pour la clientèle d'affaire.

Le projet transport du Grand Paris devrait palier à ce problème avec la création de la ligne express « rouge » permettant de relier rapidement l'Aéroport CDG à l'aéroport du Bourget et à Paris. Le prolongement de ligne 7 du métro desservant également Le Bourget, devrait permettre de désengorger le RER B et d'assurer de meilleures conditions de voyage.

### **3.4 Le Congrès Européen de la Cardiologie 2011**

Le Congrès européen de la cardiologie s'est déroulé en août 2011 à Paris Nord Villepinte. C'est un événement « tournant » qui peut de nouveau se tenir en Ile-de-France, Paris espérant de nouveau l'organiser dans les années à venir en se maintenant dans la liste des villes pré sélectionnées (Stockholm, Munich, Barcelone...)

Problématiques : Quelles sont les conditions pour intégrer durablement la liste de places tournantes ? Quels sont les avantages comparatifs de l'Ile-de-France pour s'y maintenir dans un contexte de forte concurrence ? Quelle organisation et gouvernance pour capter de grands congrès internationaux ?

#### Enjeux économiques et médiatiques :

La dernière édition a eu lieu en 2012 à Munich, mais celle qui s'est tenue à Paris Nord Villepinte en Août 2011 a

<sup>19</sup> Source : CCI Paris Île-de-France sur la base des résultats et des matrices de calculs issus de l'étude partenariale qu'elle a coordonnée et réalisée (en partenariat avec Viparis, DGCIS, CEP, Atout France, FSCEF, France Congrès) sur les retombées économiques des salons en France et en Île-de-France en 2011.

<sup>20</sup> Selon M. Gilles FOURNIER, Directeur général délégué du SIAE, des contrats pour la vente de 1200 avions civils et militaires auraient été signés en 2011 pour un Chiffre d'affaires avoisinant les 120 milliards d'euros... il s'agit là typiquement du « salon caisse de raisonnement ».

enregistré un nombre record de 34 597 participants dont 32 950 provenant de 146 pays (dont un tiers situés en dehors de l'Europe) ce qui en fait le plus grand congrès international jamais réalisé dans la capitale.

#### L'ESC 2011 a représenté pour Paris Île-de-France<sup>21</sup> :

- ✓ 104 millions d'euros de retombées économiques directes et touristiques générées sur quelques jours pour la région dont 87 par les étrangers).
- ✓ 27 millions d'euros de retombées économiques pour les transports (accès et déplacement en Île-de-France), 32 millions pour le secteur de l'hôtellerie, 15 millions pour le secteur de la restauration, 14 millions consommés en shopping et sorties.
- ✓ 1 860 emplois équivalents temps plein
- ✓ 20 à 25 % de congressistes attirés en plus à Paris (attractivité touristique de Paris) que dans les autres places (Stockholm, Barcelone...)
- ✓ Plus de 160 hôtels mobilisés et 15 000 chambres utilisées.
- ✓ 165 870 nuitées dont 163 480 consommées par les étrangers (63% dans des 4 et 5 étoiles et 27 % dans les 3 étoiles)

L'ESC a eu lieu à Paris Nord Villepinte, un des seuls sites en capacité d'accueillir des grands congrès internationaux de cette envergure (30 000 participants). La tenue d'évènement de cette envergure en Ile-de-France justifie la nécessité de disposer d'infrastructures d'accueil adaptées et a amené au réaménagement de la porte de Versailles, actuellement en cours. Ainsi l'actuel projet de centre d'affaires, de congrès avec hôtel intégré (à l'américaine) Porte de Versailles contribue à repositionner Paris Île-de-France dans la compétition liée à l'accueil des très grands congrès internationaux.

## **4. La région capitale : un potentiel exceptionnel pour l'accueil des grands événements**

Résolument internationale, créatrice de richesse et génératrice d'innovations<sup>22</sup>, la région Île-de-France possède tous les atouts humains, géographiques, technologiques et culturels pour assurer la réussite et l'accueil des grands événements sportifs, culturels et d'affaires. La région Île-de-France est même la seule destination française en capacité d'accueillir de grands événements de dimension mondiale.

Plus globalement, la France est considérée depuis de nombreuses années comme la première destination touristique au monde, et l'Île-de-France se positionne comme la région mondiale la plus attractive en matière d'accueil de touristes<sup>23</sup>, qu'ils soient d'agrément ou d'affaires. La région reçoit en effet chaque année plus de 30 millions de visiteurs (40 millions à horizon 2020-2025) et se place 1<sup>ère</sup> destination d'accueil en nombre de salons, de visiteurs et d'exposants en Europe (3<sup>ème</sup> sur le plan mondial). Elle se situe par ailleurs dans les 3 premières destinations (selon les années) en nombre de congrès internationaux accueillis.

Le tourisme représente un atout majeur pour le développement économique et le rayonnement international de la région capitale. Pôle d'attraction exceptionnel par la qualité et la variété de ses richesses culturelles, patrimoniales et naturelles, par le dynamisme de sa filière congrès et salons, l'Île-de-France bénéficie avec le tourisme d'un véritable levier de développement économique, de création d'emplois et d'aménagement du territoire.

### **4.1 Une position de hub international unique**

L'Île-de-France est la deuxième plateforme aéroportuaire d'Europe avec trois aéroports dont Paris-Charles-de-Gaulle (5<sup>e</sup> aéroport du monde et 2<sup>e</sup> européen), Paris-Orly (2<sup>e</sup> plateforme aéroportuaire de France et 10<sup>e</sup> aéroport européen) et Paris-Le Bourget (1<sup>er</sup> aéroport européen d'aviation d'affaires).

<sup>21</sup> Source : CCI Paris Île-de-France sur la base de l'étude 2012 sur l'estimation des retombées économiques des congrès (associée aux mêmes partenaires ainsi qu'à l'OTCP et MPI).

<sup>22</sup> Selon la récente étude réalisée par OpinionWay et KPMG dévoilés le 23 mai 2013 lors de la conférence sur l'attractivité de Paris Île-de-France Capitale économique, structure de la CCI Paris Île-de-France, Paris progresse, passant de la 6<sup>ème</sup> à la 4<sup>ème</sup> place au classement global des métropoles internationales les plus appréciées des investisseurs. Paris se place devant Berlin et derrière New-York, Shanghai et Londres, devenant ainsi leader en Europe continentale. Paris Île-de-France progresse donc dans les anticipations des investisseurs car elle était 6<sup>ème</sup> en 2012.

<sup>23</sup> Voir « Le tourisme, une filière stratégique pour l'économie francilienne », Rapport de M. Philippe DEMONCHY, CCIP, novembre 2010.

Carrefour ferroviaire, Paris se trouve, grâce au TGV, en liaison directe et rapide avec plusieurs grandes villes européennes. Au départ de toute l'Europe, quelques 425 TGV rejoignent Paris chaque jour. Paris est ainsi à 2h15 de Londres (Eurostar), 1h20 de Bruxelles, 3h15 d'Amsterdam et de Cologne et 3h50 de Francfort (Thalys), à 2h05 de Luxembourg, 2h20 de Strasbourg et 3h20 de Genève. A l'horizon 2012, Paris sera à 5h30 de Barcelone.

Élément primordial de l'attractivité métropolitaine, la question du transport tient une place centrale dans la relation entre tourisme, projet urbain et développement économique.

Si la tendance actuelle pousse le touriste à utiliser l'offre de transport public ou privé existante sur la destination au détriment des transports dédiés (autocars, voitures particulières), elle implique que les flux touristiques soient intégrés dans les schémas de transport métropolitains et que les besoins touristiques soient pris en compte dans les réflexions relatives à l'accueil, la prise en charge, l'acheminement et l'accessibilité des personnes<sup>24</sup>.

Aujourd'hui, l'Île-de-France bénéficie d'importantes infrastructures de transports (210 km de métro, 1 400 km de RER et voies ferrées, 3 000 km de voies d'autobus, 2 100 km de routes nationales et d'autoroutes, 16 400 taxis (20 000 prévus pour 2012).

Paris, à elle seule, compte 7 gares, 16 lignes de métro, 5 lignes RER, 3 lignes de tramway et 352 lignes de bus.

Le maillage de transports publics, notamment du réseau bus / métro est très dense à Paris *intra-muros*. En revanche, ce maillage est beaucoup moins performant à la périphérie. Les deux projets de transport en rocade (métro automatique du Grand Paris Express) devraient contribuer à compléter cette offre de transport en offrant des facilités de liaisons efficaces entre les grands pôles touristiques et d'affaires franciliens.

#### **4.2 Une offre d'hébergement riche et variée**

En 2011, l'hébergement touristique francilien comprend 2 344 hôtels pour 150 939 chambres avec un taux d'occupation moyen avoisinant les 75%, 120 résidences hôtelières, 100 camping, 60 hébergements collectifs, 4000 locations et chambres d'hôtes. 24,9 % de l'offre hôtelière française est ainsi localisée en Île-de-France.

Paris *intra-muros* dispose d'une offre de 1 564 hôtels pour 81 431 chambres, soit environ 60 % des établissements et 52 % de la capacité hôtelière francilienne.

En Île de France, 32,7 % des chambres sont classées 3 étoiles ou 4 étoiles et plus (29 %). La mise en place du nouveau classement hôtelier de 1 à 5 étoiles a permis une montée en gamme du parc hôtelier (+ 36 % de chambres classées 4 étoiles entre 2010 et 2011).

L'hôtellerie francilienne présente des taux d'occupation qui sont, avec ceux de Barcelone et de Londres, les plus élevés d'Europe. Ces taux sont indéniablement un signe d'attractivité de l'offre. En revanche, cela signifie qu'en période de forte affluence, d'événements de dimension internationale et/ou d'augmentation générale de la demande, la destination risque de connaître une saturation qui porterait préjudice à l'ensemble de la filière.

A noter en revanche un manque de gros porteurs, notamment à proximité des grands sites touristiques et d'affaires ainsi qu'un parc saturé à Paris *Intra-muros*.

---

<sup>24</sup> Voir « Sept conditions pour améliorer l'accueil et la mobilité des touristes en Île-de-France », Rapport de M. Philippe DEMONCHY, CCIP, décembre 2011

### 4.3 Des infrastructures d'accueil (sportives, culturelles et d'affaires) de premier plan

#### *Des infrastructures sportives importantes mais à restaurer*

La région capitale connaît depuis quelques années une dynamique autour de projets à vocation internationale qui permettra de rattraper le retard accumulé.

Ainsi, comme le mentionne le rapport de juillet 2011 des ministères de la ville et du sport « *Equipements sportifs structurants du Grand Paris : état des lieux et propositions de développement* », à horizon 2015, la rénovation et la construction de nombreux équipements structurants devraient aboutir à une offre compétitive pour l'organisation de la plupart des grands événements internationaux, à l'exception notable des grandes compétitions de natation et de tir (voire pour le hockey sur gazon) :

- ✓ Le Golf National est l'unique équipement qui répond d'ores et déjà aux plus hauts standards internationaux - il accueillera la Ryder Cup en 2018 ;
- ✓ De nouvelles constructions sont lancées : le Vélodrome de St Quentin, la Patinoire de Cergy (Centre National du Hockey sur Glace), l'Arena 92, le Stade Jean Bouin, et à un niveau moindre car encore en phase d'études, le Centre National du Handball à Colombes ;

De nombreux projets de rénovation d'envergure sont prévus et conduiront à présenter dans les années qui viennent des équipements compétitifs dans leur catégorie : le Palais Omnisport de Paris Bercy (POPB), la Base Nautique de Vaires-sur-Marne, le Stade Roland Garros, le Parc des Princes et le Stade de France (projets de rénovation prévus pour l'Euro 2016).

Des projets sont à l'étude pour le tir (à Versailles) et la natation (Centre Nautique d'Aubervilliers).

Par ailleurs, Atout France, préconise <sup>25</sup> que les grands équipements sportifs en projets de constructions fassent désormais l'objet d'une mise en tourisme et être conçus dès l'origine dans une perspective « Évènementiel -loisirs - divertissement » plus globale, afin de permettre l'accueil de grands événements internationaux.

#### *Des infrastructures permettant une offre culturelle riche et attractive mais souffrant d'une image « vieillissante »<sup>26</sup>*

La destination s'appuie d'abord sur un patrimoine riche de notoriété mondiale, avec des sites et des équipements identifiés comme moteur dans le choix de la destination et qui fondent l'attractivité naturelle de la région capitale aux yeux de la clientèle. Notons ainsi qu'il existe un grand nombre de sites « moteurs » en Île-de-France<sup>27</sup>: Disneyland Paris (15,3 millions de visiteurs), Notre-Dame de Paris (13 millions de visiteurs), le Sacré-Cœur de Montmartre (10,5 millions), le Musée du Louvre (8,7 millions), la Tour Eiffel (6,9 millions), le Domaine de Versailles (5,6 millions)...

La fréquentation des sites culturels parisiens a ainsi atteint 46,5 millions de visiteurs en 2011 (hors estimations des sites religieux).

Un des enjeux pour les acteurs du tourisme de l'évènementiel et de la culture est d'entretenir et renouveler les modes de découverte de cette offre.

L'attractivité touristique de l'Île-de-France s'appuie aussi sur une offre culturelle et de loisirs très riche : 130 musées et monuments, 70 parcs et bases de loisirs, 200 salles de spectacles, 30 cabarets et 300 installations sportives, l'ensemble représentant 93 millions d'entrées annuelles. On peut y ajouter un grand nombre de théâtres, salles de cinéma, grands stades et équipements sportifs, parcs naturels...

<sup>25</sup> Voir « La valorisation touristique des grands équipements sportifs », Atout France, mai 2013.

<sup>26</sup> Paris est considéré comme l'une des plus grandes villes d'art et de culture avec ses grands musées et son « art de vivre à la française » mais il ne faudrait pas pour autant que Paris ait une image vieillissante notamment aux yeux des jeunes qui pourraient juger d'autres villes (comme Londres, Barcelone et Berlin) plus adaptée à leurs aspirations, notamment en termes de tourisme « nocturne », musical...

<sup>27</sup> Source CRT-BVA 2008.

Depuis de nombreuses années, la place de Paris s'est engagée avec succès dans une recherche d'innovation permanente afin de valoriser l'offre touristique de la destination. Notons ainsi la création d'événements propres ou la déclinaison d'événements « nationaux » : fête de la musique, nuits événementielles, festivals de musique, journées du Patrimoine...

Il est essentiel de continuer à innover en développant et en diversifiant cette offre (tourisme durable, tourisme industriel, tourisme et luxe) et en permettant à la région de coordonner dans le temps (offre calendaire concertée) la tenue de grands événements culturels pour avoir tout au long de l'année une offre optimisée de grandes expositions culturelles (Monet, Picasso, Hopper...) <sup>28</sup>, Paris étant une des rares villes monde (Londres, New-York...) à pouvoir régulièrement attirer et accueillir des grandes expositions culturelles de dimension mondiale.

### ***Première surface mondiale dédiée aux congrès, salons, expositions***

Paris Île-de-France est la première place mondiale en surface d'expositions avec plus de 680 000 m<sup>2</sup> d'espaces couverts et dispose d'une large palette d'équipements d'accueil de manifestations professionnelles :

- ✓ des centres majeurs capables d'accueillir de grands événements nationaux et internationaux avec trois principaux Parcs (Paris-Nord Villepinte - 242 000 m<sup>2</sup>, Paris Porte de Versailles - 228 000 m<sup>2</sup> et Paris Le Bourget - 78 000 m<sup>2</sup>), le Palais des congrès de Paris (19 000 m<sup>2</sup> d'expo, 5 600 sièges en amphi dont 3 700 dans le grand amphithéâtre) et le CNIT Paris La Défense (18 000 m<sup>2</sup>, 2 250 sièges en amphi).
- ✓ des centres de taille intermédiaire : Espace Champerret, Le Carrousel du Louvre, le Parc Floral de Paris, la Grande Halle de la Villette, la Cité des sciences et de l'industrie de la Villette, le Palais des congrès de Versailles, l'Espace Jean Monnet, les salons de grands hôtels, Disneyland Paris, etc.
- ✓ des centres de congrès-conventions-expositions de taille inférieure : sites d'Eurosites, Cap 15, le PACI, hôtels, etc.

### ***4.4 Un tissu économique et scientifique de haut niveau et d'envergure mondiale***

Avec 480 milliards d'euros, soit 29 % de la richesse nationale, l'Île-de-France, devant la Lombardie et la région du Grand Londres, se situe en tête du classement européen pour son niveau de produit intérieur brut (PIB).

De même, elle occupe la première place pour l'accueil de nouvelles implantations internationales (200 nouvelles entreprises étrangères chaque année à l'origine de 10 000 emplois directs et 14 000 emplois indirects sur trois ans). Fortune 500 <sup>29</sup> la situe en outre au 1<sup>er</sup> rang européen et au deuxième rang mondial pour le nombre d'entreprises classées selon l'importance de leur chiffre d'affaires (devant Londres et New York, immédiatement derrière Tokyo). La région Paris Île-de-France est également reconnue pour son expertise financière (2<sup>ème</sup> place financière européenne après Londres) <sup>30</sup>.

