



## Les agences de communication événementielle

### Digital, nouveaux entrants et attentes des annonceurs : quels enjeux et perspectives pour la profession à l'horizon 2017 ?

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur les agences de communication événementielle. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

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



Téléchargez immédiatement  
cette étude sur [Xerfi.com](http://Xerfi.com)

Avec le code étude 5COM21

**Anne Césard**  
Directrice d'études  
**Xerfi France**

# Les agences de communication événementielle

Digital, nouveaux entrants et attentes des annonceurs : quels enjeux et perspectives pour la profession à l'horizon 2017 ?

Edition Août 2015  
260 pages

## Les agences de communication événementielle poursuivent leur mue

L'horizon s'éclaircit enfin pour les agences de communication événementielle. Les dépenses dédiées des annonceurs poursuivront en 2015 la croissance amorcée en 2014, portées notamment par l'événement interne (conventions, colloques, *team building*, etc.). Pour autant, les conditions de marché restent difficiles pour la profession. Face à des budgets encore restreints, les pressions des annonceurs, que ce soit en termes de délais, de prix ou encore de créativité, se renforcent. Dès lors, les rapprochements entre agences se multiplient (Arep et Exigences par exemple), avec pour objectif d'atteindre une taille critique, de peser davantage dans les négociations, mais aussi de faire évoluer l'offre (digitalisation, offres insolites, etc.). D'autant que la concurrence se durcit pour les opérateurs, avec l'arrivée sur le marché des courtiers en événementiel et des *venue finders*. **Dans ce contexte, quelles sont les perspectives de croissance pour les agences de communication événementielle à l'horizon 2017 ? Comment ont évolué les performances financières de la profession sur moyenne période ?**

## Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et notre scénario prévisionnel exclusif**  
Chiffre d'affaires d'un panel d'agences spécialisées dans la communication événementielle, focus sur les spécialistes des foires et salons, focus sur le tourisme d'affaires, dépenses de communication des annonceurs dans l'événementiel et dynamique de l'activité des agences à l'horizon 2017
- **Les performances financières des agences de communication événementielle**  
Evolution des performances économiques et financières de trois panels d'agences indépendantes, constitués par taille, évolution des principaux postes de charges sur la période 2008-2014
- **Les mutations de l'offre des agences de communication événementielle**  
Déploiement de l'offre digitalisée, conception d'événements interactifs et insolites, développement de l'offre *low cost*, etc.
- **Le contexte concurrentiel et les forces en présence**  
Positionnement et stratégies des acteurs par profil (agences indépendantes, filiales de groupes de communication, spécialistes du voyages d'affaires, etc.), fiches d'identité de 13 acteurs clés et bilan économique et financier de 192 opérateurs du secteur.

## « Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

En plus d'une analyse complète du marché, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur l'activité des agences de communication événementielle à l'horizon 2017. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte : l'évolution de la demande (attentes des annonceurs, budgets des entreprises clientes, etc.), le contexte concurrentiel (nouveaux entrants, pressions des clients, etc.) et les mutations de l'offre (développement du digital, organisation d'événements insolites ou sur-mesure, etc.).

## Table des matières et contenu de l'étude

### 0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

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

#### 1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DE L'ACTIVITÉ DES AGENCES DE COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

##### 1. LES DÉTERMINANTS DE L'ACTIVITÉ

- Les principaux déterminants de l'activité sectorielle

##### 2. L'ACTIVITÉ JUSQU'EN 2014

- A retenir
- L'évolution des déterminants
- Le chiffre d'affaires des agences de communication événementielle (2007-2014)
- Focus sur les spécialistes des foires et salons (2007-2014)
- Focus sur le tourisme d'affaires (2007-2014)

##### 3. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL À L'HORIZON 2017

- A retenir
- L'évolution des déterminants de l'activité
- Le chiffre d'affaires des agences de communication événementielle (2007-2017)
- Le contexte macroéconomique à l'horizon 2017
- Les dépenses de communication des annonceurs dans l'événementiel (2007-2017)

#### 2. LES PERFORMANCES FINANCIÈRES DES AGENCES INDÉPENDANTES PAR TAILLE

- A retenir
- La méthodologie et la constitution des panels
- L'évolution du chiffre d'affaires des agences par taille (2007-2014)
- L'évolution des principaux postes de charges (AACE, frais de personnel) par taille d'entreprises (2007-2014)
- L'évolution des principaux ratios de gestion (taux de valeur ajoutée, taux de résultat net, etc.) (2007-2014)

### 3. L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

#### 1. LE CONTEXTE MACROÉCONOMIQUE

- La situation financière des entreprises (2014)
- La croissance par grands marchés clients (2014)

