



Premières Assises nationales de l'industrie des rencontres et événements professionnels

le 28 janvier 2008 à Paris-Nord Villepinte

Une filière mobilisée pour hisser la France au premier rang mondial

SOMMAIRE

- 1. Foires, salons et congrès : un secteur stratégique pour la France**
- 2. Une démarche collective pour plus de compétitivité**
 - 2.1. Le Comité national de pilotage des foires, salons et congrès**
 - 2.2. Les premières Assises nationales de l'industrie des rencontres et événements professionnels**

Annexes :

- 1. Les chiffres-clés du secteur**
- 2. Le secrétariat général : CCIP, France Congrès, FCSF**

1. Foires, salons et congrès : un secteur stratégique pour la France

Les rencontres professionnelles, au premier rang desquelles figurent les foires, salons et congrès, jouent un rôle essentiel dans le développement des entreprises et des régions qui les accueillent.

Elles génèrent des échanges commerciaux, scientifiques et techniques, créent de l'image, de la richesse et de l'innovation : les foires, salons et congrès constituent un secteur hautement stratégique pour l'économie française. Cette industrie dite « des rencontres et des événements professionnels » (foires, salons, congrès mais aussi conventions, colloques, séminaires) représente ainsi plusieurs centaines de milliers d'emplois et 9 milliards d'euros de retombées économiques en France, dont près de 5 milliards pour la seule région Ile-de-France.

Si, sur ce marché, la France occupe actuellement une place reconnue au niveau mondial, elle doit affronter une concurrence de plus en plus vive.

Face à ce défi de taille, la réponse ne peut être que collective, partagée par l'ensemble des professionnels concernés et soutenue par les pouvoirs publics.

C'est dans cet esprit, et pour la première fois, que tous les acteurs publics et privés de la filière se sont associés, à l'initiative du Gouvernement. Réunis au sein d'un Comité national de pilotage des foires, salons et congrès, ils ont défini des axes de progrès et des solutions concrètes pour permettre d'améliorer durablement la compétitivité de la France.

2. Une démarche collective pour plus de compétitivité

2.1. Le Comité national de pilotage des foires, salons et congrès

Le 20 décembre 2006, Christine Lagarde et Léon Bertrand, alors respectivement Ministre déléguée au Commerce Extérieur et Ministre délégué au Tourisme, installent officiellement le comité national de pilotage des foires, salons et congrès. L'objectif de cette instance de gouvernance informelle : définir et encadrer les travaux à conduire pour renforcer l'attractivité et la compétitivité du secteur des foires, salons et congrès en France, en apportant des réponses concrètes et adaptées à la pression concurrentielle, notamment internationale.

Le comité réunit vingt membres, des représentants des grands acteurs publics et des professionnels de la filière, du tourisme et des transports. Son secrétariat général est assuré conjointement par Foires, Salons et Congrès de France (FSCF), France Congrès et la Chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCIP).

Menés de janvier à septembre 2007, les premiers travaux du comité visaient à dresser une liste d'actions à engager rapidement, sur la base des sept axes de travail prioritaires définis le 20 décembre 2006 :

- Création d'un plan d'actions pour l'internationalisation du secteur ;
- Promotion internationale et performance de l'action commerciale française ;
- Accueil et accessibilité ;
- Développement des sites d'exposition et de congrès et valorisation des territoires ;
- Observation économique, veille concurrentielle et communication ;
- Développement des manifestations économiques et des événements d'affaires ;
- Inscription des attentes des exposants dans la démarche de promotion menée par la filière.

Pour approfondir ces différents thèmes, des ateliers ont été constitués avec les membres du Comité national de pilotage ainsi qu'avec des acteurs concernés par le sujet et souhaitant contribuer à la réflexion. Cette participation à la fois représentative et ouverte garantit la pertinence des propositions formulées par ces groupes.

Ce travail collectif a conduit à la présentation le 4 décembre dernier au ministère de l'Economie, des Finances et de l'Emploi, d'une série d'actions prioritaires à mettre en œuvre pour renforcer l'attractivité et la compétitivité de la filière. Certaines d'entre elles appellent une participation directe des services de l'Etat ou relèvent de la décision politique. D'autres sont du ressort des professionnels du secteur. D'autres enfin nécessitent une action conjointe.