Véritable pôle européen de formation pour plus de 600 000 étudiants, la région Paris Île-de-France compte 17 universités, et plus de 350 établissements d'enseignement supérieur. Avec 136 000 chercheurs et techniciens et 14,5 milliards d'euros consacrés chaque année à la recherche et au développement (3,1 % du PIB francilien), la région Paris Île-de-France affiche la 1<sup>ère</sup> concentration européenne de R & D. En outre, grâce à un tissu d'infrastructures exceptionnel, elle s'impose en tant que 1<sup>re</sup> plate-forme hospitalière d'Europe et comme 1<sup>er</sup> centre européen d'essais cliniques. Consciente des enjeux, la Ville de Paris investit un milliard d'euros, de 2008 à 2014, dans l'innovation, l'université et la recherche.

L'Île-de-France présente donc une multi-spécialisation unique en Europe, organisée autour de nombreuses filières de haute technologie, dites filières d'excellence. Dans un contexte très concurrentiel, ces filières peuvent renforcer le

<sup>28</sup> Voir en annexe la liste des 15 plus grandes manifestations culturelles accueillies à Paris en 2012-2013.

<sup>29</sup> Fortune Global 500 est une liste de 500 entreprises mondiales classées selon l'importance de leur chiffre d'affaires. Elle est publiée chaque année par le magazine Fortune, qui publie aussi un classement américain : Fortune 500.

<sup>30</sup> Sources : « Les filières d'excellence de Paris Île-de-France », ARD. Voir Annexe.

la captation et le renforcement de grands événements (les salons notamment) et constituent une réelle dynamique à exploiter<sup>31</sup>.

#### **4.5 Le Nouveau Grand Paris : une ambition économique porteuse pour le tourisme et l'activité événementielle**

Le Grand Paris, projet structurant majeur de développement économique et territorial de la Région capitale, est un projet d'intérêt national, essentiel pour l'attractivité et la compétitivité internationale de la France.

La CCI de région Paris Île-de-France considère :

- ✓ **Que le projet du Grand Paris peut être un véritable accélérateur de croissance** à la fois au plan métropolitain et national car il propose une stratégie d'ensemble destinée à répondre aux enjeux d'une ville monde du XXI<sup>ème</sup> siècle, qu'ils soient relatifs à la mobilité, au logement, au développement économique et à l'innovation, en intégrant des projets de territoire, d'aménagement et de transport qui reconfigureront les espaces urbains de la métropole.
- ✓ **Qu'il y a urgence à réaliser les objectifs ambitieux du Grand Paris afin de préparer la sortie de crise** : atteindre à terme un rythme de croissance de 4% et créer de 800 000 à 1 million d'emplois d'ici à 2030, accueillir 1,5 million de franciliens supplémentaires d'ici à 20 ans et construire 70 000 logements par an.
- ✓ **Que le projet Grand Paris en promouvant une ambition économique pour la région accompagnera les évolutions nécessaires du secteur du tourisme** : implantations hôtelières, nouvelles offres d'équipements touristiques, culturels et de loisirs, extensions des surfaces des sites d'expositions et de congrès..., qui se caractérisent par un développement au-delà des limites de Paris intra-muros.

Le projet du Grand Paris repose sur un réseau de transport ambitieux et innovant, le Grand Paris Express, qui vise à résoudre les problèmes de déplacements en Île-de-France en offrant des solutions de déplacements de qualité, rapides, fiables et sécurisées. Cet objectif est essentiel quand on sait que pour certains observateurs, la candidature de Paris n'a pas été retenue pour les JO-2012 en raison notamment des difficultés de déplacements dans la métropole.

Le projet du Grand Paris doit permettre de desservir les principales et futures gares ainsi que les aéroports et de relier entre eux et avec le cœur de la métropole, les territoires économiques stratégiques à fort potentiel de développement parmi lesquels des sites d'accueil de grands événements (comme le stade de France pour les événements sportifs ou Paris Nord Villepinte pour les salons), ou des sites plus éloignés offrant un attrait patrimonial et touristique historique (Château de Versailles).

Il doit favoriser l'émergence et le développement de nouveaux pôles économiques scientifiques, culturels, sportifs et touristique. La vision nouvelle que promeut le projet du Grand Paris en changeant d'échelle pour relier des territoires franciliens stratégiques doit être bénéfique au développement des grands événements et aux indispensables évolutions du tourisme (nouvelles implantations hôtelières, nouvelles offres d'équipements touristiques, culturels et de loisirs au-delà du périmètre de Paris intra-muros, extensions des surfaces des sites d'expositions et de congrès et meilleures accessibilités de ces sites) pour peu que ces questions soient intégrés en amont.

C'est aujourd'hui que les projets du Grand Paris se dessinent, notamment à travers l'élaboration des contrats de développement territorial (CDT)<sup>32</sup>. Ceux-ci sont plus que des nouveaux outils d'urbanisme et d'aménagement et ils contribuent au dialogue entre les acteurs des territoires et constituent l'opportunité de prendre en compte les préoccupations des acteurs du tourisme et de l'événementiel notamment en termes de développement économique, de transports, d'hébergement et d'équipement.

<sup>31</sup> Voir tableau des filières d'excellence et pôle de compétitivité en annexe.

<sup>32</sup> Voir fiche sur les CDT en annexe.

## 5. Paris Ile-de-France, une position de leader confrontée à une concurrence de plus en plus vive

### 5.1 Une des places incontournables pour les grandes compétitions sportives

Sport Business publie régulièrement un classement des métropoles les plus attractives pour l'organisation des grands événements sportifs. Il offre un éclairage global sur la situation relative des villes, en combinant onze critères<sup>33</sup>.

Paris Ile-de-France se classe 7<sup>e</sup> en matière d'accueil d'événements sportifs, en étant très bien placée en ce qui concerne les compétitions récurrentes mais plutôt en retrait pour l'accueil de grandes compétitions internationales et les clubs résidents.

Les points forts de la capitale française (3<sup>e</sup> pour les 2 critères) sont la qualité de la vie et l'intérêt de la population pour le sport. En revanche, elle obtient de moins bons résultats (au-delà de la quinzième place) pour l'implication des autorités publiques, le renouvellement des équipements, et pour le marketing.

Le rapport de juillet 2011 du ministère de la ville et du Ministère des Sport<sup>34</sup> insiste sur l'importance de ces critères dans la compétition internationale:

*« Conscients de la fonction de rayonnement du sport, de nombreux pays ont une politique de plus en plus active dans l'accueil des grands événements : c'est l'explosion de la notion de « marketing géopolitique ». C'est par exemple le cas du Qatar (Cf. Les attributions récentes de la Coupe du monde de Handball 2015 ou de la Coupe du Monde de Football FIFA 2022), de la Russie (JO d'hiver de Sochi 2014, Coupe du Monde de Football FIFA 2018) ou du Danemark (sur des événements de moindre exposition médiatique mais plus adaptés aux ressources du pays). Ainsi, la concurrence est-elle accrue entre métropoles/pays, avec des candidatures toujours plus nombreuses et attrayantes ».*

Paris Ile-de-France, classée régulièrement dans le trio de tête jusqu'en 2006 était concurrencée jusqu'en 2008 par les mêmes villes, à savoir Melbourne, Berlin, Sydney, Londres et Vancouver ; Singapour, Dubaï devenant également des concurrents majeurs.

*Or, la France et la région capitale ont un réel savoir-faire dans l'accueil des grandes compétitions sportives. Il est fondamental que l'image de la France et de Paris-Ile-de-France ne soient pas altérées par les échecs des candidatures successives de la France à l'organisation des Jeux Olympiques d'été (1992, 2008 et 2012), du championnat du monde de basketball de 2010 ou encore de l'Euro de handball 2012. Rappelons qu'en moins de vingt ans, ont été organisés sur le territoire, la coupe du monde de football (1998), les championnats du monde de handball (2001) et d'athlétisme (2003), la coupe du monde de rugby (2007). S'y ajoutent de grandes manifestations récurrentes dont la renommée et l'impact médiatique dépassent largement les frontières hexagonales : le tournoi de tennis de Roland-Garros (un des 4 tournois du Grand Chelem), le Master de Tennis de Paris Bercy (l'un des neuf ATP master 1000 au monde), l'arrivée du Tour de France cycliste (plus grande compétition cycliste au Monde), le meeting d'athlétisme de Saint-Denis, le tournoi de judo de Paris-Bercy...*

Dans le contexte du Grand Paris, la région Ile-de-France dispose des atouts pour conserver son leadership particulièrement fort dans les années 90 et au début des années 2000, à la fois sur les événements récurrents et sur les événements exceptionnels.

Paris Ile-de-France n'a pas accueilli les Jeux-Olympiques d'été depuis 1924, le dernier échec remontant à 2005 lorsque Londres fut choisi au détriment de Paris. La question se pose aujourd'hui de se porter candidat en 2024, suite au choix fait par les membres du CIO le 7 septembre 2013 de désigner Tokyo ville hôte des Jeux olympiques d'été de 2020. En préférant la ville nipponne, à Istanbul et à Madrid, le CIO **relance l'intérêt pour Paris de se porter candidat**

<sup>33</sup> Intérêt de la population pour le sport, expérience d'accueil des événements, expérience d'accueil des fédérations internationales, équipements, transport, hébergement, soutien du gouvernement/des autorités publiques, héritage, qualité de la vie, marketing et sécurité.

<sup>34</sup>Rapport réalisé en juillet 2011 pour les ministères de la Ville et du Sport par les cabinets Kénéo, ISC et Algoé Consultants : « Equipements sportifs structurants du Grand Paris : état des lieux et propositions de développement ».

en 2024 en raison de l'alternance entre continents. La compétition restera cependant très ouverte avec l'Amérique du Nord et l'Afrique et/ou Moyen-Orient.

Denis MASSEGLIA, Président du Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF), se prononçait<sup>35</sup> récemment sur la délicate question d'une candidature française pour les JO 2024. Celui qui a récemment été réélu à la tête du mouvement olympique français, estime que ce *"serait un formidable atout pour le pays et le sport français si on accueillait les Jeux en 2024"* ... avant de préciser qu'il ne faut pas *« candidater pour candidater »* et s'organiser en conséquence (cf. Partie 2) pour éviter tout nouvel échec tout en prenant certaines garanties en terme de bénéfices pour le territoire avant de s'engager.

D'autres signes sont très encourageants : La France accueillera l'Euro de football en 2016, le mondial de Handball en 2017 et Saint Quentin en Yvelines a été désignée pour accueillir la Ryder Cup en 2018 (Cf. Point 3.1 et annexe 1), plus grande compétition de Golf au monde, l'un des dix événements les plus médiatisés au monde. Enfin, les investissements récents des Qataris dans le Club de football du Paris Saint Germain repositionnent la ville sur le segment des club résidents de stature internationale.

## 5.2 Une position en tête des classements internationaux pour l'accueil des grands salons internationaux

Première offre de surface en Europe avec plus de 680 000 m<sup>2</sup> de surface d'expositions couverte, la place de Paris Île-de-France accueille chaque année plus de 400 salons dont 130 de dimension internationale et se place en tête des classements mondiaux pour l'accueil des grands salons internationaux : 1<sup>ère</sup> en Europe tout critère confondu et dans les 3 premiers au niveau mondial à égalité avec Canton et Las Vegas<sup>36</sup>. Néanmoins la région capitale est fortement concurrencée depuis quelques années sur le segment des grands salons professionnels.

Ainsi, des salons industriels ont disparu en même temps que la France et l'Île-de-France se désindustrialisaient : Europlast en 2005 (salon de la plasturgie, 33 000 m<sup>2</sup> et 400 exposants), SCS Paris en 2008 (le salon des technologies électriques, 30 000 m<sup>2</sup> et 300 exposants) ou encore le salon France Industrie de la sous-traitance industrielle en 2008 (30 000 m<sup>2</sup> et près de 500 exposants). Le contexte économique mondial s'est traduit ses dernières années par un recul de fréquentation par les visiteurs étrangers de près de 7% en 2012 par rapport à 2010 et de 20% par rapport à 2008.

Comme la CCI Paris Île-de-France l'a montré dans ses récentes études, les salons suivent très généralement les mutations de la structure sectorielle de l'économie nationale et régionale<sup>37</sup>. Ce secteur est des plus importants pour la région puisqu'en 2012, les salons et les congrès ont généré plus de 5 milliards d'euros de retombées économiques en Île-de-France. Le seul secteur des salons a engendré environ 4,4 milliards d'euros, ce qui correspond à 68 000 emplois équivalents temps plein.

La place de Paris doit faire face à une concurrence féroce de la part de ses concurrents européens notamment allemands, italiens et espagnols dont les autorités publiques soutiennent financièrement (parfois à perte) les parcs d'expositions, permettant ainsi à ces sites de proposer aux exposants des tarifs très compétitifs. Les collectivités publiques (ville, région, état) de ces pays misent avant tout sur des retombées économiques indirectes (transport, hôtellerie, restauration) des visiteurs qui irriguent l'ensemble du territoire.

La politique « agressive » de ces concurrents semble être un des facteurs explicatifs du départ des grands salons industriels européens tournant comme EMO (salon de la machine-outil) ou ITMA (salon de la machine textile) vers d'autres places. Le premier se déroulait à Paris tous les huit ans (en alternance avec Hanovre et Milan) et le second tous les 12 ans.

Paris Île-de-France possède cependant des atouts dans la compétition internationale : elle accueille sur son sol des salons internationaux, leaders dans leur secteur d'activité où le savoir-faire français est reconnu dans le monde entier. Le salon Maison & Objet (Design), Première Vision ou Première Classe (mode), le Salon International de l'Alimentation (le Salon International de l'Aéronautique et de l'Espace et le salon CPHI (pharmacie) sont des salons qui reçoivent de manière très majoritaire des exposants et visiteurs issus du monde entier. Ils participent au

<sup>35</sup> Le Monde, 12 juin 2013.

<sup>36</sup> Cf l'étude de la CCI de Paris Île-de-France de 2010 « Analyse historique & économique des salons franciliens », chapitre I - La place de Paris en Europe & dans le Monde

<sup>37</sup> Voir l'étude de la CCI Paris Île-de-France de 2012 « Analyse historique et économique des salons franciliens », téléchargeable sur <http://www.etudes.cci-paris-idf.fr/publication/133-salons-franciliens-1990-2010>

rayonnement international de la place et commencent par ailleurs à dupliquer leur concept dans les pays émergents à forte croissance (SIAL à Sao Paulo, Maison & Objet à Singapour) afin de tisser une toile mondiale, confortant ainsi leur leadership mondial. En effet, implantés à l'étranger, ces salons satellites parviendront à terme, à capter une clientèle étrangère qui les amènera, in fine, dans la région capitale.

### ***5.3 Une capitale des congrès qui peut s'imposer sur le segment spécifique des grands congrès internationaux***

Chaque année, la place de Paris Île-de-France accueille près de 1000 congrès dont près de la moitié sont internationaux (+ de 20 % de congressistes étrangers) et se place dans le trio de tête des classements mondiaux pour l'accueil des congrès internationaux<sup>38</sup>.

En 2012, la région capitale a ainsi accueilli plus de 625 000 congressistes, dont près de 230 000 étrangers sur les quelques 1013 congrès tenus son territoire. Ces derniers ont ainsi généré plus d'un milliard d'euros de retombées économiques directes et indirectes et près de 18 000 ETP<sup>39</sup>.

En plus de dynamiser l'économie du territoire en attirant de nombreux congressistes étrangers, touristes d'affaires à haute contribution, le secteur des congrès participe activement au rayonnement à l'international de la ville d'accueil en étant un lieu d'échange et de savoir, de formation et de partage d'information, notamment dans les domaines scientifique, médical et technologique.

Si en 2012, Paris a organisé 17 grands congrès de plus de 5 000 participants et 39 de plus de 2000 participants, elle peine à s'imposer sur le segment des très grands congrès de plus de 10 000 congressistes.

Paris Île-de-France ne devrait pas accueillir de manifestation de plus de 10 000 congressistes d'ici 2016 (cf. tableau en annexe 3). Pourtant, en août 2011, Paris a accueilli le Congrès Européen de la Cardiologie (ESC) sur le site de Paris Nord Villepinte, plus gros congrès jamais accueilli au sein de la capitale avec près de 33 000 congressistes dont 90 % d'étrangers. L'expérience de Paris et le succès qu'a connu la manifestation devrait convaincre les PCO et sociétés savantes de la capacité de Paris Île-de-France à organiser des manifestations de très grande envergure.

Les enjeux économiques de ce type d'évènement sont considérables : d'après les estimations de la CCI Paris Ile-de-France, les douze prochains congrès de plus de 10 000 participants représenteraient 732 millions d'euros de retombées économiques et 13 710 emplois ETP<sup>40</sup>.

