

Le marché des foires et salons

Reconfiguration du jeu concurrentiel et nouveaux enjeux liés au numérique

A en juger par les multiples fusions-acquisitions et l'arrivée récente de nouveaux investisseurs, le marché des foires et salons dispose de solides perspectives de développement. C'est pourquoi, **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur ce marché. Cette étude décrypte les facteurs de mutation de l'offre et les perspectives d'activité du secteur. Elle analyse également les changements du jeu concurrentiel ainsi que les principaux axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée à l'impact du numérique sur le secteur et aux mutations des modalités concurrentielles.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour stimuler votre réflexion. 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

Julien Pillot
Directeur des synthèses stratégiques
Precepta

Avec le code étude **6COM30**

Le marché des foires et salons

Reconfiguration du jeu concurrentiel et nouveaux enjeux liés au numérique

Edition Juin 2016
195 pages

Arrivé à sa limite, le modèle des foires et salons doit se réinventer

Pressions croissantes des donneurs d'ordres, intensification de la concurrence étrangère, essor du numérique : les facteurs de tension et de mutation s'accumulent pour les professionnels des foires et salons. Pour autant, à en juger par les multiples fusions-acquisitions et l'arrivée récente de nouveaux investisseurs, le marché dispose toujours de solides perspectives de développement. Pour en profiter pleinement, les acteurs devront relever des défis de taille. Organisateur, gestionnaire de sites mais aussi prestataire de services doivent monter en gamme, impulser une véritable stratégie de marque, tirer profit des nouveaux outils digitaux mais aussi élargir leur offre. Alors que les clients recherchent de plus en plus systématiquement des solutions servicielles globales « clés en main », les professionnels doivent se muer en véritables intégrateurs de compétences. Une chose est sûre, **les stratégies de croissance doivent être repensées. Avec quelles conséquences sur les logiques concurrentielles traditionnelles ? Quelles sont les perspectives d'activité à moyen terme ?**

Les points clés de l'étude

- **Le décryptage du marché des foires et salons et de ses acteurs**
Chiffres clés du marché, dynamique de croissance des organisateurs, des gestionnaires de sites et des prestataires de services, contexte environnemental et rapports de forces concurrentiels, panorama de la concurrence étrangère, fiches d'identité des principaux acteurs en France, etc.
- **L'identification des enjeux actuels et futurs liés à l'essor du numérique dans le secteur**
L'obligation de détenir une marque forte à connotation numérique et relationnelle, la politique multicanal, le CRM, l'optimisation des réseaux sociaux grâce notamment au *community management*, l'imbrication entre présentiel et virtuel pour proposer une offre hybride, etc.
- **L'analyse des nouvelles logiques concurrentielles écosystémiques et leurs implications**
L'impératif de devenir intégrateur de compétences et ainsi placer le client au centre de sa stratégie, les logiques coopératives et partenariales, la pertinence de la co-traitance et ses limites, les caractéristiques stratégiques pour jouer le rôle de leader de l'écosystème des foires et salons.

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Precepta 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 jeu concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Xerfi vous propose son analyse ainsi que sa vision prospective du marché des foires et salons à moyen terme. Celles-ci ont été réalisées à partir d'une méthodologie rigoureuse prenant en compte l'environnement, l'évolution du jeu concurrentiel et des mutations de l'offre. La croissance des acteurs dépendra en grande partie de leur capacité à tirer pleinement profit des opportunités offertes par le numérique, à impulser une véritable stratégie marketing, à monter en gamme et enfin à s'imposer comme des intégrateurs de compétences.

Table des matières et contenu de l'étude

SYNTHESE & CONCLUSIONS STRATEGIQUES

Cette synthèse attire l'attention sur les facteurs de tension et de mutation auxquels sont confrontés les professionnels des foires et salons : pression croissante des donneurs d'ordres, mutations technologiques, concurrence étrangère, etc. Les perspectives dont disposent les acteurs sont néanmoins nombreuses, à condition de remettre en question leurs modèles traditionnels. Les défis sont de taille pour les trois grandes catégories d'acteurs présents dans le secteur. Contrairement à ce que beaucoup pensent, les positions sont amenées à évoluer dans les années à venir et de nombreuses opportunités restent à saisir.