2.2. Les premières Assises nationales de l'industrie des rencontres et événements professionnels

Présenté lors des premières Assises nationales de l'industrie des rencontres et événements professionnels, le 28 janvier 2008 au parc d'expositions de Paris-Nord Villepinte, le programme d'actions élaboré par le Comité national de pilotage doit permettre à la France de se hisser au premier rang mondial en matière d'accueil des très grandes manifestations internationales. Les mesures jugées prioritaires par le Comité national de pilotage y seront débattues.

De nombreuses mesures, fruit des travaux réalisés sur les sept axes de travail validés le 20 décembre 2006 sont déjà réalisées, engagées ou à l'étude. Le rapport d'étape, préconise que le Comité national de pilotage des foires, salons et congrès, avec un appui tout particulier des pouvoirs publics, continue son travail sur les six thèmes prioritaires suivants :

I. L'internationalisation du secteur ;

II. L'observation économique et la veille internationale ;

III. La communication et la promotion ;

IV. L'adaptation et l'efficacité de l'offre commerciale française ;

V. L'accueil et l'accessibilité ;

VI. La recherche et la formation.

I. L'internationalisation du secteur

Le Comité national de pilotage a défini un plan d'action sectoriel pour l'internationalisation des foires, salons et congrès.

Les objectifs sont :

- d'accroître l'internationalisation des manifestations se tenant en France, dans une perspective d'attractivité et de vitrine économique et scientifique ;
- de promouvoir le média « salon » comme un outil de développement international des entreprises françaises ;
- de favoriser la mise en valeur du savoir-faire français en matière de foires, salons et congrès, et l'internationalisation de ses organisateurs.

Ce plan d'actions a été entériné par le comité de l'exportation du 15 mars 2007 présidé par Christine Lagarde, alors Ministre déléguée au Commerce Extérieur, ce qui autorise une instruction particulière et privilégiée des dossiers des entreprises dans le cadre de démarches à l'export.

Le plan d'action sectoriel élaboré par le Comité national de pilotage comprend trente-six mesures, parmi lesquelles :

- La mise en place d'un programme annuel de participation des ministres aux inaugurations de salons et congrès internationaux.
- La mise en place d'une veille sur les pratiques douanières pour permettre aux entreprises de gérer à l'avance toute modification de fond ou de forme.
- La facilitation de l'obtention de visas pour les participants aux salons et congrès internationaux.
- La mise en place officielle d'une liaison régulière et systématique entre les différents réseaux économiques à l'étranger, sous l'égide des ambassadeurs, sur le thème de la promotion des salons et congrès internationaux se tenant en France.
- L'engagement des travaux pour une reconnaissance internationale des congrès. A l'instar des foires et salons (en cours), et dans une démarche de recensement et de comparabilité statistique avec nos principaux concurrents, il s'agirait de fixer par décret les critères définissant un congrès international accueilli en France.

II. L'observation économique et la veille internationale

Il s'agit de mettre en place une cellule spécifique chargée de réaliser des tableaux de bord de l'activité nationale et des principales places internationales. Et ce, afin de répondre aux attentes des entreprises du secteur, qui ont besoin :

- de se situer dans la concurrence nationale et internationale ;
- d'analyser l'évolution de l'activité ;
- de répondre aux attentes de leur clientèle ;
- d'apprécier les retombées économiques pour mobiliser les investisseurs publics ou privés.

Les acteurs de la filière et les pouvoirs publics ont en effet besoin de statistiques fiables sur l'activité nationale et celle des principales places internationales, pour arrêter leurs décisions d'investissement et de développement.

A l'international, la veille ne peut être utile que si les statistiques s'appuient sur des données homogènes.

Parmi les mesures jugées prioritaires par le Comité national de pilotage :

Le CNP a donc engagé en 2007 un important travail sur les définitions et le champ d'observation du secteur, sur la méthodologie à adopter (notamment en matière de bilan d'activité et de conjoncture, de calcul des retombées économiques, de veille internationale) et enfin sur le mode de diffusion de ces informations.