L'exemple de la candidature pour l'organisation du congrès mondial du mobile (Mobile World Congress) sur la période 2013 à 2017 est également révélateur de la compétition que se livrent les places pour accueillir les très grands congrès. La ville de Barcelone a ainsi été choisie au détriment de Paris en juillet 2011 par l'organisateur GSMA (Association d'opérateurs de télécommunications),.

Sur les 30 villes présélectionnées, Paris avait pourtant été retenue en décembre 2010 dans la « short list », en concurrence avec les villes de Barcelone, Milan et Munich.

Il semblerait que la Global System for Mobile Association ait finalement choisi la capitale catalane au détriment de Paris en raison du soutien, notamment, financier de la ville de Barcelone, mais également à une stratégie de lobbying efficace, à la qualité des infrastructures espagnoles, et aux questions liées aux transports et à l'accueil.

Outre permettre à la France de récupérer l'organisation de ce congrès phare, qui s'était tenu pendant des années à Cannes avant de migrer à Barcelone et permettre à Paris de devenir pendant 4 jours le point de rencontre des opérateurs et spécialistes d'un des secteurs les plus porteurs d'avenir, d'innovation et de croissance, la tenue de cet évènement à Paris Île-de-France aurait représenté:

---

<sup>38</sup> Classements UAI et ICCA.

<sup>39</sup> Source : CCI Paris Île-de-France sur la base des résultats et des matrices de calculs issus de l'étude partenariale qu'elle a coordonnée et réalisée (en partenariat avec Viparis, DGCIS, CEP, Atout France, FSCEF, France Congrès) sur les retombées économiques des congrès en France et en Île-de-France en 2012.

<sup>40</sup> Source : CCI Paris Île-de-France. Voir tableau en annexe.

- ✓ 72 000 congressistes dont 64 800 congressistes étrangers ce qui représente 9% des congressistes franciliens.
- ✓ 207 millions d'euros de retombées économiques (19% des retombées économiques franciliennes du secteur), dont 65 millions pour l'hôtellerie, 31 millions pour la restauration, 27 pour les commerces...
- ✓ Plus de 3 700 emplois ETP.

C'est une des raisons pour lesquelles la CCI Paris Ile-de-France, via sa filiale VIPARIS conjointement détenue avec Unibail – Rodemco, continue d'investir dans l'accueil des Grands Evénements, notamment à Paris Nord Villepinte, Porte Maillot et désormais Porte de Versailles dans le cadre de la rénovation prochaine du site.

#### ***5.4 La métropole phare des grands évènements culturels, prête pour accueillir une prochaine exposition universelle***

Entre fin 2011 et mi-2013, quinze très grandes expositions culturelles ayant accueillies plus de 270 000 visiteurs se sont déroulées à Paris. Certaines d'entre elles allant jusqu'à accueillir près de 800 000 visiteurs dont de nombreux étrangers<sup>41</sup>, pour un total de 6,5 millions de visiteurs sur un an. Paris se positionne ainsi comme une des très grandes métropoles culturelles au monde.

En revanche, La dernière édition parisienne d'une véritable exposition universelle remonte à 1900 et la France n'a pas organisé d'exposition universelle ou internationale depuis 1937 alors que ces grands événements ont toujours été de puissants vecteurs de dynamisation et d'innovation et à l'origine de l'expansion et du rayonnement international de la France dans la seconde moitié du XIXème siècle, ainsi que du succès de nombreuses entreprises (Vuitton, Michelin, Peugeot, Renault, etc...).

En effet,, comme le rappelle Florence PINOT de VILLECHENON<sup>42</sup>, « *Les expositions universelles sont, en premier lieu, de véritables olympiades du progrès tant elles favorisent -et récompensent- l'innovation. Du téléphone à la télévision, de l'électricité au nylon, du trottoir roulant aux technologies numériques, il n'est pas une exposition qui n'ait lancé une nouveauté ou affiché une prouesse technique* ». Notons ainsi que l'Exposition Universelle de 1900 avait duré 212 jours, réuni 51 millions de visiteurs (pour une population de 41 millions d'habitants), de la Concorde au Champ-de-Mars, donné naissance à la première ligne du métro parisien, à trois gares, ainsi qu'au Petit et au Grand Palais, contemplés par la jeune tour Eiffel (construite pour l'Exposition de 1889).

Alors que le Grand Paris, projet de transport et d'urbanisme tout aussi ambitieux, se profile à l'horizon 2030, un groupe de personnalités et de chefs d'entreprises se sont réunis autour de Jean Christophe FROMENTIN, député-maire de Neuilly-sur-Seine, et de l'association Expo France 2025, pour renouer avec cet événement hors normes, vitrine technologique, industrielle, culturelle et d'innovation d'exception.

Comme le rappelle Jean-Christophe FROMENTIN, « *Notre candidature à l'Exposition Universelle de 2025 prouverait que la France est loin d'être disqualifiée dans la mondialisation* »<sup>43</sup>.

L'objectif n'est nullement d'organiser à tout prix une exposition universelle, mais d'être capable de fédérer l'ensemble des parties prenantes et de s'organiser autour d'une vision commune, d'un projet ambitieux et novateur. Le projet EXPOFRANCE 2025 tient sa pertinence de la capacité de ses instigateurs de se projeter suffisamment à l'avance en l'articulant avec le développement du Grand Paris<sup>44</sup>.

<sup>41</sup> Voir annexe 4. L'exposition Dali au Centre Pompidou a ainsi accueilli 790 000 visiteurs et celle sur Edward Hopper au Grand Palais près de 785 000.

<sup>42</sup> Florence PINOT de VILLECHENON, professeure associée à ESCP Europe. Docteur en Histoire des Civilisations occidentales. Auteur de « *Les expositions universelles, collection* », Que sais-je ?, PUF ; « *Fêtes géantes, les expositions universelles pour quoi faire ?* », édition Autrement.

<sup>43</sup> *Entreprendre*, 01/06/2013, pages 61.

<sup>44</sup> Ce serait l'occasion de faire oublier l'échec de 2004 lorsque qu'en 2002, le Premier Ministre de l'époque Jean-Pierre RAFFARIN avait été amené à annuler la tenue de l'Exposition Universelle à Saint Denis en raison d'un coût d'organisation mal évaluée ainsi qu'une mauvaise coordination entre les collectivités territoriales et l'Etat.

## PARTIE 2

### Préconisations et axes de progrès pour faire du Grand Paris un territoire d'accueil de grands événements internationaux

---

Si Paris Île-de-France possède d'indéniables forces et avantages comparatifs en matière de capacité à accueillir, organiser, capter et renforcer des grands événements, la région capitale souffre de certaines fragilités d'ordre structurelles ou conjoncturelles et/ou d'approche et d'attitude.

Notons principalement :

- ⇒ Des problèmes de gouvernance déjà relevés dans les rapports de la CCIP sur le tourisme en 2011 et 2012 et qui restent d'actualité : synergie insuffisante entre les organisateurs d'événements, les institutionnels, les organisations professionnelles, opérateurs de tout ordre... Cela se traduit par une difficulté des organismes en charge du développement économique et touristique à se structurer collectivement autour d'une stratégie commune et donc à favoriser les talents et les initiatives des porteurs de projets.
- ⇒ Une culture de la compétition et du pilotage de projet de candidature insuffisamment assumée et structurée autour de la mobilisation des acteurs clés aux différentes étapes des projets. A cela s'ajoute une sorte de complexe français vis-à-vis de ce qui relève de la compétition internationale<sup>45</sup>, une « posture » souvent inadaptée.
- ⇒ Des stratégies de promotion et de lobbying inadaptée et souvent insuffisante, voire inefficaces. Le lobbying à l'anglo-saxonne, accompagné d'une politique forte de l'« entrance » et de mutualisation des moyens de promotion, est devenu la règle internationale et reste trop éloignée de la culture française ;
- ⇒ Le manque récurrent de prise en compte du fait touristique et événementiel dans les politiques publiques (d'aménagement du territoire, de transport, d'hébergement...) faisant que la région francilienne, bien que première destination touristique au monde est de moins en moins capable d'accueillir ses visiteurs et grands événements faute d'infrastructures d'accueil, d'hébergements et de transports adaptées aux critères de la compétition internationale de plus en plus vive.

La CCI Paris Île-de-France préconise ainsi les pistes de progrès suivantes regroupées autour de quatre grands axes. Celles-ci doivent nous permettre de renforcer notre compétitivité et notre attractivité face à une concurrence de plus en plus vive, de nos concurrents traditionnels, mais également des places émergentes (BRIC...)

---

<sup>45</sup> Selon Jean-Christophe FROMENTIN, Député- Maire de Neuilly-sur-Seine et porteur du projet « Paris Expo 2025 », « Notre plus grande faiblesse est psychologique. Je suis étonné par le pessimisme des gens par rapport à ces compétitions... Des candidatures ont été gâchées faute d'une bonne articulation entre les intervenants... Nous avons des atouts pour organiser, mais nous devons être bons dans le *soft power* ». M. Renaud HAMAIDE, Directeur général de Viparis et Comexposium, deux leader mondiaux dans la gestion des sites d'accueil et l'organisation d'événements, ne dit pas autre chose lorsqu'il affirme que dans la compétition internationale de captation des grands événements, « l'attitude est fondamentale, il est indispensable de développer en France l'esprit de conquête et de compétition ».

## AXE 1 – ANTICIPER ET COLLABORER (Gouvernance)

*Développer une gouvernance régionale « d'intelligence événementielle » en l'adossant à une structure déjà existante*

### Constat :

*La France en général, et la région Ile-de-France en particulier, n'ont pas encore suffisamment développé de démarche structurée « d'intelligence événementielle globale » qui permette de fédérer efficacement en amont l'ensemble des acteurs (politiques, institutionnels, opérateurs...) pour identifier et planifier de façon cohérente sur son territoire l'accueil des grands événements. Cela peut parfois porter préjudice tant à l'exploitation calendaire du potentiel d'accueil du territoire qu'à l'esprit de conquête et à l'accompagnement des porteurs de projets.*

*Un manque de synergie entre acteurs institutionnels et professionnels des secteurs concernés (sportif, culturel, économique, touristique) est souvent préjudiciable à la compétitivité de la région capitale.*

Une démarche active et volontaire d'intelligence événementielle globale doit ainsi être affichée comme une véritable priorité politique nationale et régionale afin de fournir aux porteurs de projets un environnement favorable et un accompagnement de qualité. Cela passe par une véritable coordination, concertation et synergie entre l'Etat, les institutionnels, les opérateurs privés et publics, les professionnels du tourisme (d'affaires et d'agrément) et les organismes et fédérations professionnels des secteurs de l'événementiel, du tourisme et de la culture qui pourrait être coordonnée par un délégué à l'intelligence événementielle (sur le modèle du délégué interministériel à l'intelligence économique) rattaché à un organisme régional en matière d'attractivité touristique et événementielle. La CCI Paris Île-de-France préconise que cette démarche ait pour objectif de :

- **Définir des secteurs stratégiques prioritaires et à fort potentiel de développement** (les grands congrès internationaux médicaux, les filières d'excellence françaises pour les salons (Luxe, Mode, Design, agro)<sup>46</sup> + filières d'avenir (numérique, pharmacie ...) , sportif (golf sous développé en France mais en plein boom mondial, foot (1<sup>er</sup> sport mondial ... rénover les stades pour redynamiser le modèle éco), culturel (Grandes expositions d'arts comme celles de Dali, Hooper, Monnet ainsi que les expositions universelle) sur lesquels miser en proposant la mise en place d'un dispositif de veille événementielle.
- **Etablir une planification pluriannuelle des grands événements.** Il s'agit ainsi d'identifier et de recenser des grands événements par filière (affaires, culturels, sportifs) sur lesquels miser à échéances diverses (5 -10 -15 ans) en se fixant des objectifs précis sur les événements que l'on souhaite capter<sup>47</sup>, organiser ou renforcer.

<sup>46</sup> Afin que le média salon soit un vecteur de développement des filières d'excellences françaises (Luxe-Mode-Textile, Alimentation, Industrie de la Défense et aéronautique, santé-Beauté), il est impératif que les principaux pôles de compétitivité aient leur salon en France. Par exemple, La Cosmetic Valley ou pôle cosmétique sciences de la beauté et du bien-être est un(e) technopole, le plus important pôle de compétitivité national spécialisé dans la production de biens de consommation de la filière des parfums et des cosmétiques en France (basé en Eure et Loire et Loiret). Or, la Cosmetic Valley, n'a pas de salon dédié en France. Les entreprises de cette filière doivent donc aller à l'étranger (de manière dispersée) si elles veulent se donner une visibilité internationale. C'est également le cas pour le pôle de compétitivité Cancer-Bio-Santé à Toulouse.

<sup>47</sup> L'exemple de l'ESC est à ce titre éloquent : c'est en anticipant ce genre de question et en étudiant la saisonnalité touristique qu'a été décidé de proposer la période de fin août pour accueillir le congrès européen de cardiologie et garantir suffisamment de chambres aux organisateurs (l'offre hôtelière étant saturée avant et dès septembre avec les grands salons). Cela a contribué à être retenu.

➤ Réaliser des études d'opportunités <sup>48</sup>de lancement de candidature basé sur :

- Le séquençage des candidatures : y a-t-il par exemple opportunité de candidater à l'Euro de football si la France a été retenue pour le Mondial qui se tiendra deux ans avant ? Inutile également de candidater sur une grande compétition ou congrès international tournants si une ville européenne voisine a été retenue pour la session précédente.
- L'évaluation des coûts, potentielles retombées économiques et médiatiques des grands évènements identifiés pour le territoire et son tissu économique<sup>49</sup> ;
- la capacité d'accueil du territoire (cohérence calendaire au vue de l'offre d'hébergement disponible, des contraintes de transport et d'équipement, d'adhésion des politiques et de la population...);
- les compétences et moyens nécessaires à mettre en place pour être en mesure d'être compétitif.

---

<sup>48</sup> Cette phase est fondamentale selon Philippe AUGIER, « aucun projet de cette envergure ne doit faire l'économie d'une très sérieuse étude de faisabilité, d'opportunité ... tous les évènement n'étant pas forcément intéressant pour le territoire ».

<sup>49</sup> Le meilleur exemple est la candidature de la Seine-Saint-Denis qui avait été retenue pour organiser l'exposition universelle de 2004 et qui a été annulée par le Premier Ministre de l'époque (en 2002) Jean-Pierre RAFFARIN en raison d'un coût d'organisation mal évaluée et trop couteux ainsi qu'une mauvaise coordination entre les collectivités territoriales et l'Etat. Ce dernier a même dû payer une amende de plusieurs millions d'euros pour dédommager le BIE.

## AXE 2 – MOBILISER ET PILOTER (Compétition)

*Impliquer les acteurs clés (filiales économiques culturelles et sportives, politiques, institutionnels...) à toutes les étapes liées à la candidature, au renforcement ou à l'organisation des grands événements.*

### Constat :

*Disposer d'un excellent dossier technique et de compétences humaines de qualité ne suffit pas à garantir le succès d'une candidature (cf. l'exemple malheureux de la candidature de Paris au JO de 2012) ou l'organisation d'une manifestation internationale. Il n'en demeure pas moins qu'il s'agit des conditions nécessaires pour assoir toute stratégie d'influence et de promotion à l'international.*

*Si la France et la région capitale disposent d'atouts indéniables (évoquées en partie 1), il existe trop souvent un mauvais phasage entre les différentes étapes de la candidature et/ou l'organisation de la manifestation (préparation de la candidature, candidature et organisation ou renforcement de la manifestation elle-même)<sup>50</sup>.*

*L'investissement des acteurs clés du monde économique et des décideurs politiques est insuffisamment dans les différentes phases des projets de candidatures ou lors de la tenue des événements sur le territoire francilien.*

- Intégrer les filières (économiques, sportives, culturelles) dans le financement et la phase de pré-candidature et/ou dans le renforcement de l'évènement<sup>51</sup>.

Il est en effet essentiel de s'assurer avant même de monter un dossier de pré-candidature d'avoir l'appui des professionnels de la filière (qu'elle soit économique, culturelle ou sportive) et du monde économique et de l'innovation du secteur<sup>52</sup>. Il s'agit en particulier :

- ✓ des pôles de compétitivité dont le rôle est de soutenir l'innovation dans les entreprises de la filière<sup>53</sup>
- ✓ des professionnels de la filière, notamment au travers les organisations et les fédérations professionnelles du secteur qui représentent les entreprises de la filière<sup>54</sup>, des personnes reconnues dans le secteur au niveau national et international qui seront en mesure, par leur connaissance des rouages des instances internationales (fédérations, associations, sociétés savantes...) de faire de l'entrance au niveau des décideurs.
- ✓ le soutien des différentes instances politiques et institutionnelles du territoire en s'assurant une bonne représentation géographique, administrative (communes, département, région, nation) et

<sup>50</sup> Comme le déclare Denis MASSEGLIA le 23 mai 2013, à l'occasion de sa réélection à la Présidence du CNOSF, « Avant de penser à la candidature olympique de 2024 (pour Paris), il faut poser les fondations(...) Mais il n'y a pas de malédictions ». Une bonne partie de la réussite d'un tel projet relève ensuite de la méthode et du travail dans le respect des différentes phases.

