



## DOSSIER

*Avec plus de 25 000 m<sup>2</sup> entièrement modulables, le Centre de Congrès de Lyon peut accueillir de 50 à plus de 19 000 personnes !*

En changeant de dimension, les réunions changent de nom, un phénomène courant en taxinomie. En prenant de l'envergure, les réunions se nomment congrès ou conventions. Changent-elles pour autant de nature ? Assurément oui, elles font appel à des infrastructures spécifiques et à une organisation complexe. Indispensables dans un monde où sinon chacun finirait isolé derrière ses écrans, elles sont néanmoins chahutées par un environnement économique instable, une législation tatillonne, une concurrence internationale acharnée. Elles doivent donc assurer leur pérennité au prix d'investissements en équipements et technologies de pointe, d'extension du parc hôtelier, d'une haute qualité d'écoute et d'accueil. Tendances et analyse d'une « meeting-industrie » qui a pris en France une réelle importance. Par Jean-Charles Fauque

# CONGRÈS ET CONVENTIONS À L'HEURE DE LA



# TENDANCES, REMOUS ET MOUVEMENTS DE FOND

**A** l'heure d'Internet et des réseaux sociaux, des webcams et des premiers votes électroniques, est-il encore nécessaire pour une association ou un syndicat professionnel de tenir un congrès, pour une entreprise de réunir en convention collaborateurs et partenaires ? Vu la relative bonne santé malgré la crise du secteur de ces réunions de grandes dimensions, il semble bien que le virtuel n'ait pas tué le réel. La raison, Amandine Gunther de Francqueville, directrice de clientèle de l'agence Eficom Santé, qui gère régulièrement des participations à des congrès scientifiques et médicaux, l'exprime ainsi : « *Les congrès ont une dimension véritablement humaine que les nouvelles technologies n'ont pas. Pour les médecins, c'est une occasion irremplaçable de confronter leurs pratiques professionnelles et de découvrir et échanger autour de nouvelles approches.* » Ce besoin d'échanges fait que les congrès organisés par le secteur médical repré-

sentent 45 % de ceux qui se tiennent en France et 55 % de participants<sup>1</sup>. Les sociétés savantes ou technologiques organisent quant à elles plus de 10 % des 55 % restants, du moins à Paris. Celles se consacrant à l'économie sont environ 7 %, à l'éducation 3 % comme à l'écologie, 2 % au droit. Le solde est réparti entre la foule des associations à but non lucratif et à objectif culturel, artistique, caritatif, sportif ou ludique... des amateurs de bonsai aux joueurs de bridge.

## LES EFFETS DE LA CRISE

La crise se fait là aussi sentir : selon le sentiment général, le marché se rétrécit. On parle d'une baisse de chiffre d'affaires de 20 à 25 %, sans oser avancer des chiffres vérifiables. Sauf à Paris, où selon l'Office de Tourisme et des Congrès, la fréquentation des congrès a diminué de 21 % en 2012 par rapport à 2011. « *Les budgets se resserrent, tant pour les congrès que les conventions* », rapporte Hélène Bert, Responsable Marketing de Diagora, le Centre de Congrès et d'Expositions de Toulouse. Un constat partagé à l'Alpe d'Huez, à La Rochelle, à Reims, tout comme à Amiens ou à l'Espace Tête d'Or, à Lyon. La tendance est encore plus affirmée pour les conventions d'entreprises : « *pour les entreprises, une convention, c'est de la communication* », explique Valérie Ducaud, Directrice du Bureau des Congrès du Grand Lyon, « *c'est le premier budget qu'elles suppriment.* » Ailleurs, le souci d'économies se traduit par un nombre moindre d'invités ou un changement du rythme calendaire des congrès, « *on passe de biennal à tous les trois ans* », selon Nathalie Durand-Deshayes, Directrice Général Délégué de La Rochelle Evénements, ou encore, remarque Guillaume Méchin, Directeur de Reims Evénements, « *les événements durent moins longtemps et les organisateurs réduisent tous les frais extérieurs, les extras : les transferts, les animations, les soirées...* » Quand des animations demeurent, elles deviennent moins ludiques que par le passé, plus professionnelles, chargées de messages. Autre source d'économies : envoyer à un congrès lointain quelques collaborateurs seulement, qui au retour rendront compte des connaissances acquises à leurs collègues. Tiendront congrès sur un congrès, en quelque sorte. N'importe quel ministre des Finances vous le dira, il y a deux moyens d'équilibrer un budget : réduire les dépenses ou augmenter les recettes. Les organisateurs de congrès utilisent les deux leviers. Si la participation à un congrès organisé par un laboratoire pharmaceutique ou une revue médicale est gratuite, ce n'est pas le cas de ceux initiés par une société savante. Elle demande aux congressistes une participation, avec un tarif préférentiel pour leurs adhérents. Bien souvent, le compte n'y est pas, et les organisateurs sont de plus en plus nombreux à coupler un congrès avec un salon et à faire appel au sponsoring.