Il y a encore aujourd'hui une difficulté pour les différents partenaires compétents (CCIP, OJS, France Congrès, ODIT France, INSEE...) à travailler de façon coordonnée pour réaliser des « tableaux de bord » fiables et lisibles. Parmi les raisons identifiées : des méthodologies différentes de collecte et de traitement des données, des problèmes de cohérence et de comparabilité des critères, mais aussi des questions liées à l'exhaustivité, à la confidentialité.

Aussi, à la demande du Ministère du Tourisme, ODIT France se rapprochera en 2008 des organismes publics et privés compétents afin de permettre à la profession de bénéficier des services d'une véritable cellule d'observation économique de référence incluant l'investissement et la veille internationale.

III. La communication et la promotion

Communiquer sur le savoir-faire et la capacité de la France à organiser des manifestations professionnelles est fondamental. Le Comité national de pilotage recommande d'investir dans la promotion du secteur et la valorisation de l'offre française.

Parmi les mesures jugées prioritaires par le Comité national de pilotage :

- L'intégration systématique de la promotion des foires et salons dans la stratégie de communication et de valorisation du territoire de Maison de la France, en complément des actions de terrain menées par Promosalons pour le compte des entreprises du secteur. Les principaux atouts de la France doivent être mis en avant : sa diversité et l'innovation. Des messages particuliers peuvent être déclinés pour les secteurs de l'« incentive », des congrès et événements, des foires et salons. Cinq marchés sont ciblés en priorité : Royaume-Uni, Amérique du Nord, Allemagne Chine, et Belgique. Par ailleurs, l'équipe MICE (meeting, incentives, conventions, events) de Maison de la France devra être renforcée avec trois coordinateurs à l'international (Etats-Unis, Asie, Europe) plus une ressource à Paris pour coordonner l'ensemble des actions de promotion.
- La création en 2008, d'une marque ombrelle forte et distinctive, axée sur notre créativité et notre capacité à innover.
- En juin 2007, une association, branche internationale de la FFME (Fédération française des métiers de l'exposition et de l'évènement) a été mise en place, avec une mission pour 2008 : valoriser à l'international les entreprises françaises, les aider à s'implanter à l'étranger et à mutualiser leurs coûts de promotion et de prospection.
- L'organisation d'un événement « vitrine du secteur » qui valoriserait la filière et sa dimension économique auprès des relais d'opinion français et étrangers (presse, organisateurs, etc.), à l'image de la « meeting week » mise en place chez certains de nos voisins européens.

IV. L'adaptation et l'efficacité de l'offre commerciale française

Au-delà du prix, la concurrence internationale se joue sur la capacité des « places » à pouvoir fournir une offre globale compétitive, cohérente et homogène (accès au site de la manifestation, hébergement, transports, loisirs associés...)¹.

Or, la France connaît aujourd'hui des difficultés (par rapport à ses principaux concurrents européens) à fournir une offre globale groupée.

Le Comité national de pilotage s'est donc en effet penché sur la capacité de la France à pouvoir fournir une offre « globale » (accès au site de la manifestation, hébergement, transports...) lors des réponses aux appels à candidature pour certains grands salons, congrès ou événements de dimension internationale, l'objectif étant de permettre à la France de ne pas perdre de son attractivité dans ce domaine.

Il s'agira en 2008 de :

- **Continuer à sensibiliser les pouvoirs publics compétents à la problématique des offres globales et à la nécessité, dans ces circonstances, d'adapter les règles de la concurrence ;**
- **Favoriser la mise en place d'une coordination effective entre tous les acteurs de la chaîne (voyagistes, opérateurs, hôteliers, taxis, etc.) concernés par la mise en place d'une telle offre groupée.**

¹ Offre dite « packagée » proposant aux organisateurs les principales prestations liées au séjour des exposants et visiteurs lors d'une candidature à l'accueil d'une manifestation internationale (vol aérien, transports, hébergement, visites touristiques...).

V. L'accueil et l'accessibilité

L'accueil et l'accessibilité sont déterminants dans le choix d'une destination. Plus important encore, c'est autour de ces notions que se font et se défont des réputations... Or dans ce domaine, la France accuse un déficit d'image qu'il convient de combler. Exposants, congressistes et visiteurs doivent se sentir attendus, voire être pris en charge lorsqu'ils arrivent en France.