<sup>51</sup> Le SIAE est ainsi un succès depuis 1909, en grande partie grâce à l'extrême vitalité de la fédération professionnelle du secteur, le GIFAS. Par ailleurs, ce salon bénéficie de l'appui du pôle de compétitivité Astech. Rappelons que l'aéronautique, qui représente 12% des exportations françaises, est le 1er excédent commercial de la France avec un record de plus de 20 milliards en 2012. Sabine ENJALBERT, Directrice Générale de l'ARD Paris Île-de-France insiste en effet sur la nécessité de renforcer en priorité les salons représentant des filières structurées et à fort potentiel de développement.

<sup>52</sup> Jean-Christophe FROMANTIN, Député-Maire de Neuilly-sur-Seine et initiateur du projet FRANCEEXPO 2025, et Ghislain GOMART, DG de FRANCEEXPO 2025, travaillent ainsi dès à présent à la mise en place de trois pôles de partenaires – grandes écoles, collectivités territoriales, grandes entreprises – qui participeront à l'élaboration du projet.

<sup>53</sup> Exemple du pôle de compétitivité Astech qui accompagne et renforce la présence des entreprises innovantes de la région Île-de-France sur le salon du Bourget, le SIAE.

<sup>54</sup> Par exemple Union française des métiers de l'évènements (UNIMEV) ou France Congrès lorsqu'il s'agit de défendre le dossier de candidature pour capter un grand congrès international ou de défendre la création ou le renforcement d'un salon international qu'il soit professionnel ou grand public.

politique<sup>55</sup> afin de garantir notamment de bonnes conditions d'accueil et de sécurité des visiteurs lors de la tenue des manifestations.

- ✓ Bien vérifier que la filière française sur laquelle se positionne la manifestation possède une aura internationale : sans filière forte, pas de renforcement de la manifestation.

➤ **Créer un comité de soutien autour d'un groupe de personnalités qualifiées et emblématiques pour porter la candidature**<sup>56</sup>

Cela passe par la création d'un comité de soutien de l'événement (notamment dans le domaine des grands événements sportifs) autour d'une ou plusieurs personnes emblématiques et idéalement de notoriété internationale qui sera (ont) en mesure de porter le projet dans le temps et de diffuser une image positive auprès des décideurs<sup>57</sup>.

Ce dispositif doit avoir comme objectif :

- ✓ D'élaborer des modèles économiques innovants permettant au maximum d'être autonome financièrement sur le volet candidature<sup>58</sup>, notamment via des financements privés.
- ✓ D'identifier au plus tôt, parmi le comité de sélection, les personnes clés qui seront décisionnaires dans le choix du candidat.
- ✓ D'étudier méticuleusement les dossiers des autres pays candidats en essayant de trouver leurs principaux points faibles et le faire savoir (presse internationale par exemple).
- ✓ D'approcher les experts ayant travaillé au succès des sessions précédentes, méthode très efficace permettant de hiérarchiser les priorités<sup>59</sup>.
- ✓ De monter un projet techniquement irréprochable.

➤ **Mobiliser et engager les plus hautes instances politiques pour légitimer, médiatiser et renforcer l'évènement**<sup>60</sup>

Si le financement ne peut plus uniquement venir du public, il est impératif que les plus hautes instances politiques ainsi que les collectivités territoriales et politiques de tout niveau, s'investissent, notamment en se mobilisant, dans le domaine des grands événements. Cela vaut pour ce qui a trait à la captation, au renforcement ou à l'organisation des grands événements sur le territoire.

- ✓ Il faut que les personnalités politiques de premier plan, à l'instar de ce qui se déroule en Allemagne inaugure systématiquement les grands salons internationaux professionnels. Seuls les salons Grand Public (forte audience auprès des Français) sont visités par les plus hautes autorités de l'Etat en général (salon de l'agriculture, Foire de Paris...).

<sup>55</sup> C'est exactement ce que mentionne Florence PINOT de VILLECHENON, professeur associée à ESCP Europe lorsqu'elle avance que, « *de par leur ampleur, les énergies qu'elles requièrent et les coûts qu'elles suscitent, l'entente entre les divers acteurs -collectivités territoriales, État, entreprises- et l'adhésion enthousiaste de la population s'avèrent indispensables pour assurer le succès de telles manifestations* ».

<sup>56</sup> C'est exactement ce qu'a voulu M. Jean-Christophe FROMANTIN en s'inspirant des candidatures étrangères passées ayant été retenues. Le Comité de soutien sera animé par trois personnalités qui illustrent de façon complémentaire l'ambition et l'excellence du projet : Maud FONTENOY, porte-parole de la Commission océanographique intergouvernementale de l'UNESCO et du Réseau océan mondial pour les océans, Cédric VILLANI, mathématicien, directeur de l'Institut Henri Poincaré et professeur à l'université Claude Bernard Lyon 1. Il a reçu la médaille Fields en 2010 et Anne-Sophie PIC, 3 étoiles au Guide Michelin à partir de 2007.

<sup>57</sup> Philippe AUGIER, dans son rapport de 2009, rappelle ainsi « *qu'une réflexion doit être menée pour repérer les « figures de proue » ... susceptibles de symboliser et porter une candidature, à l'instar de ce que firent, en son temps et chacun dans son domaine, Jean-Claude KILLY et Michel PLATINI ou Sébastien COE. Le manque de telles personnalités, symbolisant au niveau international les légitimités sportive, populaire et technique, se fait cruellement ressentir* ».

<sup>58</sup> L'état des finances publiques permet de moins en moins l'Etat et les collectivités territoriales de porter financièrement les montages de candidatures. Voir exemple en annexe de la stratégie utilisée par le comité de soutien de la Ryder Cup qui a financé la quasi-totalité du projet de candidature en augmentant (après vote à l'unanimité de ses instances dirigeantes), le montant de la licence de golf de 3 €.

<sup>59</sup> C'est une des raisons du succès de la candidature de Saint Quentin en Yvelines pour l'organisation de la Ryder Cup de 2018, M. GRIZOT expliquant l'importance d'avoir fait dès le départ appel aux conseils des experts gallois qui avaient remporté une édition précédente.

<sup>60</sup> Ceci est une spécificité française. Etant première destination touristique mondiale, les dirigeants politiques n'ont jamais considéré le tourisme comme une réelle industrie à défendre. Rappelons qu'au nom de la relance de l'emploi, le président Obama a fixé en janvier 2012, l'objectif de faire des Etats-Unis la première destination touristique mondiale, une place actuellement détenue par la France, en accordant notamment davantage de visas aux Chinois et aux Brésiliens. A noter cependant qu'en déclarant le 27 août 2013 que « le tourisme devait être érigé comme grande cause nationale », le Président de la République François HOLLANDE a placé celui-ci parmi les secteurs économiques qui doivent permettre au pays de retrouver l'équilibre de sa balance commerciale.

- ✓ Il est important que les parlementaires, représentants de la nation puissent investir ces sujets, condition première pour que la population puisse adhérer à termes aux projets et soutenir les candidatures<sup>61</sup> .
- ✓ Il est indispensable que les organisateurs des très grands congrès internationaux soient systématiquement reçus par les plus hautes instances nationales et régionales. Il s'agit également d'avoir en amont certaines garanties, notamment sur le fait que les collectivités locales ne demandent pas de « royalties » particulières pour négocier leur soutien ce qui alourdirait de manière déraisonnable le budget des gestionnaires de site d'exposition ou de congrès. Pour exemple, nos concurrents allemands sont beaucoup plus soutenus dans cette filière par les décideurs politiques<sup>62</sup>.

---

<sup>61</sup> A l'Assemblée nationale, le Président Claude BARTOLONE a accepté le principe d'une mission d'information parlementaire sur l'intérêt de cette candidature. Elle débutera au mois de septembre 2013. Cette mission devrait déboucher sur la constitution d'un groupe d'étude parlementaire destiné à suivre au cours des années suivantes l'avancement du projet et à prendre part à la réflexion le concernant. Cette mission de prospective sera une « première » en matière de mission d'information parlementaire.

<sup>62</sup> Jean-Yves DURANCE, Vice-Président de la CCI Paris Île-de-France et Président de VIPARIS et Renaud HAMAIDE, Directeur général de VIPARIS et de COMEXPOSIUM insistent sur ce point.

## AXE 3 – PROMOUVOIR ET VALORISER (Influence)

*Mettre en place une politique ambitieuse de promotion et de valorisation du territoire et des savoirs faire à l'étranger<sup>63</sup>*

### Constat :

*La France dispose d'un véritable savoir-faire spécifique en matière d'organisation d'évènements internationaux. C'est de surcroît un territoire reconnu pour son attractivité touristique mais aussi pour sa capacité à être une place d'évènements, notamment d'affaires.*

*Cependant, on constate depuis toujours en Île-de-France la démultiplication des opérations des différents acteurs (Conseil Régional d'Île-de-France, ARD Paris Île-de-France, Comité régional du tourisme, Ville de Paris, OTCP, CDT ...) pour promouvoir le territoire et son savoir-faire dans le domaine des salons, congrès, évènements culturels... Cela peut nuire à l'efficacité des actions, à la lisibilité des messages et participe à l'effet « saupoudrage » des moyens (humains et financiers).*

*Cela est particulièrement sensible dans le tourisme d'affaires où la région doit faire face à ses concurrents historiques (Allemands et Italiens en tête) qui ont développé de véritables stratégies de promotion collectives.*

*A l'instar des grands évènements sportifs ou culturels, beaucoup des principaux congrès internationaux<sup>64</sup> sont tournants, les destinations étant pré-sélectionnées et choisies en fonction de critères objectifs d'attractivité mais également en raison de l'efficacité des politiques de lobbying et d'influence. Notre politique d'influence et de lobbying n'est pas forcément toujours adaptée aux standards internationaux.*

*Sur le segment des grands salons internationaux, la récente étude coordonnée par la CCI Paris Île-de-France<sup>65</sup> montre que les étrangers sont le moteur de la croissance du secteur (1 euro sur 2 dépensé par les étrangers). La marge de progression reste cependant importante, les allemands accueillant par exemple 3 fois plus d'exposants et de visiteurs étrangers sur leurs salons internationaux que les français.*

*Un salon qui s'exporte constitue une formidable opportunité pour toutes les entreprises d'une filière de se déployer sur un marché étranger et de valoriser un savoir-faire sur des secteurs de pointes.*

*A ce titre, les allemands dupliquent 5 fois plus de salons à l'international que les français.*

### ➤ Rationaliser, mutualiser et renforcer les moyens humains et financiers dédiés à la promotion de l'attractivité du territoire en matière d'accueil des grands évènements

La compétitivité de l'Île-de-France passe par l'internationalisation des filières d'excellence et nécessairement par une politique ambitieuse de promotion internationale de notre savoir-faire dans l'organisation des grands évènements, notamment d'affaires. Développer une politique de promotion ambitieuse afin d'accroître la visibilité des salons et congrès dans les domaines où la France est reconnue pour son savoir-faire auprès des visiteurs et exposants étrangers (Luxe-Mode-Textile, Alimentation, Industrie de la Défense et aéronautique, santé-Beauté, domaine médical...) doit aujourd'hui être une priorité absolue car la France en général et la région capitale en particulier ont toujours eu tendance à démultiplier des initiatives individuelles de promotion.

La CCI Paris Île-de-France recommande donc :

<sup>63</sup> Ce que M. Philippe AUGIER appelle « Passer d'une stratégie de puissance à une stratégie d'influence ».

<sup>64</sup> Domaine dans lequel la France et Paris Île-de-France sont parmi les leaders. Il s'agit de l'une de nos filières d'excellence ... mais confrontée à une concurrence de plus en plus vive. Pour rappel, l'industrie des congrès représente un poids économique considérable : Elle génère en 2011, 1,8 Milliard d'euros en France dont 1,1 milliard à Paris Île-de-France (Cf. Etude partenariale pilotée par la CCI Paris Île-de-France sur « Les retombées économiques des congrès en France et en Île-de-France », Décembre 2012. Accessible sur <http://www.etudes.cci-paris-idf.fr> .

<sup>65</sup> Etude partenariale sur « Les retombées économiques des salons en France et en Île-de-France », juin 2011. Accessible sur <http://www.etudes.cci-paris-idf.fr>

- ✓ **De donner la priorité à des actions collectives et cohérentes de promotion** des salons phares (notamment professionnels) internationaux. C'est à cette unique condition que la destination attirera de nouvelles clientèles et à terme de nouveaux événements. Le renforcement des opérations collectives de promotion à l'international doit se faire de façon ciblée et en priorité auprès des futurs exposants et visiteurs des BRIC, **dont le visitorat a doublé en quelques années**, ces pays continuant à connaître, malgré la crise, une croissance soutenue.
  - ✓ **De développer une véritable stratégie de marque commune à la dimension du « Grand Paris »** via la mise en place d'une marque ombrelle (ou marque label). Celle-ci doit être destinée à promouvoir certes le territoire et la construction du Grand Paris mais également de permettre une déclinaison dédiée à valoriser et promouvoir les grands événements touristiques, d'affaires, culturels et sportifs et/ou réalisations emblématiques se déroulant sur le territoire.
  - ✓ **De développer la « Business diplomacy » dans le domaine événementiel** en impliquant les postes économiques des ambassades, des missions économiques à l'étranger pour valoriser cette filière d'excellence française (et francilienne) et son savoir-faire. Ces derniers doivent pouvoir démontrer au quotidien l'intérêt pour les exposants et les visiteurs les opportunités commerciales de réaliser la manifestation à Paris. En effet, de par son rayonnement Paris attire plus de visiteurs (donc plus de « Business » et de retombées images) ;
- **Favoriser l'entrée des personnalités françaises aux postes clés des comités internationaux<sup>66</sup>, sociétés savantes<sup>67</sup>, fédérations internationales et organismes décisionnaires**

A l'instar des grands événements sportifs ou culturels, beaucoup des principaux congrès internationaux sont tournant, les destinations étant pré-sélectionnées et choisies en fonction de critères objectifs d'attractivité mais également en raison de l'efficacité des politiques de lobbying et d'influence. Or, si les enjeux, sont considérables (le congrès de la cardiologie (ESC), a fait venir 30 000 congressistes à Paris pendant 4 à 5 jours et a généré l'équivalent de 100 millions d'euros de retombées économiques), il est impératif que la politique d'influence et de lobbying de la région capitale soit adaptée aux exigences de la concurrence internationale.

Au-delà de l'entrée, il s'agit de mettre en place des « process » de coordination pérenne de lobbying entre acteurs pour répondre de manière efficace aux candidatures, ce que Philippe AUGIER nomme « *une politique de lobbying permanent* ». La CCI Paris Île-de-France propose ainsi que les pouvoirs publics réunissent régulièrement les représentants français de ces organismes, comités et sociétés savantes des secteurs et filières porteuses (médical, pharmaceutique, services, finances, R&D informatique, énergie renouvelable...) afin de favoriser l'efficacité de la politique française d'influence<sup>68</sup>.

<sup>66</sup> Selon Philippe AUGIER (Grand Paris Développement n° 3 – Printemps 2013), « Il n'est plus possible d'organiser des grands congrès médicaux ou des événements sportifs de portée mondiale sans mobiliser nos réseaux internationaux comme nos ambassades, afin de développer des stratégies d'influence ».

<sup>67</sup> Les sociétés savantes sont les associations de scientifiques et/ou d'experts des domaines qui organisent régulièrement des congrès dans leur secteur d'activité afin de regrouper les membres de leur communauté à des fins d'échanges, de formation et d'information. Si Paris Île-de-France est parmi les places leader dans le domaine de l'organisation des congrès, elle est confrontée à une concurrence de plus en plus vive. L'industrie des congrès représente un poids économique considérable : Elle génère 1,8 Milliard d'euros en France dont 1,1 milliard à Paris Île-de-France.

<sup>68</sup> L'objectif est d'agir de façon coordonnée comme cela a été le cas pour obtenir l'accueil de l'ESC (congrès de la cardiologie) en 2011 mais pas lors de la candidature pour accueillir le congrès de la téléphonie Mobile (GSMA) que Barcelone a remporté la candidature grâce à un appui, notamment financier des pouvoirs publics). Il faut améliorer la coordination entre les acteurs particulièrement concernés que sont les gestionnaires de sites, les organisateurs d'événements, les hôteliers, les opérateurs de transports, les professionnels du tourisme, la préfecture, les institutionnels et les pouvoirs publics.

➤ Accroître la visibilité, via la géo-duplication à l'international des salons phares franciliens, des domaines d'excellence française

Un salon qui s'exporte constitue une formidable opportunité pour toutes les entreprises d'une filière de se déployer sur un marché étranger et de promouvoir et valoriser les secteurs de pointes où la France est reconnue pour son savoir-faire auprès des visiteurs et exposants étrangers (Luxe-Mode-Textile, Alimentation, Industrie de la Défense et aéronautique, santé-Beauté).