## LE NOM DES RÉUNIONS

■ **CONGRÈS** : réunion périodique des membres d'une profession, d'une communauté scientifique ou médicale, d'un syndicat, d'un parti politique, d'une association culturelle, sportive, ludique, caritative, pour faire le point sur leurs actions et travaux, confronter leurs points de vue, renforcer les liens qui les unissent. On parle de congrès dès que 200 personnes au minimum participent à ce type de réunion et que celle-ci s'étale sur au moins deux jours. Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme<sup>1</sup>, un congrès se caractérise par l'absence de tout motif pécuniaire direct. Est international un congrès qui rassemble au moins 20 % de congressistes internationaux.

■ **CONVENTION** : réunion exceptionnelle des membres d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises à l'occasion d'un grand moment de la vie de l'institution, tel lancement de produit, de campagne de communication, virage stratégique, fusion, acquisition, etc.

■ **SÉMINAIRE** : réunion de travail en dehors du cadre de l'entreprise, limitée à un service, une fonction ou un niveau hiérarchique, dans un but de formation, d'information, de motivation (incentive) ou de brainstorming.

■ **SYMPOSIUM** : réunion d'un petit nombre de spécialistes d'une discipline.

■ **CONFÉRENCE** : discours ou causerie en public.

■ **COLLOQUE** : débats entre scientifiques ou professionnels.

■ **FORUM** : terme généralement utilisé pour désigner une rencontre de spécialistes avec le public, pendant une journée ou quelques heures.

■ **WORKSHOP** : littéralement « atelier ». Manifestation professionnelle destinée à promouvoir une offre.

■ On peut ajouter aussi : assemblée, assises, concile, consistoire, meeting, rencontres, synode, etc. ce qui démontre l'universalité et l'ancienneté de la pratique.

<sup>1</sup> L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) est l'institution des Nations Unies chargée de la promotion d'un tourisme responsable, durable et accessible à tous.

<sup>1</sup> Office du Tourisme et des Congrès de Paris



Le Centre International de Deauville abrite sous son toit de verre 18000 m<sup>2</sup> d'espaces entièrement dédiés à l'accueil d'événements, de la réunion de 50 personnes au congrès de 2000 personnes.

## LE RECOURS DE PLUS EN PLUS SYSTÉMATIQUE À DES TECHNOLOGIES DE PLUS EN PLUS POINTUES RÉPOND AUX ATTENTES FONDAMENTALES DES ORGANISATEURS D'ÉVÉNEMENTS.

« Il y a 10 ans », se souvient Gilles André, Directeur d'Agen Expo Congrès, « on pouvait demander aux sponsors un peu d'argent en échange d'un logo sur les mallettes des participants, c'était suffisant ; aujourd'hui, les sponsors veulent plus de visibilité, et les congrès se sont dotés d'une partie exposants. » La surface d'exposition finance alors la réunion. La méthode est si efficace que « les salons organisent aussi de plus en plus des conférences », à en croire Valérie Ducaud. La tendance n'aurait rien de nouveau : « C'est un fait depuis un certain nombre d'années », témoigne Nathalie Durand-Deshayes, à La Rochelle, « et il touche depuis plus récemment les conventions d'entreprises. » Ces dernières préfèrent faire venir leurs fournisseurs pour qu'ils organisent des *workshops* lors de leur convention, plutôt que de faire se déplacer leurs collaborateurs en cours d'année. D'où la nécessité, pour les villes qui accueillent des événements d'envergure, de se doter des surfaces nécessaires. Ainsi Strasbourg va agrandir son Palais de la Musique et des Congrès, et en rapprocher encore son Parc des Expositions, afin d'avoir assez de place pour accueillir à la fois les séances plénières, les sous-commissions, la restauration sur place, les expositions, l'installation des « posters », des stands et la tenue d'un symposium satellite.