Le Comité national de pilotage a proposé un certain nombre de mesures pour améliorer la qualité de l'accueil des visiteurs, congressistes et exposants à toutes les étapes de leur cheminement :

- La mise en place par Aéroports de Paris d'un dispositif d'accueil dans les aéroports parisiens, spécialement adapté aux manifestations à forte participation internationale. La première expérimentation s'est déroulée lors du salon du Bourget, en juin 2007. Plus de 10 événements ont bénéficié de ce dispositif en 2008. Ces actions doivent être déclinées dans les aéroports de province.
- La mise en place par la SNCF d'une offre d'accueil similaire dédiée aux principaux salons et congrès (orientation des clients, relais d'information fixes, services bagages, stationnements spécifiques...), dans les principales gares françaises.
- Le lancement par la SNCF et la RATP d'une réflexion sur un accueil particulier des voyageurs étrangers dans des gares spécifiques : diagnostic qualité de la délivrance des billets, signalétique, accueil...
- L'expérimentation de files d'attente spécialement dédiées aux hommes d'affaires à Paris-Charles de Gaulle.
- La création d'une brochure fournissant aux organisateurs d'événements (foires, salons, congrès) un contact unique ainsi qu'un mode opératoire pratique sur ce qui est disponible sur place (avions, trains, taxis, navettes, location de voitures...) est prévue pour 2008. Il s'agit de favoriser ainsi la communication à destination des exposants et visiteurs en répondant aux besoins des organisateurs d'événements en matière d'accueil et d'accessibilité des sites. Une version institutionnelle de cette brochure est parue fin 2007.
- Le lancement d'une concertation entre Transilien, la SNCF, la RATP, Aéroports de Paris et les gestionnaires de site, devant déboucher sur la mise en service de distributeurs de titres de transports dans les zones de réception de bagages des aéroports ainsi que sur les sites d'exposition de Paris-Nord Villepinte et de Paris Expo Porte de Versailles, afin de réduire les engorgements dans les espaces commerciaux des gares.
- Le lancement d'un projet de systématisation, dans les stations de taxis des aéroports, des gares et des parcs d'exposition, de « dispatcheurs » qui assurent l'organisation de la prise en charge des passagers, la régulation des taxis, ainsi que l'information et la sécurisation des voyageurs.
- Le lancement d'un projet de dispositif d'« allotements » de flottes de taxis pour les grandes manifestations, avec décoration aux couleurs de l'évènement.

VI. La recherche et la formation

Face à un manque de filières clairement établies (et dédiées au secteur des rencontres et événements professionnels) constaté à l'occasion de certains travaux du Comité national, il est envisagé de développer des formations premières et continues sur le média « foires, salons, congrès ».

Le Comité national de pilotage a défini, entre autres mesures, deux actions prioritaires :

- Réaliser en 2008 un bilan partagé exhaustif de l'existant en matière de formation initiale et continue afin de pouvoir identifier les priorités d'actions.
- Mettre en place d'une stratégie d'actions pour développer les formations premières et continues : modules de formation, création de cas pédagogiques liés à l'organisation de salons et congrès, projet de création d'un Mastère international « foires, salons, congrès », projet d'une chaire de recherche, d'un incubateur...

1. Les chiffres-clés du secteur

- **L'offre de sites d'accueil en France**
 - près 2,1 millions de m² bruts couverts
 - dont 645.000 m² dans les parcs d'expositions franciliens

- **Le secteur organisation de foires et salons² (2005)**
 - 2 668 entreprises
 - 12 420 personnes occupées
 - 2,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires

- **Les foires³ (2006) :**
 - 5 103 335 visites
 - 24 703 exposants directs
 - 1 176 009 m² nets de stands

- **Les salons⁴ (2006)**
 - 7,8 millions de visites enregistrées
 - 874 742 visites étrangères dans les 107 salons réservés aux professionnels, soit une proportion de 33%
 - 68 413 sociétés exposantes dont 34% en provenance de pays étrangers
 - 2 474 819 m² nets de stands

- **Les congrès et réunions⁵ (2006)**
 - 2 543 réunions d'entreprises
 - 762 congrès qui ont rassemblé 680 686 participants

- **Les autres événements⁶ (2006)**
 - 290 manifestations culturelles et/ou sportives
 - 221 concours / examens
 - 355 spectacles
 - 830 autres événements