Pour renforcer nos grands salons internationaux et promouvoir nos filières d'excellence, il devient indispensable, à l'image des allemands et des italiens de géo dupliquer et d'adapter sur les autres continents la manifestation dans des pays émergents. Selon Renaud HAMAIDE, il serait intéressant qu'Ubifrance aide les entreprises (bien souvent des PME et PMI) exposantes françaises à aller en priorité sur les salons français (essentiellement franciliens) dupliqués à l'étranger par les organisateurs français.

L'objectif, à l'instar des allemands qui dupliquent 5 fois plus de salons à l'international que les français est de :

- ✓ faciliter le développement à l'international des TPE et PME appartenant à des filières stratégiques grâce à leur présence sur des salons français à l'étranger qui seront l'occasion de les mettre plus facilement en contact avec des entreprises étrangères.
- ✓ permettre aux TPE et PME françaises d'aller vendre de façon groupée et coordonnée (en filière) leurs produits et donc de se développer à l'export et améliorer à terme le solde de la balance commerciale française.
- ✓ créer un cercle vertueux : une fois installé sur les salons français dupliqués, les exposants étrangers viendront sur le salon « mère » français et/ou franciliens, ce qui générera des retombées économiques et donc de l'emploi.

Ainsi, une telle démarche volontariste participe à accroître le rayonnement de la destination à l'international, à valoriser son savoir-faire chez nos concurrents, tout en favorisant les entreprises et les visiteurs étrangers à venir sur notre territoire, synonyme de retombées économiques et d'emplois.

## AXE 4 – RENFORCER ET EQUIPER (Accueil)

*Faire de la construction du Grand Paris un levier pour répondre aux défis d'infrastructures de transport, d'hébergements et d'accueil d'une « ville monde » attractive et compétitive.*

### Constat :

*La région capitale, bien que bénéficiant d'un réseau de transport performant, n'a pas toujours les infrastructures de transports adaptées pour absorber et gérer les flux générés par des événements internationaux de grande envergure.*

*Il existe des faiblesses en termes de desserte des grands équipements structurants, au premier rang desquels les aéroports internationaux, de liaisons aéroports / centre d'agglomérations et bien évidemment d'accessibilité aux grands centres d'expositions et de congrès, tout spécialement les sites de Paris Nord Villepinte et du Bourget. Cela pénalise certes l'activité économique en général mais également l'accueil de grands événements, notamment d'affaires. Le risque est grand de voir la région-capitale affaiblir son positionnement dans la compétition mondiale à trop retarder la réalisation de chantiers indispensables (ex : accès direct Paris / Aéroport de Charles de Gaulle ; accessibilité de Paris Nord Villepinte ; fluidité des déplacements autour du Palais des Congrès de la Porte Maillot...)*

*La capacité hôtelière bien qu'étant la première au monde (Paris étant la première destination touristique mondiale), s'avère insuffisante sur certains territoires périphériques, notamment en terme « d'hôtellerie gros porteurs » lors de la tenue de grands événements. Les organisateurs et porteurs de projets souffrent ainsi de devoir négocier des réservations avec une multitude de petits hôtels « dits » de charme plutôt qu'avec 2-3 gros porteurs<sup>69</sup>.*

*La région, bien que globalement bien équipée possède une offre d'infrastructures sportives parfois vieillissantes (comme le Palais Omnisport de Paris Bercy), difficilement extensibles (Roland Garros) ou inexistantes (piscine olympique). Plus globalement le rapport final produit par le Ministère des Sports et par le Ministère de la Ville en 2011 « Equipements sportifs structurants du Grand Paris : état des lieux et propositions de Développement », constate que la France est globalement en retard en matière d'équipements sportifs performants sur les grandes nations, d'un point de vue quantitatif et qualitatif. Projet du Grand Paris et attractivité touristique et événementielle de la région capitale sont insuffisamment liés aujourd'hui alors que ce projet peut et devrait justement être structurant.*

La construction du Grand Paris doit être un levier décisif pour l'accueil des grands événements. En effet, la dynamique du projet du Grand Paris doit permettre de renforcer la région capitale dans son rôle de leader en matière de grands événements (captation, organisation et renouvellement) et en contrepartie les grands événements pourraient être un des moteurs du développement économique, de l'aménagement territorial, et du rayonnement du Grand Paris.

Il s'agit par conséquent de créer une dynamique vertueuse visant à :

- ✓ renforcer le rôle du projet du Grand Paris comme levier pour améliorer l'attractivité de l'Île-de-France en matière de grands événements,

<sup>69</sup> Cette question est centrale aujourd'hui dans la compétition que se livrent les différentes places. Rappelons que le tourisme d'affaires représente la moitié des nuitées touristiques parisiennes. Ainsi, « Amsterdam s'affirme sur le créneau des congrès internationaux avec un dispositif permettant de garantir la disponibilité de 16 000 chambres aux organisateurs, tout en leur apportant une réponse rapide » (Cf. L'Echo touristique, Hors-série, juin 2013, p.11)... lors des appels à candidature pour accueillir des grands congrès internationaux. C'est ce qu'avait d'ailleurs réalisé le 8 décembre 2009, les professionnels du secteur lorsque les 15 plus importants groupes hôteliers ont signé une charte avec les représentants de la CCIP, de l'OTCP et de la mairie de Paris pour garantir une qualité d'accueil, des tarifs adaptés et des disponibilités de chambres pour accueillir de grands congrès internationaux, et notamment l'ESC 2011. Leader mondial du secteur, la capitale française perdait pourtant des points depuis 2001 face à ses rivales que sont Londres, Barcelone et Vienne. Pour compenser ce déficit d'image, et faute d'envisager la création d'un hôtel gros porteur dans la capitale à court terme, Paris a signé cette charte, renouvelée depuis. Celle-ci est prometteuse mais non suffisante.

- ✓ permettre à ce que les grands événements puissent jouer pleinement le rôle de catalyseurs pour le développement économique et la création d'infrastructures et de services dans le Grand Paris.

Pour cela, la CCI Paris Île de France formule trois grandes préconisations :

- **Optimiser, dans la construction du Grand Paris Express, le calendrier de mise en service des dessertes aéroportuaires d'Orly et de Roissy et des centres d'expositions et de congrès, plateformes indispensables à l'attractivité touristique et événementielle de la métropole parisienne**<sup>70</sup>.

L'extension et le développement du parc de Paris-Nord Villepinte sont aujourd'hui sérieusement compromis par le fait que le réseau est saturé lors de grands événements et pose, outre des questions de mobilité, de confort et d'accessibilité, de réels problèmes de sécurité. A noter que le réseau routier (A1 et N 104) est également saturé et ne peut en aucun cas être une alternative. La mauvaise accessibilité engendre une forte insatisfaction des visiteurs et organisateurs de salons car le RER B ne peut plus répondre seul aux flux visiteurs des salons de Paris Nord Villepinte<sup>71</sup> et du Bourget<sup>72</sup>. Cela nuit gravement à l'attractivité et la compétitivité de la destination.

Le RER B n'est pas une réponse adaptée aux problèmes de sous capacité, de régularité et de confort des transports publics du Parc d'expositions international et de la plate-forme économique de Roissy. Cela hypothèque la compétitivité internationale de Paris<sup>73</sup>.

La CCI de région Paris Île-de-France réaffirme (comme l'ensemble des professionnels de cette filière d'excellence) la nécessité de positionner la future gare du Grand Paris Express du PIEX à l'emplacement de l'actuelle gare du RER B afin de créer un nouveau pôle multimodal adapté aux besoins de la zone d'activités Paris Nord 2 et du parc des expositions. Il est en outre impératif que les choix de redimensionnement de l'infrastructure (quais, matériels roulants...) prennent en compte la spécificité de la filière des congrès salons et événements d'affaires. En effet, il ne faut en aucun cas partir sur des moyennes de fréquentation pour déterminer les infrastructures de ces sites, notamment en raison de l'effet saturation en période de grosses manifestations (SIAL, Maison & Objets...) ne pas hypothéquer l'avenir (projet d'agrandissement de Paris Nord Villepinte)

Le Grand Paris Express, est donc une urgence stratégique car pour Paris-Nord Villepinte, c'est :

- ✓ Le doublement des capacités de transport ;
- ✓ Une liaison moderne rapide, confortable et sécurisée entre des sites économiques régionaux de première importance : La Défense, Pleyel, Le Bourget, la Plaine de France, Paris Nord Villepinte et le pôle de Roissy ;
- ✓ Une nouvelle desserte automatisée fiable à haute fréquence en service dans 10 à 15 ans.
- ✓ Un projet très attendu des franciliens, soutenu par les collectivités et les entreprises (25 000 000 voyageurs/an selon la SGP sur la partie Nord qui desservira Paris Nord Villepinte),
- ✓ Un impératif pour le développement économique et l'emploi.

<sup>70</sup> Pierre-Antoine GAILLY, Président de la CCI Paris Île-de-France, rappelant le 8 mars 2013, Les objectifs initiaux de développement économique du Grand Paris après l'annonce des derniers arbitrages fait par le Gouvernement (Cf. annonce sur le Nouveau Grand Paris) précisait : « Nous regrettons vivement à cet égard que les délais de réalisation soient reportés à 2027 pour les dessertes aéroportuaires d'Orly et de Roissy ainsi que pour le parc des expositions de Paris Nord Villepinte ! Ces plateformes jouent en effet un rôle clé dans la dynamique des flux régionaux, ce qui souligne bien l'importance de les intégrer le plus rapidement possible dans le projet ».

<sup>71</sup> La capacité limitée du RER B à 8 000 voyageurs/heure doit faire face à une demande de 10 000 à 15 000 voyageurs/heure lors des grands salons actuels, notamment le Sial qui engendre plus de 25 000 visiteurs/jour à la gare RER. Un visiteur du SIAL rejoint Paris après 2h30 d'embouteillage, ou après une forte attente pour accéder aux quais. Un quart du temps de visite est perdu dans les transports. Par ailleurs, la gare RER du « parc des expositions » est une gare obsolète. Le temps d'attente de 15 à 30 minutes pour accéder aux quais sur certains salons, des trajets allant jusqu'à 40 minutes pour rejoindre le centre de Paris, la ligne étant saturée avec de nombreuses perturbations techniques, etc.

<sup>72</sup> A noter que ces deux parcs représentent des enjeux considérables en termes économique. Ces deux parcs ont accueillis en 2011, 1 566 000 visiteurs dont la moitié d'hommes d'affaires (acheteurs) et 18 % d'étrangers (286 000). Ces deux parcs ont ainsi accueillis également 23 345 entreprises exposantes dont 51 % d'étrangères. Les deux parcs génèrent 1,7 milliard d'euros de retombées économiques, ce qui représente près de 60 % des retombées des salons professionnels en Île-de-France. 25 000 emplois ETP par an dépendent de ces deux parcs.

<sup>73</sup> M. Gilles FOURNIER, Directeur général délégué du SIAE (Salon du Bourget) confirme les lacunes du RER B et l'impact négatif en termes d'image et compétitivité, notamment auprès des hommes d'affaires anglo-saxons. Pour pallier à cela, le GIFAS (Fédération professionnelle) met en place à ses frais (450 000 euros) des navettes régulières entre le site du Bourget et Porte Maillot pendant la durée du salon.

Si le principe du prolongement de la ligne 17 jusqu'à l'aéroport de Paris-CDG et celui de la ligne 14 jusqu'à Orly sont acquis, la CCI Paris Île-de-France insiste sur la nécessité d'optimiser le calendrier de mise en service (prévus initialement avant 2025 et désormais pas avant 2027), regrettant que ces liaisons aient été repoussées alors que les aéroports et les sites d'affaires sont les poumons de l'activité économique francilienne. Il en va du renforcement du leadership de Paris sur le secteur du tourisme d'affaires et des rencontres professionnelles.

Par ailleurs, si le Gouvernement a confirmé le prolongement du RER E (Eole) jusqu'à La Défense avant 2020, la CCI Paris Île-de-France insiste sur le fait qu'il s'agit d'un moyen unique d'optimiser la desserte du CNIT Paris La Défense et du Palais des Congrès de Paris, grâce aux créations des gares "La Défense et Porte Maillot". La liaison, La Défense/Le Bourget Aéroport/Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte/Aéroport Charles de Gaulle, Via Saint-Denis Pleyel doit également être mise en place, mais seulement à horizon 2027, ce que la CCI Paris Île-de-France regrette.

- **Renforcer l'offre d'hébergement en la rendant innovante et adaptée aux besoins de la clientèle notamment internationale et aux exigences des grandes métropoles touristiques.**
- ✓ **Développer une offre d'hébergement adaptée (et équilibrée sur le territoire) à la demande touristique en prévoyant entre 20 à 30 000 chambres supplémentaires en Île-de-France, notamment via des gros porteurs, en périphérie et à proximité des principaux sites de congrès et d'exposition mais également de lieux d'affaires actuels et programmés.** L'offre d'hébergement francilienne, bien que la plus importante au monde est saturée lors de grands événements<sup>74</sup>. Il est donc indispensable que les organisateurs d'événements internationaux de grande envergure puisse bénéficier d'une offre hôtelière plus adaptée à leur demande notamment au moment des grands événements. Ceci est indispensable au moment des dépôts de dossiers de candidature, les organisateurs d'événements favorisant les offres « packagées » qui leur évitent de négocier les questions d'hébergement avec une multitude d'hôtels aux tarifs variés.
- ✓ **Favoriser la construction de nouveaux hébergements marchands le long du futur tracé du Grand Paris Express.** Cela passe par l'intégration de cette question dans les Contrats de développement territoriaux (avec réserve foncière...).
- ✓ **Favoriser l'hébergement « dit » alternatif et innovant, notamment en période de grands événements.** Il est en effet indispensable que la région capitale soit en mesure d'offrir des solutions alternatives aux organisateurs d'événements. L'exemple de la Ryder Cup est à ce titre intéressant. Pour pallier le manque d'hébergements dans l'ouest parisien au moment de la tenue de la manifestation qui prévoit 80 000 visiteurs sur 4 jours, les porteurs du projet ont proposé, outre le partenariat passé avec le groupe ACCOR qui s'engagent à bloquer un grand nombre de chambre, que soient loués un grand nombre de bateau qui hébergeront un grand nombre de visiteurs sur la Seine au moment de la manifestation. Cette démarche, en plus d'être efficace, participe à l'activité économique d'un autre secteur économique, le tourisme fluvial, et diversifie l'offre en la rendant originale et innovante<sup>75</sup>.

<sup>74</sup> Par exemple, lors de la dernière session du Salon du Bourget de juin 2013, le taux d'occupation globale des hôtels a dépassé les 95 %.

<sup>75</sup> M. Jean-Yves DURANCE, Vice-Président de la CCI Paris Île-de-France et Président de VIPARIS insiste sur la nécessité de la région capitale à fournir une offre d'hébergement riche et variée, en préconisant, entre autre, le développement des résidences hôtelières, comme le font beaucoup de villes concurrentes.

➤ Mettre en place une politique volontariste et responsable de développement et/ou de rénovation des infrastructures d'accueil

C'est aujourd'hui que les projets du Grand Paris se dessinent, notamment à travers l'élaboration des contrats de développement territorial (CDT) auxquels participe la CCI Paris Île-de-France. Ceux-ci sont plus que des nouveaux outils d'urbanisme et d'aménagement et ils contribuent au dialogue entre acteurs de tous ordres. L'accueil de grands événements en Île-de-France engendre des problématiques particulières aux grandes métropoles mondiales, notamment en termes de transports, d'hébergement et d'aménagement du territoire.

- ✓ Intégrer systématiquement dans les contrats de développement territoriaux (CDT) en cours d'élaboration le fait touristique et « grands événements » et en faire une priorité. Exemple du CDT du Bourget qui a inscrit comme axe de développement du territoire le soutien au Salon International de l'aéronautique et de l'espace (SIAE). Il est indispensable que les collectivités territoriales définissent comme prioritaires la prise en charge des visiteurs occasionnels qui participent grandement à l'activité et au développement économique et social de leurs territoires.
- ✓ Réserver des zones pour l'implantation de nouvelles infrastructures (équipements dédiés aux manifestations, restauration, hébergements marchands, transports en commun, stations de taxis...) dans les CDT en associant régulièrement les professionnels de cette filière d'excellence (congrès, salons, événements d'affaires, tourisme) aux projets de développement territoriaux.
- ✓ Privilégier une approche « développement durable » dans les projets de construction et d'utilisation d'infrastructure. Outre la dimension « responsable » de la démarche, il s'agit bien souvent aujourd'hui d'un critère non négligeable dans le choix d'une destination. Si la tenue de l'événement peut nécessiter une simple rénovation de l'équipement existant, mettre en avant le fait que le budget de la manifestation sera ainsi très bien maîtrisé, que ne posera pas le problème de la reconversion du site ex-post et qu'il redynamisera l'espace dans lequel il se situe. Inscrire, cette rénovation dans un esprit « développement durable »<sup>76</sup>. En revanche, si la manifestation implique la construction d'un nouveau site d'accueil ex nihilo, faire en sorte de proposer une construction préservant l'environnement naturel et les populations<sup>77</sup>, s'inscrivant dans une démarche à long terme (prévoir des manifestations ou une activité économique qui pourra prendre le relais après la fin de la manifestation), ne pas hésiter à proposer un équipement provisoire qui peut être démonté et remplacé par d'autres construction ex post.
- ✓ Favoriser la multifonctionnalité des équipements, notamment sportifs, en veillant à ce qu'ils fassent l'objet d'une mise en tourisme et soient conçus dès l'origine dans une perspective « Événementiel – loisirs – divertissement » plus globale. A l'instar de ce que font nos concurrents étrangers, de nouveaux usages et de nouvelles clientèles pourrait ainsi venir combler les déficits que génère la seule exploitation sportive de ces équipements<sup>78</sup>.