MARCHE ET CONCURRENCE

1. LES FONDAMENTAUX DU SECTEUR

1. LES FONDAMENTAUX DES FOIRES ET SALONS

- La typologie des manifestations, les grandes caractéristiques des foires et salons, l'organisation de la filière, les salons virtuels

2. LES MODALITES DE CRÉATION DE VALEUR

- La chaîne de valeur sectorielle, les modalités de création de valeur par métier, la chaîne de valeur des organisateurs et des prestataires de services
- La structure de coûts des gestionnaires de sites, des organisateurs et des prestataires de services

2. LA STRUCTURE CONCURRENTIELLE

1. LA STRUCTURE ECONOMIQUE

- Établissements et effectifs salariés, structure des entreprises par taille, caractéristiques de la clientèle, panorama européen

2. LE PAYSAGE CONCURRENTIEL

- La typologie et l'origine des acteurs, les principaux acteurs en France par segment
- Le positionnement des opérateurs selon l'actionnariat, la croissance, le portefeuille d'activités et le degré d'internationalisation

3. L'ENVIRONNEMENT ET LA DEMANDE

1. LE FACTEUR POLITIQUE

- L'appui des pouvoirs publics, le soutien de Business France

2. LES INFRASTRUCTURES

- Les capacités d'accueil, le parc hôtelier, le trafic de voyageurs, les voyages d'affaires en France

3. LES FACTEURS TECHNOLOGIQUES

- Les instruments de la politique digitale des entreprises, Internet et la promotion de l'événement, les réseaux sociaux, la communication multicanal

4. LE FACTEUR ÉCOLOGIQUE

- L'empreinte environnementale des foires et salons

5. LES RAPPORTS DE FORCES CONCURRENTIELS

- La rivalité entre concurrents, les fournisseurs, les clients, les nouveaux entrants, les substituts

4. LE MARCHÉ DES FOIRES ET SALONS

1. L'ANALYSE DU MARCHÉ

- Le chiffre d'affaires des gestionnaires de sites, des organisateurs, des prestataires de services

2. LES CARACTÉRISTIQUES DES MANIFESTATIONS

- Les chiffres clés des salons professionnels, des salons grand public et mixtes, et des foires

3. LE MARCHÉ FRANCILIEN

- Le nombre de salons professionnels et grand public, les surfaces, les visiteurs, les exposants, l'Île-de-France face à la concurrence étrangère

4. LE MARCHÉ PUBLICITAIRE

- Le marché publicitaire traditionnel, les dépenses par média et consacrées aux foires et salons

ENJEUX STRATÉGIQUES ET FORCES EN PRÉSENCE

1. LE SECTEUR FACE À LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

1. LE NUMÉRIQUE DANS LES FOIRES ET SALONS

- Vue d'ensemble des impacts du numérique sur la filière, la digitalisation du salon physique

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et de sa possible évolution. Selon Xerfi, les logiques d'écosystèmes vont progressivement s'imposer au sein de la filière des foires et salons. Ainsi, les relations concurrentielles traditionnelles sont amenées à s'estomper au profit de rapports plus partenariaux axés autour de la coopération. Les stratégies de croissance doivent s'adapter en conséquence avec davantage de diversité..

Pour compléter l'analyse, Xerfi a identifié et décrypté les enjeux auxquels sont confrontés les professionnels des foires et salons pour s'imposer sur leur(s) marché(s). Parmi ceux-ci : l'attractivité et la connectivité des structures d'accueil pour les gestionnaires de sites, l'élargissement des compétences afin d'offrir des solutions servicielles globales pour les organisateurs, ou encore la montée en gamme, grâce notamment au digital, pour les prestataires de services.

2. LES ENJEUX MARKETING

- S'appuyer sur une marque forte, se muer en véritable marque média, optimiser sa politique multicanal et s'appuyer sur un CRM efficace, saisir les opportunités des réseaux sociaux

3. LES SALONS VIRTUELS

- Appréhender la montée des salons virtuels et les impacts pour les acteurs traditionnels

4. LES ENJEUX DE DEMAIN

- Pour les gestionnaires de sites, les organisateurs de foires et salons et les prestataires de services

2. LES LOGIQUES D'ÉCOSYSTÈME

1. ADOPTER UNE VISION « CLIENT CENTRIC »

- Passer à un modèle d'entreprise, devenir intégrateur de compétences

2. INTÉGRER LES LOGIQUES D'ÉCOSYSTÈME

- Les grands principes liés aux écosystèmes d'affaires, la coopération : nouveau paradigme
- Quels acteurs pour jouer le rôle de pivots dans les foires et salons ?