² Source INSEE, code NAF 748J : Organisation de foires et salons

³ Sur 54 foires contrôlées par l'Organisation de Justification des Statistiques (OJS)

⁴ Sur 186 salons contrôlés par l'OJS

⁵ Source : bilan d'activités des principaux centres d'expositions FSCF, CCIP, France Congrès 2006

⁶ Source : bilan d'activités des principaux centres d'expositions FSCF, CCIP, France Congrès 2006

FOCUS ILE-DE-FRANCE

Salons⁷

- 1ère place européenne en surfaces d'expositions cumulées (plus de 650 000 m²) et en nombre d'exposants (95 000) ;
- 80 % des salons internationaux qui se tiennent en France ;
- plus de 400 salons par an dont plus de 200 professionnels ;
- 9 millions de visiteurs ;
- 40% des exposants et 30% des visiteurs sont étrangers sur les salons professionnels ;
- au moins 3,55 milliards d'euros de retombées économiques et 56 000 emplois équivalent plein-temps.

▪ Congrès

- 1ère place mondiale ;
- plus de 860 congrès recensés par l'Office du tourisme et des congrès de Paris en 2007 (tous sites confondus : parcs d'expositions, palais des congrès mais aussi hôpitaux, hôtels, etc.)
- 363 congrès internationaux, selon le classement UAI 2006 ;

▪ Autres événements

Plus de 2 300 assemblées générales, conventions d'entreprises, séminaires, lancements de produits, défilés de mode, etc. par an.

⁷ Données estimées des principaux centres d'expositions et de congrès de Paris Ile-de-France en 2006 : Paris Expo Porte de Versailles, Paris-Nord Villepinte, Paris Le Bourget, Disneyland® Resort Paris, Palais des Congrès de Paris, Paris Expo CNIT La Défense, Espace Jean Monnet, Grande Halle de la Villette, Parc Floral de Paris, Paris Expo Espace Champerret, Paris Expo Carrousel du Louvre, Cité des Sciences et de l'Industrie et Espace Charenton.

2. Le Comité national de pilotage

2.1. Les vingt membres officiels

Le Comité national de pilotage des foires, salons et congrès comprend vingt institutions, organismes, entreprises et personnalités membres :

Partenaires dédiés

- Fédération des Foires, salons et congrès de France (FSCF)
- France Congrès (association des Maires des villes de congrès)
- Chambre de commerce et d'industrie de Paris
- Reed Expositions France, organisateur désigné par FSCF
- Fédération des métiers de l'exposition et de l'événement (FFMEE)
- Fédération nationale des sociétés d'économie mixte (FNSEM)
- Office de justification des statistiques (OJS)

Partenaires associés

- Union des métiers et industries de l'hôtellerie (UMIH)
- Syndicat national des agences de voyage (SNAV)
- ANAé (Association des agences de communication événementielle)
- Un représentant (tournant) parmi : Aéroports de Paris, RATP, SNCF, Air France, Fédération nationale des artisans du taxi, la Fédération nationale du transport de voyageurs par autocars (FNTV)

Etat et sphère publique

- Ministère en charge du Commerce extérieur
- Ministère en charge du tourisme
- Délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires
- Député Jean-Paul Charié
- Un représentant de l'instance de gouvernance francilienne

Clients

- Maison de la France
- Promosalons
- Comité des usagers des foires et salons du MEDEF
- Union des annonceurs (UDA)

Les vingt membres se réunissent en séance plénière au moins deux fois par an, sous l'égide du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Emploi, pour définir les actions à conduire au cours de l'année et établir des bilans comportant des mesures à proposer auprès des acteurs publics et privés concernés. Des réunions plénières intermédiaires sont possibles si l'actualité le justifie.

2.2. Le secrétariat général : CCIP, France Congrès, FCSF

a. La stratégie de développement des congrès et salons à la CCIP

Dans le cadre de sa mission de service aux entreprises, la Chambre de commerce et d'industrie de Paris accompagne leur développement, notamment en répondant à leur exigence commerciale de participation à des salons ou expositions. Ainsi la CCIP a-t-elle multiplié ses engagements dans la mise en place d'infrastructures de qualité destinées à l'accueil des salons et congrès, contribuant ainsi à favoriser le développement économique territorial.