<sup>76</sup> Florence PINOT de VILLECHENON, Professeur à ESCP Europe et membre du comité de soutien au projet d'exposition universelle en 2025 a ainsi insisté sur le fait que pour la tenue de l'expo universelle 2025 à Paris, les pavillons des délégations étrangères se tiendraient dans des bâtiments emblématiques du Grand Paris déjà existant et relookés pour l'occasion.

<sup>77</sup> Exemple du Hall 8 du parc d'expositions de Paris Nord Villepinte, mis en service en 2010 et qui est à ce jour le plus grand Hall européen d'exposition (36 000 m<sup>2</sup>) respectant les normes HQE.

<sup>78</sup> [L'Agence de développement touristique Atout France a publié en mai 2013 un ouvrage intitulé "La Valorisation touristique des grands équipements sportifs"](#) et plaide pour une meilleure prise en compte du potentiel d'attraction touristique des grands équipements sportifs. De nouveaux usages et de nouvelles clientèles qui viendraient combler les déficits que génère la seule exploitation sportive des équipements : "Les grands équipements sportifs sont des équipements majeurs potentiellement porteurs de développement et d'attractivité pour les territoires qui les accueillent. [...] Ils peuvent représenter des supports de développement d'offres et d'activités touristiques et de loisirs à travers divers leviers [...]. Ils peuvent également agir comme des catalyseurs de développement urbain pouvant faire une large part aux activités touristiques et de loisirs."

## Liste des personnes auditionnées

---

La CCI Paris Île-de-France adresse ses sincères remerciements aux institutions, organismes et à leurs représentants auditionnés dans le cadre de ce rapport.

### Audition par le groupe de travail Tourisme de la CDER des personnalités qualifiées :

M. Christophe FROMANTIN, Député-Maire de Neuilly, Président de l'association EXPOFRANCE 2025  
M. Philippe AUGIER, Maire de Deauville et Président du Comité France Evènement, structure adossée à Atout France et Président de France Congrès.  
M. Gilles FOURNIER, Directeur général délégué du Salon international de l'Aéronautique et de l'Espace de Paris - Le Bourget  
M. Sébastien COURRECH, Directeur Général du Pôle de compétitivité ASTech  
M. Jean-Yves DURANCE, Vice-Président de la CCI Paris Île-de-France et Président de VIPARIS  
M. Renaud HAMAIDE, Directeur Général de VIPARIS et COMEXPOSIUM  
M. Christian MANTEÏ, Directeur général d'Atout France et Président de la commission Ryder Cup 2018  
M. Thierry HESSE, Président de Foire Salons et Evènements de France (FSCEF)  
M. Jean-Pierre BLAT, Directeur général du CRT Paris Île-de-France  
Mme ENJALBERT, Directeur général de l'Agence Régionale de développement de l'Île-de-France (ARD)  
M. Guislain GUEMART, Directeur de l'association EXPOFRANCE 2025.  
M. Pascal GRIZOT, porteur du projet de la candidature Ryder Cup, chef d'entreprise (CPS et Hamon Sa)  
Mme Brigitte DEYDIER, triple championne du monde et quadruple championne d'Europe de judo et Directrice Générale de la Ryder Cup France 2018  
M. Paul ROLL, Directeur général de l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris  
M. Jean-Bernard BROS, Adjoint au Maire de Paris chargé du tourisme et des nouveaux médias locaux.  
Mme Cécile MAIRAVILLE, Responsable du bureau des congrès de Paris  
Mme Florence PINOT de VILLECHENON, Professeur associé à ESCP Europe et spécialiste des expositions universelles.

### Organisations et fédérations professionnelles consultées dans le cadre de leur échanges réguliers avec la CCI Paris Île-de-France :

- Association des agences de communication événementielles (ANAE)
- Association professionnelle de solidarité du tourisme (APST) ;
- Association tourisme handicaps ; Comité des armateurs fluviaux (CAF) ;
- Fédération nationale des artisans taxis (FNAT) ;
- Fédération nationale de l'aviation marchande (FNAM) ;
- Fédération nationale des loueurs de véhicules (FNLV) ;
- Fédération nationale des guides-interprètes-conférenciers (FNGIC) ;
- Fédération nationale des transports de voyageurs (FNTV) ;
- France Congrès ;
- Syndicat national des agences de voyages (SNAV) ;
- Syndicat national des entreprises de tourisme (SNET) ;
- Syndicat national des hôteliers, restaurateurs, cafetiers, traiteurs (SYNHORCAT),
- Union des métiers et industries de l'hôtellerie (UMIH),
- Union nationale de l'industrie du taxi (UNIT),
- BAR France (Board of Airlines Representatives, association),
- UCV (Union des commerçants de centre-ville),
- Union Française des Métiers de l'Evènement (UNIMEV).

---

# ANNEXES

---

## **ANNEXE 1 : Focus sur quatre grands évènements franciliens emblématiques (secteurs, problématiques phases du projet, concurrence...)**

### **Focus 1 - Ryder Cup de golf 2018**

#### **1. Présentation de l'évènement**

Opposant traditionnellement l'Europe et les Etats-Unis, la Ryder Cup est une prestigieuse compétition de golf organisée sur trois jours, dont l'origine remonte à près de 85 ans.

La première édition eu lieu en 1927 au Worcester Golf Club dans le Massachusetts où s'affrontaient alors les américains et les britanniques. Avec le développement de l'activité en Europe et l'arrivée d'une nouvelle génération de golfeurs, de nouvelles équipes européennes furent intégrées pour aboutir en 1979 au tournoi sous la forme qu'on connaît aujourd'hui.

La Ryder Cup se déroule tous les deux ans en alternance sur les continents européens et américains. Elle se tiendra au Golf National de Saint-Quentin en Yvelines pour la première fois de son histoire en 2018, faisant de la France le second pays de l'Europe continentale après l'Espagne à bénéficier de cette manifestation de renommée internationale.

Cet évènement sportif représente un enjeu majeur pour le territoire, tant en terme de retombées économique que d'impact médiatique.

En effet la dernière édition qui s'est tenue en 2010 au Pays de Galles a rassemblé près de 244 000 spectateurs et généré près de 82,4 millions de livres (94,4 millions d'euros) de retombées économiques, dont 65 millions d'euros de retombées directes.

De plus faisant partie des 10 évènements les plus médiatisés à travers le monde (en 2010 le tournoi fut retransmis dans 195 pays et suivi par plus de 600 millions de foyers), la Ryder Cup bénéficie d'une notoriété importante à l'échelle mondiale. Les enjeux en termes d'image pour le territoire d'accueil sont donc considérables.

#### **2. Gouvernance**

La décision du lieu de la manifestation revient au comité Ryder Cup Europe pour les places européennes et à la PGA of America pour les Etats-Unis.

En France le projet fut porté par la commission Ryder Cup de la Fédération française de golf. Elle rassemble des hommes politiques, institutionnels et anciens sportifs.

Les modalités de candidatures pour la Ryder Cup de 2018 furent dévoilées en fin d'année 2008, et les pays candidats eurent jusqu'en Avril 2010 pour déposer leur dossier.

Pour pouvoir prétendre à l'organisation de la Ryder cup, les pays devaient répondre à plusieurs critères, les principaux étant:

- ⇒ Leur engagement sur le versement d'un droit d'entrée minimum de 1,5 M€ / an
- ⇒ La présence sur le territoire d'un parcours de golf de classe mondiale
- ⇒ La présence d'infrastructures nécessaires à l'accueil d'un évènement sportif international (transport, hébergement...)
- ⇒ Démontrer qu'ils disposaient du soutien de l'Etat et du secteur privé
- ⇒ Proposer des opportunités commerciales pour la Ryder Cup
- ⇒ Démontrer leur contribution au développement du golf, de par l'histoire, l'importance accordée au tourisme golfique, la volonté de promouvoir ce sport, l'organisation de tournois professionnels etc...

Suite au dépôt de candidature fin Avril 2010, une délégation du comité Ryder Cup Europe s'est rendue dans chacun des pays pour évaluer le sérieux de leur dossier. L'attribution s'est faite un an plus tard.

#### **3. Concurrence**

La Ryder Cup se déroule une fois sur deux sur le territoire européen, en alternance avec les Etats-Unis. Dans le cadre de l'organisation de cet évènement, le territoire français se retrouve en concurrence avec plusieurs places européennes majeures.

On peut citer parmi les dernières places organisatrices l'Angleterre (Sutton Coldfield) en 2002, l'Irlande (Kildare) en 2006 et le Pays de Galles (Newport) en 2010, la prochaine édition européenne se déroulant en Ecosse (Auchterarder) en 2014.

Concernant l'édition de 2018, cinq pays s'étaient officiellement portés candidats : l'Allemagne, le Portugal, les Pays-Bas, l'Espagne et la France dont le dossier a été retenu.

Il faut noter que le tournoi se déroule régulièrement sur le territoire du Royaume-Unis, lieu ayant accueilli les premiers professionnels et tournois du secteur et bénéficiant du plus grand nombre de parcours en Europe.

#### 4. Forces et faiblesses de la candidature parisienne / francilienne

**La France et plus précisément la région île de France, bénéficie de nombreux atouts, lui permettant de prétendre à l'organisation de la Ryder Cup :**

- ⇒ D'un point de vue historique, le pays entretient des liens étroits avec le domaine du golf ce qui lui confère une certaine légitimité dans l'organisation d'un évènement de ce genre. En effet, Pau fut la première ville du continent européen à accueillir un terrain de golf, en 1856.
- ⇒ Viennent ensuite d'autres atouts généraux comme l'expertise reconnue de la France dans l'organisation d'évènements sportifs internationaux (coupe du monde de football en 1998, coupe du monde de rugby en 2007...) ou son attractivité touristique, Paris demeurant la première destination mondiale en terme d'arrivées de visiteurs internationaux (15 millions par an). Bien que le tourisme golfique soit encore trop peu mis en avant, le territoire bénéficie d'un grand potentiel à ce niveau avec la présence de 150 golfs classés parmi les 1000 plus beaux parcours européens.
- ⇒ En ce qui concerne l'équipement, la qualité du site du Golf national représente elle-même un atout majeur de la candidature francilienne. En effet ce terrain de golf est le seul en Europe dont la capacité s'élève à 80000 spectateurs par jour, avantage comparatif pour la France vis-à-vis de ses concurrents. De plus, déjà lieu d'accueil de plusieurs compétitions à l'échelle européenne (Alstom Open de France, Championnat d'Europe), le Golf National bénéficie d'une bonne notoriété auprès des amateurs et des professionnels.
- ⇒ Sa situation géographique, à une dizaine de km de Versailles présente elle aussi un avantage. Elle lui permet de bénéficier de l'attractivité de la ville qui de part la présence du château est le deuxième pôle touristique d'île de France après Paris (3 millions de visiteurs par an visitent le château, et 7 millions le parc). Ce point fut l'un des principaux critères mis en avant par la commission Ryder Cup chargé de promouvoir la candidature française.

- ⇒ En Outre, la candidature de la France a bénéficié du soutien des pouvoirs publics notamment du ministère des sports et du tourisme qui a accompagné le travail de la Commission Ryder Cup tout au long du processus. De grandes entreprises privées se sont également liées au projet, ainsi que l'ensemble des licenciés de golf français à travers une participation financière. Ces partenariats ont permis de donner une image solide au projet, d'un point de vue financier et médiatique.

#### La candidature française a pu surmonter ses faiblesses :

- ⇒ Tout d'abord, contrairement aux autres candidats qui avaient pour projet la création d'un nouveau parcours moderne, la France proposait d'organiser la Ryder cup sur un parcours existant depuis plus de vingt ans.
- ⇒ De plus, le golf n'est pas une activité très développée en France. Le nombre de licenciés est faible vis-à-vis des autres pays européens.
- ⇒ Ensuite, il y a peu de grands équipements touristiques golfiques sur le territoire. Bien que la France dispose de plusieurs parcours de golf de qualité, l'offre hôtelière est incomplète. Il y a peu de structure de type « resort ». De plus, le tourisme golfique est peu valorisé par les institutions bien qu'il représente un fort potentiel de développement.
- ⇒ Enfin reste la question des transports. Dans l'absolu la proximité du Golf National avec la métropole Parisienne rend le site relativement accessible pour les visiteurs étrangers, notamment les anglo-saxons. Cependant bien qu'assez proche de l'aéroport d'Orly, il reste difficilement accessible à partir de l'aéroport Roissy CDG.

#### Le comité Ryder Cup s'est engagé sur plusieurs points :

Il a tout d'abord assuré d'importants investissements (6 millions d'euros) pour moderniser le parcours et la structure hôtelière qui s'y trouve, en impliquant le groupe Accor.

Il a également proposé la création de 100 équipements de golf compacts à travers la France afin de générer des vocations de golfeurs et de développer l'activité.

Pour ce qui est des enjeux touristiques de l'évènement, le comité a bénéficié de l'aide de Christian Mantei directeur général d'Atout France. Celui-ci a coordonné un projet de création de resort golfique de 200 hectares dans les Landes (avec hôtel et programme immobilier), dans le but d'affirmer la volonté de la France de renforcer le tourisme spécialisé sur son territoire.

Après la retenue du dossier, une commission tourisme également présidée par Christian Mantei a été créée à la

Fédération Française de Golf dans le but de faire de cet événement, un outil de développement touristique efficace. La mise en place de packages à destination des golfeurs étrangers par exemple est en projet.

Une étude nationale spécifique au tourisme golfique a également été publiée par Atout France, en collaboration avec la Fédération française de golf et l'Association des tours opérateurs golfs afin de faire état du marché et de proposer des pistes de développement.

Enfin, la réussite du projet repose sur un lobbying fort porté notamment par Pascal Grizot, président du comité Ryder Cup. Son expérience en tant qu'ancien capitaine de l'équipe de France de Golf fut un atout pour convaincre les décideurs du milieu, et obtenir le soutien de grands joueurs tel que Lee Westwood, numéro un mondial.

De plus comme le rappelle Pascal Grizot, il est important de jouer sur l'émotionnel. Lors de la journée d'évaluation par exemple, la commission Ryder Cup de la Fédération française de golf a invité les responsables du comité Ryder Cup Europe dans des lieux emblématiques : Rendez-vous à l'Elysée, visite privée du Château de Versailles, dîners à la tour Eiffel...

Reste le problème persistant des transports. Dans l'avenir l'accès au Golf national devrait être amélioré grâce au projet transport du Grand Paris. Les lignes express de métro assurant la liaison entre les principales gares et aéroports, permettront de rejoindre Saint-Quentin en Yvelines en 30 minutes à partir de l'aéroport. Toutefois les travaux de la ligne verte qui desservira Saint-Quentin en Yvelines n'étant pas prioritaires, le tronçon ne devrait être mis en service qu'entre 2018 et 2025.

## Focus 2 - Le salon international de l'aéronautique et de l'espace

### 1. Présentation de l'évènement

Inauguré il y a plus de 100 ans, le Salon international de l'aéronautique et de l'espace de Paris-Le Bourget (ou SIAE) reste la plus grande manifestation internationale de présentation d'équipement aéronautique et spatial.

L'évènement se déroule tous les deux ans à l'aéroport de Bourget, en alternance avec le salon aéronautique de Farnborough en Angleterre et celui de Berlin en Allemagne. Il rassemble les professionnels du secteur, mais permet également de présenter les innovations technologiques au public durant quelques jours.

Lors de sa précédente édition en juin 2011, le Salon du Bourget a attiré près de 355 500 visiteurs internationaux (204 000 visiteurs grand public et 151500 visiteurs professionnels), 2113 exposants venus de 45 pays et 290 Délégations Officielles venues de 82 pays. On estime les retombées économiques de cette manifestation à près de 257 millions d'euros (données 2009) sans tenir compte des retombées induites par les conclusions de contrats qui sont colossales. De plus, l'évènement générerait près de 4000 emplois directs et indirects.

De par la présence des principaux acteurs de l'industrie aéronautique et de nombreux décideurs politiques, le salon du Bourget dispose d'une notoriété internationale accentuée par une forte médiatisation (la dernière édition ayant attiré plus de 3000 journalistes internationaux). Cet évènement est l'occasion pour la France de présenter son savoir-faire dans l'un de ses principaux secteurs d'excellence.