#### 2. L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ PUBLICITAIRE

- Les dépenses de communication des annonceurs (2007-2014)
- La répartition des dépenses médias / hors médias (2014)
- La dynamique des dépenses hors-médias (2007-2014)

#### 3. LES DÉPENSES DE COMMUNICATION DANS L'ÉVÉNEMENTIEL

- L'évolution des dépenses des annonceurs (2007-2014)

#### 4. LES ATTENTES DES ANNONCEURS

- Une vue d'ensemble des attentes des clients en termes de prestations et de tarifs en 2014

### 4. LES AXES DE DÉVELOPPEMENT DE LA PROFESSION

- Vue d'ensemble des évolutions de l'offre
- Le développement d'une offre événementielle digitalisée
- La prolongation de l'événement dans le temps
- Le déploiement d'événements insolites ou sur-mesure
- La conception d'événements interactifs et ludiques
- Le développement de l'offre *low cost*

### 5. L'ANALYSE DES FORCES EN PRÉSENCE ET DU CONTEXTE CONCURRENTIEL

#### 1. LES FORCES EN PRÉSENCE

- Les groupes de communication : principaux opérateurs, forces et faiblesses, offre en événementiel, etc.
- Les agences indépendantes : principales agences, chiffres clés, forces et faiblesses, offre en événementiel, etc.
- Les spécialistes du tourisme d'affaires : principales agences, chiffres clés, forces et faiblesses, offre en événementiel, etc.

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel. Selon **Xerfi**, trois profils d'opérateurs interviennent : les filiales de grands groupes de communication (Publicis, Havas, Omnicom Group, etc.), les agences indépendantes spécialisées ou généralistes (GL events, MCI Group, La Fonderie, etc.) et les spécialistes du tourisme d'affaires (Carlson Wagonlit Travel, American Express, etc.). De nouveaux opérateurs font également leur apparition, comme les courtiers en événement et les *venue finders*.

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement suivis par les agences de communication événementielle pour répondre aux attentes des annonceurs. Parmi ceux-ci : le déploiement de dispositifs digitaux au cœur de l'événement (comptes sur les réseaux sociaux, réalité augmentée, etc.), la conception d'événements insolites (soirées casino, sauts en parachute, etc.) et interactifs (*e-learning*, *gamification*, etc.) ou encore le développement de l'offre à bas prix

## 2. LE CONTEXTE CONCURRENTIEL

- La démarche de **Xerfi**
- Vue d'ensemble du contexte concurrentiel des agences de communication événementielle

## 3. LES PRESSIONS CONCURRENTIELLES PAR TYPOLOGIE D'OPERATEURS

- Les pressions concurrentielles s'exerçant sur les filiales de groupes de communication
- Les pressions concurrentielles s'exerçant sur les agences indépendantes
- Les pressions concurrentielles s'exerçant sur les spécialistes du tourisme d'affaires

## 6. LES FICHES D'IDENTITE DES ACTEURS

### 1. LES GROUPES DE COMMUNICATION

- Publicis Groupe, Havas, Hopscotch Global PR Group, WPP, Dentsu, Omnicom Group

### 2. LES AGENCES INDEPENDANTES

- GL events, MCI Group, Phénomène, Arep Exigences, Lever de Rideau, La Fonderie

### 3. UN SPECIALISTE DU TOURISME D'AFFAIRES

- Carlson Wagonlit Travel

## 7. INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 192 opérateurs du secteur à travers :

- les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;
- les tableaux comparatifs des 192 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2008-2013, selon la disponibilité des comptes. 85% des comptes non consolidés 2013 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

## LES PRINCIPAUX GROUPES CITES DANS L'ETUDE

- AMERICAN EXPRESS
- AREP EXIGENCES
- AUSTRALIE
- BUSINESS TRAVEL COMMUNICATION
- CARLSON WAGONLIT TRAVEL
- CHAIKANA
- DENTSU
- EQUATOUR VOYAGES
- FRED & FARID GROUP
- GL EVENTS
- HAVAS
- HOPSCOTCH GLOBAL
- INTERPUBLIC GROUP
- LA FONDERIE
- MCI GROUP
- OMNICOM GROUP
- PHENOMENE
- PR GROUP
- PUBLICIS GROUPE
- SHORTCUT EVENTS
- WPP