Aujourd'hui, à l'heure où la dimension régionale s'impose, l'implantation de ces infrastructures et les manifestations qu'elles abritent génèrent d'importantes retombées économiques : retombées directes sur les résultats des entreprises participant à ces manifestations et indirectes sur le tissu économique régional, grâce aux dépenses des exposants et visiteurs sur place (5 milliards d'euros par an) et au développement de l'image de la région Capitale dans ce domaine.

Un acteur opérationnel qui construit, est propriétaire et gère des infrastructures de niveau international

- Le Palais des congrès de Paris, ouvert en 1974 et agrandi en 1999 représente le premier site français d'accueil de congrès internationaux (de 200 à 250 congrès chaque année et plus de 200 salons, assemblées générales et conventions d'entreprises).
- La reprise de l'exploitation du Palais des Congrès de Versailles, en 2001, a notamment permis d'élargir l'offre de la CCIP sur le segment des congrès, spectacles et réunions d'entreprises.
- Paris-Nord Villepinte, ouvert en 1982, et agrandi en plusieurs tranches successives entre 1986 et 1999, est le premier site français d'accueil de salons professionnels (30 000 entreprises exposantes et 1 à 1,5 million de visiteurs par an, dont 1/3 d'étrangers).
- La reprise de l'exploitation du Parc des expositions de Paris Le Bourget le 1^{er} juillet 2003, permet à l'ensemble constitué avec Paris-Nord Villepinte (286 000 m² de surface d'exposition : 206 000 à Paris-Nord Villepinte et 80 000 au Bourget) de rivaliser avec les toutes premières destinations européennes pour l'accueil des très grands salons.
- En 2005, la CCIP a créé un pôle intégré gestionnaire de site / organisateur de salons en rapprochant la Société d'Exploitation du Parc des Expositions de Paris-Nord Villepinte et COMEXPO. Le rapprochement de ces deux structures a créé le premier ensemble français sur le marché des salons, le cinquième ensemble à l'échelon européen. Il a aussi permis d'impliquer directement la Région Ile-de-France et la Ville de Paris.

Constituer une « politique de place » pour Paris Ile-de-France

Dans l'esprit de la démarche mise en place au niveau national, la CCIP souhaite contribuer activement à la constitution d'une « politique de place » pour Paris Ile-de-France, associant étroitement l'ensemble des intervenants (professionnels du secteur et entreprises impliquées dans l'accueil des visiteurs, congressistes et exposants, tels les transporteurs, l'hôtellerie-restauration et les équipements culturels et de loisir), qui soit assurée du soutien déterminé des responsables politiques.

Cette gouvernance permettra d'engager les moyens d'action les plus adaptés afin de placer durablement la région capitale aux tout premiers rangs européens dans ce secteur qui contribue de façon significative au développement économique et à l'attractivité du territoire.

La CCIP sensibilise ainsi l'ensemble des collectivités et des pouvoirs publics à des engagements rapides sur des mesures permettant de conforter et de développer la « place » de Paris Ile-de-France en matière d'accueil de salons et congrès, face à la concurrence des autres métropoles européennes. Différents rapports et propositions ont ainsi contribué à la volonté désormais affichée des pouvoirs publics de lever certains handicaps de la filière par rapport à ses concurrents étrangers.

Les thèmes prioritaires portent sur :

- l'amélioration des dessertes des grands parcs franciliens,
- un meilleur accueil des exposants et participants aux foires, salons et congrès,
- le développement de la promotion à l'étranger des salons internationaux franciliens, et le renforcement des moyens déjà mis en œuvre notamment à travers Promosalons ou l'Agence régionale de Développement,
- l'allègement de la fiscalité des centres dédiés et des événements.

La CCIP travaille également avec l'Office du tourisme et des congrès de Paris afin de développer la promotion de la capitale et d'améliorer l'accueil des congressistes et des voyageurs d'affaires à Paris. Elle travaille aussi en collaboration avec le Comité Régional du Tourisme d'Ile-de-France.

b. France Congrès

Les origines de l'association française des maires des villes de congrès

En 1965, 10 villes fondatrices ouvrent à Paris un Bureau d'information à la disposition des chargés de congrès au sein des entreprises, fédérations, associations, syndicats...