### 2. Gouvernance

Le Salon est organisé par le Groupement des industries françaises aéronautiques et spatiales (GIFAS), une fédération rassemblant les professionnels du secteur (constructeurs et systémiers, fabricants d'équipements, PME).

### 3. Concurrence

L'enjeu pour la place parisienne est tout d'abord de maintenir l'attractivité de son salon pour les visiteurs et les exposants, vis-à-vis des deux autres places européennes qui organisent des manifestations similaires : Farnborough et Berlin.

Le salon du Bourget est également en concurrence avec le salon international aérospatial de Moscou (MAKS) organisé quelques semaines plus tard, tous les 2 ans.

### 4. Forces et faiblesses de la place parisienne / francilienne pour l'accueil des salons internationaux

#### Les atouts majeurs

- ⇒ L'industrie aéronautique et spatiale fait partie des filières d'excellence de la France. En effet elle est le premier secteur exportateur français (77% du chiffre d'affaire en 2011), le premier contributeur de la balance commerciale et est portée par de nombreuses entreprises occupant une place de premier plan voire de leader mondial sur leur segment : EADS/Airbus pour l'aviation civile par exemple, ou encore Dassault pour l'aviation d'affaire et militaire.
- ⇒ L'île de France abrite de nombreux acteurs de l'aéronautique sur son territoire. Le secteur fait partie de

ses domaines de spécialisations comme en témoigne son pôle de compétitivité « Astech Paris Région ».

- ⇒ Paris « ville monde » bénéficie d'une attractivité touristique certaine et avec des vols réguliers au départ des principales capitales mondiales, elle est facilement accessible aux visiteurs internationaux. De plus le lieu de la manifestation, l'aéroport du Bourget, bénéficie d'une bonne situation géographique à une dizaine de km seulement de l'aéroport Roissy CDG et du centre de Paris.
- ⇒ La ville de Paris dispose d'une forte expérience en termes d'organisation de salons de dimension internationale. Elle occupe une place de leader en Europe en surface d'exposition (1 925 000 m<sup>2</sup> cumulés) et en nombre d'exposants : 67 050 en 2010 répartis sur 134 manifestations et drainant plus de 7 millions de visites.
- ⇒ Le salon du Bourget est un évènement phare de la place parisienne qui possède l'avantage de bénéficier du soutien des pouvoirs publics et de l'implication des hauts dirigeants de l'Etat. En effet, ceux-ci ont parfaitement intégré le potentiel commercial de cette manifestation, véritable vitrine du savoir faire français sur la scène internationale.
- ⇒ Le SIAE bénéficie de l'implication de l'ensemble des acteurs du secteur qui agissent de façon coordonnée, notamment grâce au récent partenariat du GIFAS avec le pôle de compétitivité « Astech Paris Région ».

### **Des améliorations seraient opportunes pour renforcer l'attractivité de ce salon**

⇒ Les liaisons en transports en commun entre le parc d'exposition de l'aéroport du Bourget, Roissy CDG et Paris devraient être améliorées. Bien que la liaison Le Bourget/Paris soit relativement rapide (15 minutes), la liaison Roissy CDG/Le Bourget prend environ 30 minutes, ce qui peut sembler long pour une si courte distance et peut-être un frein pour la clientèle d'affaire.

Le projet transport du Grand Paris devrait palier à ce problème avec la création de la ligne express rouge permettant de relier rapidement l'Aéroport CDG à l'aéroport

du Bourget et à Paris. Le prolongement de ligne 7 du métro desservant également Le Bourget, devrait permettre de désengorger le RER B et d'assurer de meilleures conditions de voyage.

- ⇒ L'absence d'une ligne dédiée et directe entre l'aéroport Roissy CDG et Paris comme on en trouve dans plusieurs autres capitales européennes comme Londres peut être un handicap. La relance récente du projet CDG express est un signe positif à cet égard.

## **Focus 3 - Le congrès de européen de Cardiologie (ESC) 2001**

### **1. Présentation de l'évènement**

Le congrès européen de la cardiologie, qui rassemble les professionnels du domaine, est un évènement tournant organisé tous les ans dans une capitale européenne. Il représente l'occasion pour les spécialistes des maladies cardio-vasculaire de présenter leurs études et de découvrir les avancées technologiques en la matière.

La dernière édition, qui s'est tenue à Paris Nord Villepinte en Août 2011 a enregistré un nombre record de 33 000 participants provenant de 146 pays (dont un tiers situés en dehors de l'Europe) ce qui en fait le plus grand congrès international jamais réalisé dans la capitale.

Outre d'importantes retombées économiques (près de 90 millions d'euros pour l'édition parisienne), ce type d'évènement contribue au rayonnement international des travaux scientifiques du pays d'accueil.

### **2. Gouvernance**

Le congrès européen de cardiologie est organisé par la Société européenne de cardiologie (ESC), une organisation rassemblant près de 70000 professionnels (principalement européens) du secteur. Les pays d'accueil sont sélectionnés parmi les pays membres de la société européenne de cardiologie en général 5 ans à l'avance.

Comme tout évènement d'affaire international, les critères mis en avant pour l'organisation sont la sécurité du lieu d'accueil, la praticité des transports et la capacité d'hébergement.

La candidature de Paris pour la session 2011 fut soutenue par le Bureau des congrès de l'OTCP.

### 3. Concurrence

Le congrès européen de la cardiologie ayant lieu chaque année dans une ville européenne majeure, l'enjeu pour la place parisienne est de se maintenir parmi la liste des villes tournantes.

On note que depuis 1988, le congrès ne s'est déroulé que deux fois en France (la première étant en 1993 à Nice). Les principales villes d'accueil sont Stockholm et Vienne (4 fois), Barcelone (3 fois), Munich et Berlin (2 fois). La ville de Munich accueillera une fois de plus le congrès en 2012.

Il faut noter que sur la période 2000-2010 les congrès du secteur de la santé ont représenté 23% des congrès totaux à Barcelone, contre 20% à Paris et Vienne.

### 4. Forces et faiblesses de la place parisienne / francilienne pour l'accueil de très grands congrès internationaux

La dernière édition 2011 du congrès européenne de la cardiologie a attiré 23% de congressistes de plus que l'édition de 2010 à Stockholm. D'une manière générale, cette réussite traduit la capacité de Paris à organiser une manifestation d'envergure internationale et atteste que Paris est le lieu phare du tourisme d'affaire à l'international.

#### Les atouts

- ⇒ Son attractivité en termes de loisirs pour les congressistes tout d'abord, semble avoir été un critère de choix lors de la dernière édition, la société européenne de cardiologie déclarant : *« Paris est une ville accessible, qui a offert aux participants un très large choix d'hôtels, une offre culturelle et de shopping incomparable, une gastronomie de renommée mondiale et la possibilité de se déplacer aisément dans la ville. »*
- ⇒ La plus grosse offre hôtelière du monde avec près de 150 000 chambres sur l'ensemble de la région, dont près de 80 000 dans Paris Intra-muros.
- ⇒ Paris dispose d'une expérience significative dans l'organisation d'événements de ce type. Avec 147 manifestations en 2010, elle est la troisième métropole d'accueil de congrès internationaux (derrière Vienne et Barcelone).
- ⇒ La présence du parc d'exposition de Paris Nord Villepinte, rénové récemment et adapté pour recevoir des congrès de grande ampleur est également un avantage. Avec plus de 240 000 m<sup>2</sup> de surface d'exposition, il est l'un des plus grands

centres d'exposition et de congrès d'Europe dont la proximité de l'aéroport CDG et l'emplacement à une vingtaine de km seulement de Paris est un avantage. De plus, l'accueil de très grands congrès de plus de 10 000 participants va être facilité grâce au projet de transformation profonde du site de la Porte de Versailles et la création du nouveau centre de congrès dans lequel VIPARIS, filiale de la CCI Paris Ile-de-France a investi.

- ⇒ Concernant spécifiquement l'organisation du congrès de la cardiologie, rappelons que le secteur de la santé est l'une des filières d'excellence de l'île de France comme en atteste son pôle de compétitivité mondial « Medicen Paris région ». La région abrite en effet un cluster santé : une concentration d'entreprises du secteur (plus de 800 sociétés dont le siège de grands groupes pharmaceutiques comme Sanofi ou GlaxoSmithKline), centres de recherche (50% des unités de l'Inserm, 2300 chercheurs du CNRS...) université et le plus grand réseau hospitalier européen (Assistance publique – Hôpitaux de Paris).

#### Les points d'attention

Quatre points d'attention sont à relever :

- ⇒ Les liaisons en transports en commun entre le parc d'exposition de l'aéroport du Bourget, Roissy CDG et Paris ne sont pas toujours optimales, ce qui conduit les utilisateurs du parc d'exposition à utiliser la voie routière dont le fonctionnement peut aussi être perturbé par des engorgements. A l'avenir le projet transport du Grand Paris devrait palier à ce problème, la ligne express rouge assurant le lien Parc des expositions / Aéroport CDG en moins de 5 minutes et Parc des expositions / Paris en 20 minutes environ.
- ⇒ Une meilleure implication et coordination des acteurs du secteur est en cours. Dans le cadre du congrès de la cardiologie, l'OTCP et de VIPARIS qui sont parvenus à fédérer autour du projet les acteurs publics, parapublics (CCIR, Mairie de Paris...) et privés (groupes hôteliers, Air France, Aéroport de Paris, RATP...); cela a permis qu'un comité de pilotage spécifique soit mis en place par l'OTCP pour résoudre la problématique des transports. L'implication des pôles de compétitivité (Medicen Paris Region pour le congrès ESC) pourrait être renforcé, afin de mieux communiquer auprès des professionnels.
- ⇒ Paris apparaît comme une ville chère en termes d'hébergement notamment. (comparée à d'autres villes plus petites comme Munich ou Barcelone). MCI France s'est chargé d'obtenir auprès des hôteliers les allotements nécessaires afin de prévenir des problèmes d'organisation, et d'obtenir des prix plus attractifs.

## Focus 4 - L'Exposition universelle de 2025

### 1. Présentation de l'évènement

Les expositions universelles qui avaient à l'origine pour but de présenter les avancées technologiques des grandes nations, se sont développées à travers le monde à partir du milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle. A cette époque la ville de Paris en a accueilli plusieurs (1855, 1867, 1878, 1889 et 1900) au cours desquelles de nombreux monuments emblématiques furent créés comme les grands et petits palais ou encore la tour Eiffel.

Ces manifestations se déroulent tous les cinq ans environs (la fréquence étant réglementée) en alternance avec des expositions internationales spécialisées, de plus courte durée et d'une superficie moindre.

Près de 75 ans après la dernière exposition spécialisée de 1937 sur le thème « les arts et techniques dans la vie moderne » (expositions universelle de taille moindre comme celle de Lille en 1951 sur le thème du textile) organisée dans la capitale, l'idée d'accueillir de nouveau ce genre d'évènement fut soulevée par Jean-Christophe Fromantin, maire de Neuilly-sur-Seine. Le projet d'exposition universelle de 2025 s'inscrit pleinement dans le cadre du projet Grand Paris. En effet, contrairement au schéma habituel, qui consistait à ce que chaque pays crée un pavillon dédié dans un lieu unique, l'idée serait de valoriser plusieurs lieux emblématiques du Grand Paris.

Une manifestation de ce type serait source d'importantes retombées économiques. La dernière édition organisée à Shanghai en 2010 a attiré près de 73 millions de visiteurs, et engendré 8,7 milliards d'euros de rentrées touristiques pour la région. Cet enjeu pour le tourisme est renforcé par une médiatisation forte de l'évènement, permettant de valoriser l'image du pays d'accueil à l'international.

Outre l'aspect économique, cette manifestation pourrait être un levier de développement urbain, permettant à Paris de sortir de sa réalité intra-muros, valorisant d'avantage les territoires stratégiques situés en périphérie.

### 2. Gouvernance

Les expositions universelles, tout comme les expositions internationales spécialisées sont réglementées depuis 1928 par le Bureau International des Expositions (BIE) qui regroupe les représentants de 147 états (la plupart des pays européens et d'Amérique du Sud, plusieurs pays

Africains et d'Asie) C'est ce même bureau qui désigne le pays d'accueil parmi les dossiers de candidature.

Pour pouvoir déposer leur candidature à l'organisation d'une exposition universelle, les états doivent déposer un dossier auprès du BIE au plus tôt neuf ans et au plus tard six ans avant la date d'ouverture proposée. Celui-ci est examiné, afin d'analyser la pertinence du projet, puis les représentants des états membres votent pour désigner le pays d'accueil.

Les principaux critères de choix sont :

- ⇒ La faisabilité et la viabilité du projet
- ⇒ L'attrait du thème proposé
- ⇒ Les relations internationales du pays candidat avec l'ensemble des états membres du BIE

Une fois le choix du pays d'accueil arrêté, celui-ci doit présenter au BIE une demande d'enregistrement définitive du projet accompagnée d'un plan de mise en œuvre détaillé, au plus tard 5 ans avant la date d'ouverture. Les premiers préparatifs ne pourront intervenir qu'après l'enregistrement officiel.

### 3. Concurrence

Dans le contexte d'une exposition universelle, la concurrence s'exerce à l'échelle mondiale. Les dernières places ayant reçu une exposition universelle sont Shanghai (2010), Hanovre (2000), Séville (1992), Osaka (1970), Montréal (1967) New York (1964) et Bruxelles (1958 et 1935). La prochaine édition aura lieu en 2015 à Milan.

Pour ce qui est de l'édition 2020, plusieurs candidats ont porté leur candidature : La Turquie (qui avait déjà déposé un dossier en 2015), la Thaïlande, le Brésil, La Russie (déjà candidate pour l'édition 2010) et les Emirats Arabes-Unis.

Les candidats officiels de l'édition de 2025, concurrents directs de la France ne sont pas encore connus toutefois plusieurs villes sont pressenties comme Toronto ou San Francisco.

### 4. Candidature parisienne / francilienne

Les atouts

- ⇒ L'aspect historique tout d'abord n'est pas négligeable. Paris a déjà été le théâtre de plusieurs expositions universelles dont celle de 1900 qui rencontra un vif succès à l'époque avec 50 millions de visiteurs.
- ⇒ Autre point positif : l'originalité du projet proposé. Habituellement chaque pays participants se voit représenté par un pavillon dédié, spécialement construit pour l'occasion. La France a au contraire proposé de

valoriser des sites emblématiques déjà existants, au travers du Grand Paris.

En effet le territoire présente l'avantage de disposer de nombreux monuments de renommée internationale, que ce soit à Paris intra-muros ou en dehors (citons par exemple le château de Versailles). Dans le cadre du projet Grand Paris, de nouveaux sites moins connus seront valorisés par le label du même nom et seront donc autant de lieux potentiels pour l'exposition.

L'architecture historique de la ville de Paris reste l'un des principaux intérêts des visiteurs étrangers. Aussi l'idée innovante d'associer des monuments anciens à un décor plus moderne permettrait de renforcer l'attractivité de la manifestation à la manière d'un « projet flagship ». Elle sera l'occasion pour les visiteurs de découvrir Paris autrement, à travers une exposition éphémère gage d'une expérience touristique forte.

- ⇒ Les porteurs du dossier de candidature insistent sur le fait que le Grand Paris disposera d'un mode de transport moderne s'inscrivant parfaitement dans cette exposition dédiée à l'innovation. En effet, la dispersion des attractions dans la ville pour ne pas devenir un frein, suppose un réseau de transport efficace. C'est tout l'enjeu du projet Grand Paris et de son réseau de transport Grand Paris Express. Grâce aux nouvelles lignes et au prolongement du réseau existant, les sites choisis devraient être facilement accessibles les uns par rapport aux autres. En cas de réussite, l'évènement serait l'occasion de valoriser ce nouveau réseau de transport.
- ⇒ Enfin, bien que le projet en soit encore à ses balbutiements, il dispose du soutien de plusieurs hommes politiques locaux (Luc Carvounas, sénateur maire d'Alfortville, Philippe Laurent, maire de Sceaux...), économistes, chefs d'entreprises et personnalités publiques. Une pétition visant à impliquer la population locale a même été mise en place. L'implication des acteurs publics et privés, nécessaire à l'obtention de financements solides est aussi un atout de communication, gage du sérieux accordé au projet.
- ⇒ Le Comité de soutien sera animé par trois personnalités qui illustrent de façon complémentaire l'ambition et l'excellence du projet : **Maud FONTENOY**, 35 ans, porte-parole de la Commission océanographique intergouvernementale de l'UNESCO et du Réseau océan mondial pour les océans, vice-présidente du Conservatoire national du littoral, membre du Conseil Economique, Social et Environnemental

et Présidente de la Maud Fontenoy Fondation, **Cédric VILLANI**, 39 ans, mathématicien, directeur de l'Institut Henri Poincaré et professeur à l'université Claude Bernard Lyon 1. Il a reçu la médaille Fields en 2010, **Anne-Sophie PIC**, 43 ans, 3 étoiles au Guide Michelin à partir de 2007. Elle est issue d'une lignée de chefs restaurateurs primés au Guide Michelin. Le 24 septembre 2007, elle est élue « chef de l'année » par les 8000 chefs répertoriés dans le guide Michelin. C'est la première femme à obtenir ce prix, créé en 1987. Le 18 avril 2011, elle reçoit le prix Veuve Clicquot de la « Meilleure Femme Chef du Monde ».