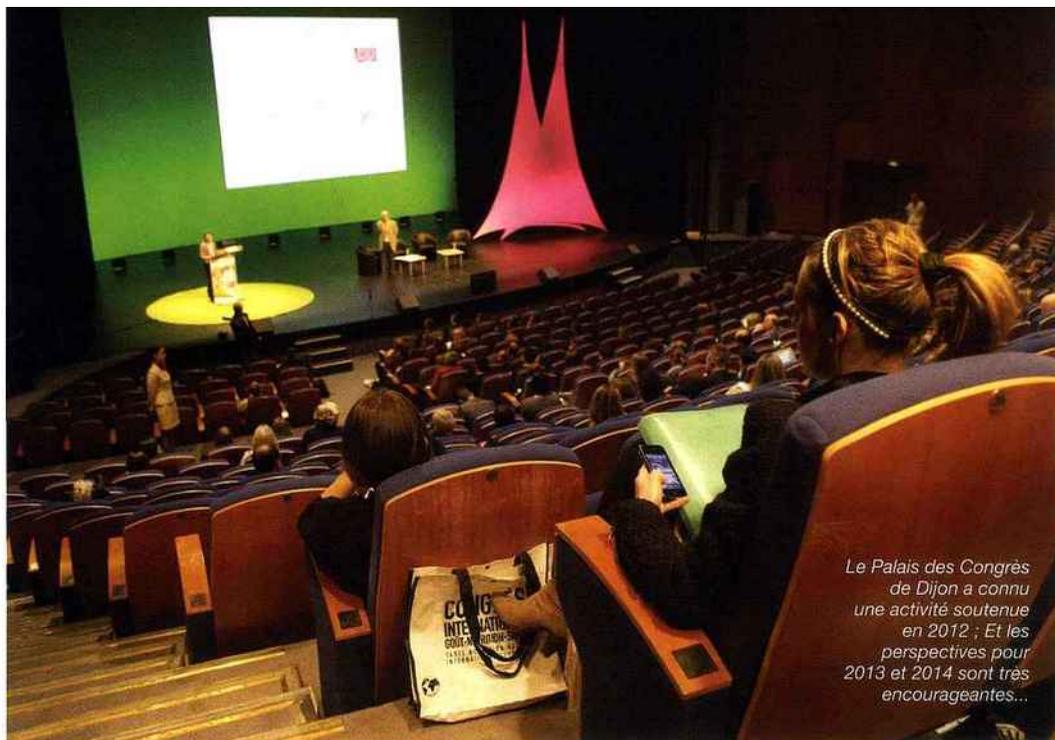
### UN MARCHÉ AGITÉ

Si la demande en matière de réunions de grande taille ne s'est réduit que faiblement, on le doit aux congrès,

qui dans la grande majorité des cas, représentent de 60 à 80 % des événements qu'abrite un centre de congrès. A l'exception de Toulouse, qui accueille plus de conventions que de congrès du fait de sa clientèle d'entreprises régionales, et de Deauville, avec 80 % de conventions. Ce que Paul Sechaud, Directeur du Centre International de Deauville, explique par la provenance des entreprises qui se réunissent chez lui, à 20 % régionales et à 80 % venues d'Ile-de-France.

Cependant, une menace pèse sur l'activité congrès des villes françaises : la taxation des congrès médicaux prévue par le projet de loi de financement de la Sécurité Sociale pour 2013 (PLFSS). Initialement fixée à 15 %, elle a été ramenée à 3,75 % devant la levée de boucliers des professionnels de la « meeting industry ». <sup>2</sup> « Cette mesure aura des conséquences », juge Valérie Ducaud, « mais il ne faut pas oublier que les associations ont obligation de se réunir. Le risque est qu'elles aillent le faire ailleurs qu'en France quand elles sont européennes ou internationales. » Amandine Gunther de Francqueville, chez Eficom Santé, est plus pessimiste : « Si cet amendement se traduit dans les faits, ce sera un désastre pour l'activité congrès en France. Les congrès les plus importants survivront, naturellement, mais ils se pérenniseront à l'étranger où ils seront accueillis à bras ouverts ! » Emmanuel Dupart, Directeur Délégué de France Congrès, une association qui réunit 56 villes de

<sup>2</sup> Amendement à l'article 24 du PLFSS



Le Palais des Congrès de Dijon a connu une activité soutenue en 2012 ; Et les perspectives pour 2013 et 2014 sont très encourageantes...

© Philippe Maupéit

congrès, aurait bien sûr préféré que cette taxation ne voit pas le jour. « *Il faut faire attention à ne pas déséquilibrer les activités soumises à une forte concurrence internationale* », juge-t-il.