Elles créent France Congrès : un organisme de promotion capable de mettre en œuvre des campagnes communes, grâce auquel des échanges d'informations permettent de favoriser la rotation progressive des congrès, conférences et séminaires entre les villes adhérentes.

En 40 ans, France Congrès est devenu un organisme d'information unique en France. L'association est présidée par Philippe Augier, Maire de Deauville.

En 2008, France Congrès regroupe 52 villes

Aix-les-Bains, Aix-en-Provence, Amiens, Angers, Antibes/Juan-les-Pins, Arcachon, Besançon, Biarritz, Bordeaux, Brest, Caen, Cannes, Chamonix, Deauville, Dijon, Dunkerque, Evian-les-Bains, Grenoble, La Baule, La Grande Motte, La Rochelle, Le Havre, Le Mans, Le Touquet, Les Sables d'Olonne, Lille, Lyon, Mâcon, Marseille, Metz, Montpellier, Mulhouse, Nancy, Nantes, Nice, Nîmes, Paris, Pau, Poitiers, Reims, Rennes, Saint Malo, Saint Raphaël, Saint Etienne, Strasbourg, Tours, Toulouse, Val d'Isère, Vichy, Vittel et dans les DOM : la Martinique (Antilles françaises), Saint-Denis de la Réunion.

Les missions de France Congrès

Représenter

- Vis-à-vis des pouvoirs publics : représenter les villes de congrès en agissant par lobbying national, faire l'inventaire des textes législatifs ou réglementaires pouvant avoir une incidence sur l'activité des villes de congrès (fiscalité, législation sociale, loi du 13 juillet 1992, etc.).
- Vis-à-vis des opérateurs privés : l'action groupée des villes de congrès représente une force et un intérêt pour les villes.

Promouvoir et informer

- Faire connaître l'industrie des congrès et valoriser l'activité des villes de congrès.
- Informer les organisateurs de congrès via des supports de communication : site Internet, guide France Congrès, Lettre France Congrès.
- Conseiller et informer les villes sur les marchés, les salons, les actions à entreprendre.

Rassembler

- Les villes : France Congrès se doit de rassembler la majorité des villes de congrès en France.
- Les organismes de la profession : encourager les synergies avec les associations professionnelles telles que l'ANAé, Foires Salons et Congrès de France (FSCF), le Club Français du Tourisme d'Affaires Réceptif (CFTAR), ECM (European Cities Marketing), etc.
- Les institutionnels : développer les relations avec les organisations institutionnelles du tourisme (Ministère du tourisme, ODIT France), de l'aménagement du territoire (DIACT), de l'économie (CCIP, ACFCI...) et les autres structures concernées par le développement de l'activité des congrès en France.

Observer et analyser

- Le marché, son évolution : avec notamment l'outil conjoncturel trimestriel développé en relation avec ODIT France.
- Interne aux villes de congrès : les politiques tarifaires, les retombées économiques, les structures juridiques.
- France Congrès met des données à disposition sur le marché en provenance d'autres organismes (études ou références).

Adhérer à France Congrès

Une ville qui adhère à France Congrès doit répondre à des critères quantitatifs et qualitatifs. L'adhésion signifie :

- La reconnaissance officielle d'une vocation congrès pour la ville : la ville est admise dans un ensemble sélectionné de villes qui ont manifesté une volonté politique de congrès et qui se sont équipées pour se placer sur le marché des congrès nationaux et internationaux.
- Une garantie de professionnalisme vis-à-vis des clients organisateurs de congrès : ceux-ci prennent l'habitude de contacter les villes membres de France Congrès sachant qu'elles sont déjà présélectionnées de par la qualité de leurs équipements et services.

La politique Qualité

La certification Qualicongrès

Mis en place par France Congrès et validé par l'AFAQ, organisme indépendant leader de la certification en France, le référentiel Qualicongrès vise à garantir une qualité de service déterminée, constante et évaluée grâce à la certification. Il concerne la disponibilité et le professionnalisme des interlocuteurs, le respect des délais et des budgets, la sécurité des lieux et des personnes ou encore la rigueur et la transparence dans le choix des prestataires. Le référentiel Qualicongrès comprend 20 engagements de service.

Les Palais certifiés Qualicongrès : Angers, Arcachon, Beaune, Biarritz, Deauville, Grenoble, La Rochelle, Le Touquet, Marseille, Metz, Montpellier, Nantes, Pau, Poitiers, Saint Raphaël.