3. LES FORCES EN PRÉSENCE

1. LES ACTEURS INTÉGRÉS

- GL Events, Comexposium/Viparis

2. LES ORGANISATEURS DE FOIRES ET SALONS

- Infopro Digital, Messe Frankfurt, Première Vision, RELX Group, Tarsus

3. LES GESTIONNAIRES DE SITES

- Congrès et expositions de Bordeaux, SEMEC, Strasbourg Événements

4. LES PRESTATAIRES DE SERVICES

- Créatifs, FG Design

5. LES ACTEURS DES SALONS VIRTUELS

- Visiofair, Newnet3D, Visimmo 3D (V3D Events)

4. LES FICHES SYNTHÉTIQUES DES 200 PRINCIPAUX ACTEURS

LES PRINCIPAUX GROUPES CITES DANS L'ETUDE (*)

- | | | |
|---------------------|----------------------|---------------------|
| • ACTION D | • FG DESIGN | • PREMIERE VISION |
| • ACTION-PUBLIC | • GAMEXPO | • PRIME AREA EVENTS |
| • ADVENT GROUP | • GL EVENTS | • PROMOSALONS |
| • AGENCE PUBLICIS | • GL EVENTS | • REED EXPOSITIONS |
| • AGP SYSTEME | • GL EVENTS | • REED MIDEM |
| • AMT | • EXHIBITIONS | • REFERENCES |
| • ARCANEO | • GL EVENTS SERVICES | • EVENEMENTS |
| • ARCANEO | • GLOBAL SERVICES | • REIMS EVENEMENTS |
| • ARENE | • TEAM | • RELX GROUP |
| • ARENE | • GRAND'MAISONS | • REMARK |
| • EVENEMENTS | • GROUPE CENTRE | • SEMEC |
| • ARTKOM' | • FRANCE | • SEPEL |
| • ATELIER CASSANDRE | • GROUPE MONITEUR | • SFE |
| • ATHENES SERVICES | • GROUPE SOLUTIONS | • SIAL |
| • AUBVERGNE | • GUEST INCENTIVE | • SISPEO |
| • EVENEMENTS | • IDELIA | • SOGENA |
| • AXYL DECO | • IMAGES EVIDENCE | • SLUTIONS 365 |
| • AZEFIR | • IN FINE | • SQUARE |
| • BALAM | • ORGANISATION | • STRASBOURG |
| • BARACOA | • INFOPRO DIGITAL | • EVENEMENTS |
| • B-NETWORK | • INTERMAT | • TARSUS |
| • BUSINESS | • ITIFORUMS | • UBM |
| • PROFILERS | • JAULIN | • VINEXPO OVERSEAS |
| • CAPSULE | • JEC | • VIPARIS |
| • CARTE BLANCHE | • JG EVENTS | • VISIMMO 3D |
| • CENECA | • LA ROCHELLE | • VISIOFAIR |
| • CITY ONE EVENTS | • EVENEMENTS | • WARE |
| • COGES | • LE MANS | • WOLTERS KLUWER |
| • COMEXPOSIUM | • EVENEMENTS | • WSN |
| • CONGRES ET | • LE MONDE A PARIS | • DEVELOPPEMENT |
| • EXPOSITIONS DE | • LENI | |
| • BORDEAUX | • LES ARTS VERTS | |
| • CREATEM | • MCM | |
| • CREATIFS | • MEDIA CONTACT | |
| • DBR EVENT | • SERVICES | |
| • DELTA SERVICES | • MER ET VIGNE | |
| • DEPECHE EVENTS | • MESSE FRANKFURT | |
| • DIVERS ET IMPREVU | • MULTI MEDIA | |
| • DOCKS CAFE | • ANIMATION | |
| • EDDP | • NATURALLY | |
| • ELFEA | • NEWNET 3D | |
| • ELITE MEDIA | • NEXTSTEP | |
| • EUROPAIN GESTION | • OL ORGANISATION | |
| • EVEN PRO | • ORATI | |
| • EVENAZUR | • ORIEX | |
| • EVENT | • COMMUNICATION | |
| • INTERNATIONAL | • PAIN VIN & | |
| • EVENT PARTNERS | • COMPANY | |
| • EXPOMEDIA | • PAPP EVENEMENTS | |
| • EXPONANTES | • PARC EXPO RENNES | |
| • EXPRIM | • POMME SERVICES | |

(*) Liste non exhaustive

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

- ❶ Rentrez le code **6COM30** 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

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le marché de la publicité sur lieu de vente**
4SAE27 – Décembre 2014
- **Les agences de communication événementielle**
5COM21 – Août 2015

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BONDE
COMMANDE

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

Réf : 6COM30 / PTAX

INFORMATIONS CLIENT

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

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 30/06/2017 (TVA 5,5% pour le papier et TVA 20,0% pour les versions électroniques).

Le marché des foires et salons

Reconfiguration du jeu concurrentiel et nouveaux enjeux liés au numérique

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
2 200,00 € HT	2 100,00 € HT	2 495,00 € HT
2 321,00 € TTC	2 520,00 € TTC	2 994,00 € TTC
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur www.xerfi.com
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

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