## PRINCIPALES SOCIETES DONT LES COMPTES SONT TRAITES DANS L'ETUDE (\*)

- ADOCOM RP
- AEREAU VOYAGES
- AFFAIRE D'EVENEMENTS
- ALLEGRIA
- ARTEUS EVENT
- AUDITOIRE
- AZ PROD
- AZOKA
- BEAUTIFUL MONDAY
- BUSINESS TRAVEL COMMUNICATION
- C IN EDIT
- CAP IMAGE
- CAP SYSTEM
- CARLE ORGANISATION ET ASSOCIES
- CAROLINE JOANBLANQ COMMUNICATION
- CARREDAS
- CDV EVENEMENTS
- CHAIKANA
- CIE MEETING
- CONNECT FACTORY
- CORPO'EVENTS
- COTE OUEST AGENCE
- COULEUR EVENEMENTS
- CREATIVE SPIRIT
- CWT MEETINGS & EVENTS
- DELTA SERVICES
- DIABO DOUBLE 2
- EGC & ASSOCIES
- ELEPHANT COM AND EVENTS
- EQUATOUR VOYAGES
- ERIC CHARONNAT ORGANISATION
- ETIENNE BELLE CREATIONS
- EVENEMENTS D'ELLES
- EVENT SUCCESS
- EVENTRIBU
- EXPONENTIEL
- FC2 EVENTS
- GENS D'EVENEMENT
- GL EVENTS
- GLOBE
- GOODWILL AGENCY TRAVEL & EVENT
- GROUPE ORMES
- GROUPE RESOSPORTS
- GROUPE VENDOME ORGANISATION
- HAVAS EVENT
- HOPSCOTCH SYSTEME AFRICA
- IDEACOM
- IVANHOE
- JET STIM
- JG EVENTS
- JIVE SQUAD
- LA 4EME DIMENSION
- LA FONDERIE
- LA MACHINE A FAIRE DU BLEU
- LE PUBLIC SYSTEME CINEMA
- LE PUBLIC SYSTEME PCO
- LES ARTS MIGRATEURS
- LEVER DE RIDEAU
- LIVE BY GL EVENTS
- LUDIMUS
- LUX MODERNIS
- M2C TRAVEL & EVENTS
- MANIFESTORY
- MCCANN G AGENCY
- MCI FRANCE
- MDI EXPO
- MEDIANE ORGANISATION
- MOBILIS PRODUCTIONS
- MOMENTYS FRANCE
- MONDES PLURIELS
- MONDIAL EVENTS
- MONSIEUR LOYAL
- MOTIV'EVENTS
- NAVALOO GLOBAL COMMUNICATION
- NOVABOX
- PASSAGE PIETON
- PHENOMENE
- POISSON D'AVRIL
- PRO DEO
- PRODUCTION 114
- PROXIMEA COMMUNICATION GROUP
- PUBLIC ADDRESS
- PUBLICIS EVENTS
- PUR'EVENTS
- PUZZLE MEDIA
- QUAI 24
- REVOLUTIONR
- REZO CONSEIL
- SAENDWICH
- SAGARMATHA
- S'CAPE EVENEMENTS
- SDT EVENTS
- SENSATION
- SHORTCUT EVENTS
- SMC
- SO PLEASED
- STAND'ING
- TERRE DE FRANCE ET D'AILLEURS
- TERRE D'EVENEMENTS
- THE BLUE YELLOW COMPANY
- THOMAS MARKO ET ASSOCIES
- TIVERIA PARIS ILE DE FRANCE
- TOP REGIE
- TOUT TERRAIN
- UBI BENE
- UP 6
- VENDREDI 13
- VINCA MAJOR
- VISTA & CO
- VITANIME
- WELLCOM
- WITHYOU
- YOUR EVENTS PRODUCTION
- YVES HUNT

(\*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,  
**COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **5COM21** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, [lmarty@xerfi.fr](mailto:lmarty@xerfi.fr)

### Ces études pourraient également vous intéresser

- **Les agences de publicité et de communication**  
4COM09 – Mai 2015
- **Le marché du voyage d'affaires**  
4SME46 – Décembre 2014

Retrouvez sur le site [xerfi.com](http://xerfi.com) le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



**BON** DE  
**COMMANDE**

A retourner à :  
Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris  
Téléphone : 01 53 21 81 51  
Email : [commande@xerfi.fr](mailto:commande@xerfi.fr)

Réf : 5COM21 / SPE / INT

## Les agences de communication événementielle

Digital, nouveaux entrants et attentes des annonceurs :  
quels enjeux et perspectives à l'horizon 2017 ?

### INFORMATIONS CLIENT

Nom : \_\_\_\_\_  
Prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_  
Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Code postal : \_\_\_\_\_  
Ville : \_\_\_\_\_  
Adresse email : \_\_\_\_\_  
Téléphone : \_\_\_\_\_  
TVA Intra : \_\_\_\_\_  
N° SIRET : \_\_\_\_\_

### MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
<b>1 600,00 € HT</b>	<b>1 600,00 € HT</b>	<b>2 000,00 € HT</b>
1 688,00 € TTC	1 920,00 € TTC	2 400,00 € TTC



### MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur [www.xerfi.com](http://www.xerfi.com)
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.  
Tarifs valables jusqu'au 31/03/2016 (TVA 20,0%).

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris - RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607