La certification ISO 9001

Référence internationale des entreprises en matière de certification des systèmes de management de la qualité, la certification ISO reconnaît l'efficacité de chaque organisation et permet de garantir la confiance et la satisfaction de ses clients. La certification ISO 9001 s'adresse à toutes les entreprises et tous les organismes, quel que soit leur secteur d'activité ou leur taille.

Les Palais certifiés ISO 9001 / 2000 : Lille, Metz, Montpellier, Nantes, Nice et Strasbourg.

La double certification

Les Palais ont désormais la possibilité d'engager simultanément les deux certifications, Qualicongrès et ISO 9001 / 2000.

Les Palais doublement certifiés Qualicongrès et ISO : Montpellier, Metz et Nantes.

Contact Presse : Emilie GODIA, Chargée de communication et marketing

France Congrès
19 rue Penthievre
75008 Paris

Tel. : 01 42 65 10 01

Fax : 01 42 65 10 02

emilie.godia@france-congres.org

www.france-congres.org

c. Foires, Congrès et Salons de France

Foires, Salons et Congrès de France (FSCF) est le groupement professionnel représentatif des foires, salons et congrès en France. Ses **250 adhérents** sont des entreprises de services, spécialistes de l'organisation et de l'accueil de rencontres professionnelles et de manifestations commerciales, en France comme à l'étranger, ainsi que des prestataires de services spécialisés.

FSCF s'est fixé **3 missions** prioritaires :

- favoriser le développement du secteur en veillant à ce que ses intérêts professionnels spécifiques soient mieux pris en compte au niveau juridique, fiscal, social et réglementaire ;
- promouvoir l'ensemble du secteur par la valorisation auprès des entreprises, journalistes et responsables politiques ; par la professionnalisation des acteurs ; par la réalisation d'études ;
- développer des services adaptés aux besoins des adhérents par la réflexion prospective et les échanges d'expérience entre professionnels du même secteur.

FSCF représente près de 90% de l'activité du secteur, dont tous les plus grands noms de l'organisation de manifestations en France :

- Reed Expositions France (Salon du livre, FIAC,...)
- Comexpo (Foire de Paris,...)
- Expositum (SIAL, le Monde à Paris,...)
- GL Events (Tradexpo,...)
- AMC Promotion (Mondial de l'Automobile,...)

Et tous les grands parcs d'exposition et centres de congrès dont :

- Palais des congrès de Paris
- Paris Expo
- Congrès et exposition de Bordeaux
- Lille Grand Palais
- SAFIM – Marseille
- Cité internationale Lyon

FSCF est une association (loi 1901). Elle rassemble 5 groupements qui représentent chaque métier :

- les organisateurs de foires
- les organisateurs de salons et de congrès
- les parcs d'exposition
- les centres de congrès
- les prestataires de services

Ils élisent des représentants au Conseil d'administration qui définit les orientations stratégiques pour le secteur, et dont le président est élu tous les trois ans. L'actuel président depuis juin 2007 est **Thierry HESSE** président directeur général d'AMC Promotion et commissaire général du **Mondial de l'Automobile** et du **Mondial du Deux Roues**.

FSCF a négocié en 2001 un accord national spécifique pour les métiers des foires, salons, congrès dans le cadre de la **convention collective SYNTEC**, à laquelle la profession a adhéré.

Foires, Salons et Congrès de France a été désigné par décret du 2 mai 2002 représentant du secteur des foires, salons, congrès au **Conseil national du Tourisme**. FSCF a été désigné par madame Christine LAGARDE pour assurer, en collaboration avec la CCIP et France Congrès, le secrétariat général du **Comité national de pilotage des foires, salons, congrès**.

FCSF est un membre actif du **MEDEF** et il participe aux travaux du Groupement des professions de services (GPS). FSCF est également membre de l'**UFI** *The global association of the exhibition industry* et de nombreux autres organismes professionnels et interprofessionnels pour apporter des informations et des services toujours plus efficaces à ses adhérents.

Informations presse :

Annie Arsaut Mazieres - Tél: 01 53 90 20 10 ☎ : a.a.mazieres@foiresaloncongres.com