Néanmoins, les villes d'accueil de conventions et congrès ne se découragent pas. Le marché est – encore – là et surtout, les perspectives pour les années à venir sont encourageantes. Les villes sont donc nombreuses à inves-

tir pour en récolter les fruits en développant une activité qui génère d'importantes retombées économiques. D'où le lancement de programmes de rénovation ou d'agrandissement des centres de congrès (Strasbourg, Amiens, Arcachon, Toulouse) ou la création ex-nihilo de nouveaux sites (Agen, Tignes avec Tignespace, Troyes, Annecy, Rouen - Le Havre, Angers, World Trade Center de Roissy et le centre de shopping Aéroville). Ces infrastructures ne visent pas à accueillir des réunions de plusieurs milliers de participants, que se réservent les grandes métropoles : Paris bien sûr, et Lyon, Nice, Toulouse, Bordeaux<sup>3</sup>. Des cités comme Reims, Amiens, Grenoble, Mulhouse, Tarbes, Beaune, Annecy, Pau, Biarritz, ou le Futuroscope de Poitiers, voire des stations balnéaires comme Les Sables d'Olonne ou de montagne comme l'Alpe d'Huez, Tignes ou Les Orres, cherchent plutôt à attirer les « petits » congrès, de quelques centaines de congressistes. Du coup, Guillaume Méchin de Reims prévient : « *Multiplier les destinations ne va pas générer plus d'activité. A force, la part de gâteau de chacun sera plus réduite !* » Un gâteau qui à Reims est estimé à 40 millions d'euros de retombées économiques dues au centre de congrès et au parc des expositions.

Outre que la concurrence se renforce, les organisateurs tendent à se décider de plus en plus tard puis exigent des réponses de plus en plus rapides, ce qui contraint les prestataires et les sites à réaliser des performances : « *nous sommes sollicités très tard* », rapporte Paul Sechaud, « *nous recevons chaque année 20 à 25 congrès, que nous traitons dans un délai de 18 mois, et 130 événements de moindre importance que nous mettons entre 2 et 6 mois à traiter.* » Au Stade de France, Cécile Herclain, à la Direction Marketing et Communication, se souvient

## UNE HISTOIRE DE CONGRÈS

L'Eglise semble la première à avoir cultivé l'art des congrès, avec les conciles ou synodes, assemblées d'évêques, dont le premier eu lieu à Nicée en 325.

Dans le monde laïque, les congrès, associatifs, universitaires, entrepreneuriaux, scientifiques, médicaux, et bien sûr syndicaux ou politiques, se sont répandus à partir du XIX<sup>e</sup> siècle. Le célèbre Congrès de Vienne, diplomatique celui-là, où les vainqueurs de la France napoléonienne ont redessiné l'Europe politique en 1814 et 1815, avait sans doute donné l'exemple.

La première moitié du XX<sup>e</sup> siècle voit apparaître toutes sortes de congrès : sportifs, religieux, littéraires, ludiques... Mais c'est surtout après la seconde Guerre Mondiale et à partir des années 1960 que la « meeting industry » se développe, dans l'euphorie des 30 Glorieuses et alors que se multiplient les organisations gouvernementales et non gouvernementales internationales. Depuis les années 1980, l'expansion du tourisme international, l'ouverture de nouvelles destinations touristiques, l'amélioration des moyens de transport, et ce qui va devenir la mondialisation, rendent à la fois plus aisée et en même temps plus indispensable l'organisation de congrès internationaux. Ainsi, le nombre de ces derniers seraient passés, selon les sources, de moins de 900 dans les années 1950 à plus de 10 000 en 2011.

<sup>1</sup> Sources : IAI, Union des Associations Internationales - UQAM, Université du Québec à Montréal

<sup>3</sup> Dans l'ordre du classement 2012 des villes françaises de l'ICCA - International Congress and Convention Association

d'avoir « en janvier 2013, organisé en 15 jours une convention de 600 personnes ! »