#### Toutefois certains points sont en cours d'amélioration avant la phase finale de dépôt de candidature :

- ⇒ Les capacités hôtelières doivent être renforcées pour répondre à la demande d'un tel évènement. Bien que l'offre soit suffisante dans Paris-intra-muros, elle n'est pas satisfaisante dans le cadre du Grand Paris.
- ⇒ Le lobbying auprès des pouvoirs publics devrait être renforcé afin que l'Etat et ses hauts dirigeants soutiennent le projet. Pour renforcer sa légitimité, la candidature parisienne doit être davantage soutenue par les élus des collectivités impliquées dans le projet Grand Paris. Le comité de soutien actuel doit être consolidé tout comme l'implication de la population via les réseaux sociaux par exemple. Il est également important de communiquer largement dès à présent sur les bénéfices qu'engendrerait une telle manifestation pour la région, ses habitants et ses entreprises.

## ANNEXE 2 : Liste des 20 plus grands salons en termes de fréquentation à Paris Île-de-France

Le top 10 des salons grand public à Paris Ile-de-France					
Noms	Lieux	Périodicité	Type de salon	Visiteurs (première visite)	année
Mondial de l'automobile	Paris Porte de Versailles	Biennal	Grand Public	1 231 416	statistique 2012
Salon international de l'Agriculture	Paris Porte de Versailles	annuel	Grand Public	678 816	statistique 2012
Foire internationale de Paris	Paris Porte de Versailles	annuel	Grand Public	619 745	statistique 2012
Salon nautique international de Paris	Paris Porte de Versailles	annuel	Grand Public	242 833	statistique 2011
Japan expo	Paris Nord Villepinte	annuel	Grand Public	219 614	statistique 2012
Salon européen de l'éducation	Paris Porte de Versailles	annuel	Grand Public	170 816	statistique 2011
L'étudiant - Paris	Paris Porte de Versailles	annuel	Grand Public	169 935	statistique 2012
Salon de la Moto *	Paris Porte de Versailles	Biennal	Grand Public	163 026	statistique 2011
Salon du livre de Paris	Paris Porte de Versailles	annuel	Grand Public	155 762	statistique 2012
Cheval Paris	Paris Nord Villepinte	annuel	Grand Public	151 341	statistique 2012
<i>*dernière édition en 2011</i>					
Le top 10 des salons professionnels à Paris Ile-de-France					
Noms	Lieux	Périodicité	Type de salon	Visiteurs (première visite)	année
Salon international de l'Aéronautique et de l'Espace *	Paris le Bourget	Biennal	Professionnel	373 025	statistique 2011
Première Vision, Expofil, Indigo, Modamont	Paris Nord Villepinte	annuel	Professionnel	176 951	statistique 2012
Batimat *	Paris Nord Villepinte	Biennal	Professionnel	162 026	statistique 2011
Maison&Objet	Paris Nord Villepinte	2 fois par an	Professionnel	160 790	statistique 2012
SIMA-SIMAGENA-SIMAVIP	Paris Nord Villepinte	Biennal	Professionnel	150 342	statistique 2013
Who's Next & Prêt à Porter Paris	Paris Porte de Versailles	annuel	Professionnel	112 746	statistique 2012
SIAL	Paris Nord Villepinte	Biennal	Professionnel	95 749	statistique 2012
Intermat	Paris Nord Villepinte	triennal	Professionnel	81 598	statistique 2012
Interclima + elec	Paris Nord Villepinte	Biennal	Professionnel	60 652	statistique 2012
Equip'Hôtel	Paris Porte de Versailles	Biennal	Professionnel	59 244	statistique 2012
Equip Auto*	Paris Nord Villepinte	Biennal	Professionnel	45 745	statistique 2011
<i>*dernière édition en 2011</i>					



## ANNEXE 3 : Liste des 12 congrès ayant plus de 10 000 congressistes organisés d'ici 2016

Futurs congrès internationaux de plus de 10 000 participants	Fréquence	2013	2014	2015	2016	nombre de congressistes	nombre de congressistes étrangers	nombre de congressistes français
Conférence internationale sur le sida (international conference on AIDS)	biennal		Melbourne		En cours	23 767	11 725	12 042
Congrès ophtalmologique mondial (world Ophtalmology Congress - WOC)	quadriennal				Guadalajara	10 000	8 000	2 000
Conférence sur l'industrie électrique en Europe (PowerGen Europe)	annuel	Vienne	Cologne	En cours	En cours	13 014	10 410	2 604
Congrès annuel de la société européenne de cardiologie	annuel	Amsterdam	Barcelone	Londres		32 950	31 303	1 647
Congrès annuel de la société européenne sur les maladies respiratoires (ERS)	annuel	Barcelone	Munich	En cours	En cours	18 719	17 034	1 685
Convention annuelle du Rotary international	annuel	Lisbonne	Sydney			17 487	15 740	1 747
Congrès annuel de l'association européenne pour les études et le diabète (EADS)	annuel	Barcelone	Vienne	En cours	En cours	18 127	15 952	2 175
Congrès mondial sur le diabète (IDF)	biennal	Melbourne		Vancouver		15 100	14 001	1 099
Congrès annuel de l'association européenne d'urologie	annuel	Milan	Stockholm	En cours	En cours	15 000	13 050	1 950
Congrès annuel de l'association mondiale des professions dentaires (FDI)	annuel	Istanbul	Séoul	En cours	En cours	10 547	8 800	1 747
Conférence européenne sur le cancer (ECCO)	biennal	Amsterdam		Barcelone		15 931	14 816	1 115
GSMA Mobile World Congress	annuel	Barcelone	Barcelone	En cours	En cours	72 000	64 800	7 200
<b>Total</b>						<b>262 642</b>	<b>225 631</b>	<b>37 011</b>

Les retombées économiques générés par ces 12 congrès s'ils avaient lieu à Paris : 732 millions d'euros (13 710 emplois ETP)

## ANNEXE 4 : Liste des 15 expositions culturelles ayant les plus fortes fréquentations, accueillies à Paris en 2012-2013

Sites	Expositions	Ouverture	Fermeture	Fréquentation
Centre Pompidou	Dali	21/11/12	25/03/13	790 090
Grand Palais	Edward Hopper	10/10/12	03/02/13	784 269
Centre Pompidou	Matisse. Paires et séries	07/03/12	18/06/12	494 085
Musée d'Orsay	L'impressionnisme et la mode	25/09/12	20/01/13	492 347
Musée d'Orsay	Degas et le nu	13/03/12	01/07/12	460 545
Centre Pompidou	Gerhard Richter	06/06/12	24/09/12	424 453
Musée d'Orsay	Misia, Reine de Paris	12/06/12	09/09/12	402 844
Centre Pompidou	Danser sa vie	23/11/11	02/04/12	386 653
Musée du Louvre	Raphael, les dernières années	11/10/12	14/01/13	358 248
Cinémathèque française	Tim Burton	07/03/12	05/08/12	352 000
Cité des sciences et de l'industrie	L'océan, le climat et nous	06/04/11	30/06/12	345 000
Musée du Louvre	L'Ultime chef d'œuvre de Léonard de Vinci: la sainte Anne	29/03/12	25/06/12	304 545
Grand Palais	Helmut Newton	24/03/12	30/07/12	302 374
Musée de l'Orangerie	Debussy: la musique et les arts	22/02/12	11/06/12	286 694
Cité des sciences et de l'industrie	Gaulois, une exposition renversante	18/10/11	02/09/12	272 000

Source : OTCP

## ANNEXE 5 : Liste des futures compétitions sportives internationales attribuées

<i>Futures Compétitions sportives internationales attribuées en mai 2013</i>	<i>Fréquence</i>	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Jeux Olympiques d'été	quadriennal				Rio				Istambul ou Tokyo ou Madrid (candidats)		
Coupe du monde de Football	quadriennal		Brésil				Russie				Qatar
Championnat d'Europe de Football	quadriennal				France				Europe		
Finale Champions league de Football	annuel	Londres	Lisbone								
Coupe de Monde de Rugby	quadriennal			Angleterre				Japon			
Jeux de la Francophonie	quadriennal	Nice				Abdjian					
Championnat du Monde d'athlétisme	biennal	Moscou		Pékin		Londres		Doha (candidat)			
Championnat d'Europe d'athlétisme	biennal		Zurich		Amsterdam		Berlin (candidat)				
Championnat du Monde de Basketball	quadriennal		Espagne				France-Allemagne (candidature commune)				
Championnat d'Europe de Basketball	biennal	Lituanie		Ukraine							
Championnat du Monde de Handball	biennal	Espagne		Qatar		France					
Championnat d'Europe de Handball	biennal		Danemark		Pologne						
Championnat du Monde de natation	biennal	Barcelonne		Kazan (Russie)		Guadalajara (Mexique)					
Championnat d'Europe de natation	biennal		Berlin								
Championnat du Monde de Volleyball	biennal		Italie			Canada					
Championnat d'Europe de Volleyball	biennal	Danemark/Pologne									
Championnat du Monde de Judo	annuel	Rio	Tchelanbink (Russie)	Sao Paulo							
jeux equestres mondiaux	quadriennal		Caen				Montreal				
Ryder Cup Golf	biennal		Ecosse		USA		Saint Quentin en Yvelines				
<i>Source CCI Paris Ile-de-France</i>											

## ANNEXE 6 : Focus sur les filières d'excellences et pôles de compétitivité à Paris Île-de-France

### Des filières d'excellence de premier ordre

L'Île-de-France se distingue de toutes les autres métropoles mondiales par la diversité de son tissu économique. Des secteurs particulièrement innovants tels que les biotechnologies, les nanotechnologies, les services *Wireless* ou l'animation graphique 3D cohabitent avec des secteurs plus traditionnels comme l'aéronautique ou encore l'automobile.

L'économie d'Île-de-France présente ainsi une multi-spécialisation unique en Europe, avec près de 10 clusters de haute technologie, tous de rang mondial ou européen.

- **Aéronautique** : 200 000 emplois, 35 % des effectifs nationaux de la filière, 900 établissements, 1 100 entreprises sur les plates-formes aéroportuaires (3).
- **Automobile** : 150 000 emplois, 17 % des effectifs français, 40 % des investissements nationaux, 380 établissements, 68 équipementiers.
- **Cosmétiques** : 17 000 emplois directs, 40 % des établissements français de cosmétologie, 40 % des commerces de gros en parfumerie, 50 % des effectifs français du secteur, 14 568 milliards d'euros de chiffre d'affaires.
- **Éco-activités** : 112 000 emplois, 17 milliards d'euros de chiffre d'affaires, 35 000 emplois directs cœur de filière.
- **Image et multimédia** : 10 700 entreprises, 160 000 personnes, 12 000 chercheurs.
- **Logistique** : 2 millions de m2 de plates-formes logistiques, 29 millions de m2 d'entrepôts, 30 millions de m2 de locaux d'activité, 270 millions de tonnes de fret.
- **Santé et sciences du vivant** : 320 entreprises pharmaceutiques (57 % du total national), 32 200 emplois, 360 sociétés d'équipement et de dispositifs médicaux (30 % du total national), 150 sociétés de biotechnologies (50 % du total national), 57 000 emplois.
- **Services financiers** : 9 000 établissements bancaires dont 450 banques étrangères, 270 500 emplois, 4,5 % du PIB national.
- **Technologies de l'information et de la communication** : 18 000 entreprises, 423 000 emplois.

### Huit pôles de compétitivité en appui

Les pouvoirs publics ont en effet renforcé leur soutien aux filières d'excellence, notamment par un financement accru des activités de recherche, une meilleure visibilité internationale, un partenariat de niveau mondial entre tous les acteurs de la recherche présents dans la région.

C'est la combinaison, sur un espace géographique donné, d'entreprises, de centres de formation et d'unités de recherche publiques ou privées engagés dans une synergie autour de projets communs au caractère innovant. Ce partenariat s'organise autour d'un marché et d'un domaine technologique et scientifique qui lui est attaché et doit rechercher une masse critique pour atteindre une compétitivité et une visibilité internationale.

- **Advancity - Ville et Mobilité Durables** : pôle de compétitivité national consacré aux bâtiments, aux infrastructures, à l'aménagement urbain et aux transports dans la perspective du développement durable.
- **ASTech Paris Region** : pôle de compétitivité national qui fédère tous les grands acteurs de la motorisation, du transport spatial et de l'aviation d'affaires de la métropole francilienne.
- **Cap Digital** : pôle de compétitivité à vocation mondiale consacré aux technologies de l'information et de la communication et à la technologie des contenus numériques.
- **Cosmetic Valley** : pôle de compétitivité national consacré à la parfumerie et à la cosmétique.
- **Finance Innovation** : pôle de compétitivité mondial dont l'objectif est de bâtir des projets industriels et de recherche, à haute valeur ajoutée et créateurs d'emplois, et de conforter la position de Paris comme pôle européen d'expertise financière.
- **Medicen Paris Région** : pôle de compétitivité mondial consacré aux hautes technologies pour la santé, aux nouveaux médicaments et aux nouvelles thérapies géniques, moléculaires et cellulaires.
- **Mov'éo** : pôle de compétitivité à vocation mondiale consacré à l'automobile et aux transports collectifs, ainsi qu'à l'aéronautique et à l'ingénierie routière.
- **Systematic Paris Région** : pôle de compétitivité mondial consacré à la maîtrise des technologies clés (optique, électronique et logiciel) et des systèmes complexes pour quatre marchés applicatifs : télécoms, automobile et transport, sécurité et défense, outils de conception et développement de systèmes (4). (4) Source : Agence régionale de développement.

## ANNEXE 7 : Les contrats de développement territoriaux (CDT), des outils au service des territoires du Grand Paris

Qu'est-ce qu'un CDT ?	A quoi sert un CDT ?
<p>Un contrat de développement territorial est un contrat signé entre l'Etat et les communes et/ou Etablissements publics de coopération intercommunale dont le territoire :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ est concerné par le projet du réseau du transport public.</li> <li>✓ est situé dans un des grands territoires stratégiques.</li> <li>✓ est attaché à une commune répondant à un des critères.</li> </ul> <p>La Région Île-de-France et les départements concernés peuvent être, à leur demande, signataires des CDT.</p>	<p>Les CDT ont pour objectif la mise en œuvre des objectifs du projet Grand Paris au niveau local. Ils permettent de définir et de mettre en œuvre une stratégie de développement du territoire concerné dans une démarche contractuelle et partenariale.</p> <p>Les CDT fixent les objectifs et les priorités en matière « d'urbanisme, de logement, de transport, de déplacement et de lutte contre l'étalement urbain, d'équipement commercial, de développement économique, sportif et culturel, de protection des espaces naturels, agricoles et forestiers et des paysages et des ressources naturelles. »</p>
Quelle articulation avec les documents d'urbanisme existants ?	Quel état d'avancement? (pour plus de précisions, voir le tableau ci-après)
<p>Les CDT doivent être compatibles avec le Schéma directeur de la région Île-de-France (SDRIF). Les autres documents d'urbanisme (PLU, PLD, SCOT...) en vigueur doivent être mis en compatibilité avec le CDT.</p>	<p>21 CDT sont en cours de préparation :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 154 accords-cadres ont été signés</li> <li>✓ 104 CDT ont été validés au 1<sup>er</sup> septembre 2013 avant d'être soumis à enquête publique.</li> <li>✓ 2 CDT ont fait l'objet d'une enquête publique.</li> </ul>
Quel calendrier ?	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Validation des CDT</b> par le comité de pilotage chargé de son élaboration au cours de l'année 2013</li> <li>✓ <b>Consultation des personnes publiques associées pour avis</b> (Conseil Régional, Conseil Général, Paris Métropole, Association des Maires d'Île-de-France, Atelier International du Grand Paris)</li> <li>✓ <b>Lancement des enquêtes publiques</b> au plus tard 4 mois après la validation du CDT par le comité de pilotage (décembre 2013 au plus tard)</li> <li>✓ <b>Validation finale du CDT</b> par le comité de pilotage dans les 3 mois <u>suivant la transmission des conclusions de l'enquête publique</u></li> <li>✓ <b>Signature du CDT</b> par les communes/EPCI et l'Etat dans les 3 mois qui suivent la validation par le comité de pilotage. La Région et le Département peuvent, à leur demande, être signataires du CDT.</li> <li>✓ <b>Evaluation de la mise en œuvre du contrat tous les 3 ans.</b></li> </ul>	

**Directeur de la publication** : Pierre TROUILLET  
CCI Paris Ile-de-France  
27 avenue de Friedland - 75 382 Paris cedex 08  
Rapports consultables ou téléchargeables sur le site :  
[www.cci-paris-idf.fr](http://www.cci-paris-idf.fr)  
Dépôt légal : octobre 2013  
ISSN : 0995-4457 – Gratuit