### DES MOUVEMENTS DURABLES

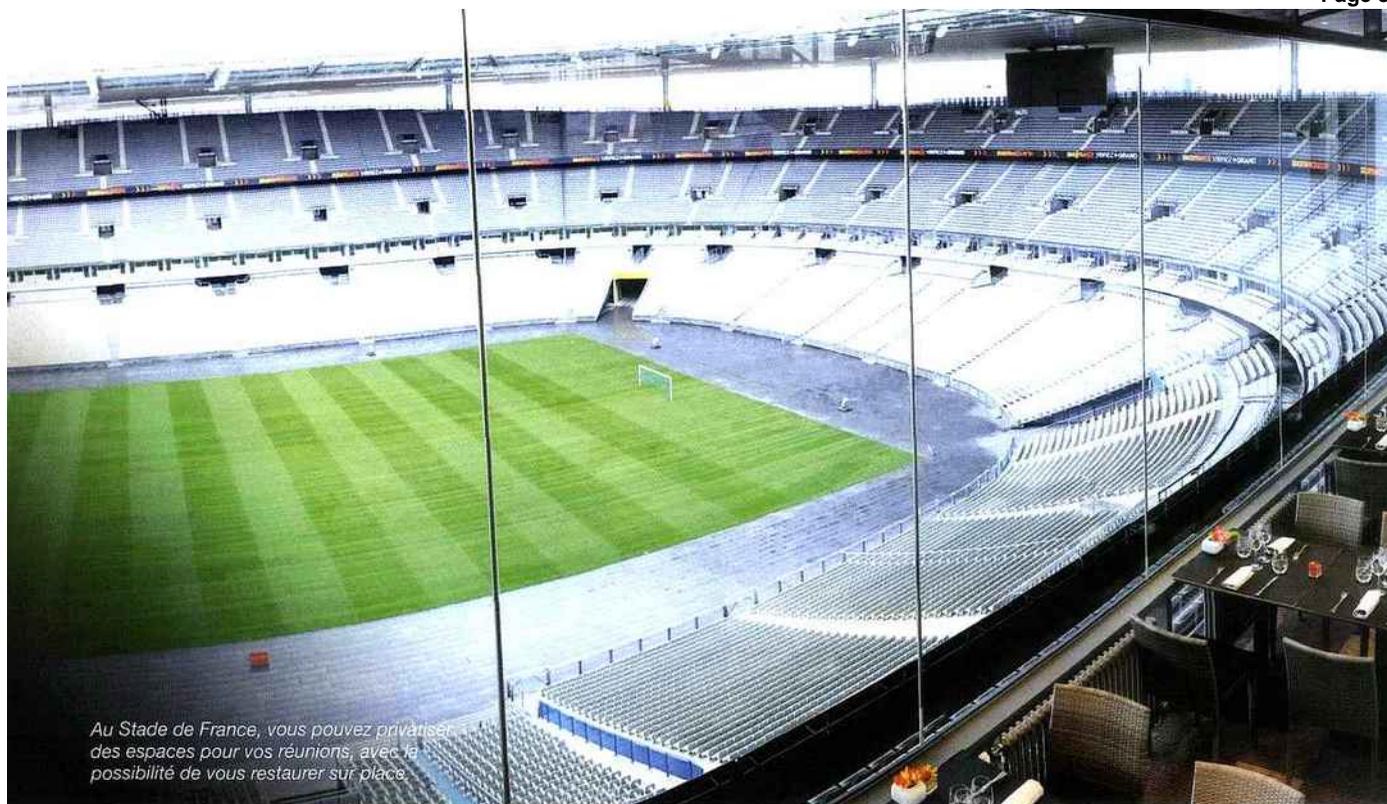
Le raccourcissement des délais n'est pas le seul mouvement de fond à faire évoluer la « meeting industry » : le recours de plus en plus systématique à des technologies de plus en plus pointues répond aux attentes fondamentales des organisateurs d'événements : aménagement des salles, technicité des infrastructures, techniques de communication, diffusion de l'information, accueil des participants. Ainsi voit-on chacun mettre en avant ses arguments technologiques : à Tignes, c'est un nouvel auditorium. Celui d'Amiens vient d'être rénové. A Toulouse, le Centre de Congrès Diagora, entre autres réhabilitations, équipe tous ses espaces en vidéo HD avec un réseau fibre optique intersalles. Au Stade de France, on propose haut débit, tablettes numériques, supports iPhone, connectivité. On pourrait multiplier les exemples.

Etrangement, la conformité aux normes de Développement Durable et de respect de l'environnement ne paraît pas être un argument essentiel. Pour certains, pas seulement des associations écologiques, c'est un critère en soi, mais depuis la crise, ce n'est plus un point fort pour beaucoup d'organisations. Certaines craignent même que ces normes entraînent une augmentation des coûts. Pour Nathalie Durand-Deshayes, « *le Développement Durable est un épiphénomène, c'est un plus, mais cela ne remporte pas la décision.* » Un point de vue que ne partage pas du tout France Congrès, qui a créé une charte Qualité & Développement Durable. « *Nous essayons d'anticiper* », confie Emmanuel Dupart, « *et pour nous, les axes Qualité et Développement Durable sont complètement associés. C'est pourquoi nous incitons nos adhérents à être certifiés France Congrès et ISO, normes très reconnues à l'international. Aujourd'hui, 55 % de nos membres le sont.* »

Durable aussi apparaît le penchant des entreprises à confier la commande et la gestion de leurs « méga-réunions » à leur service achat, ou au moins d'en assurer le contrôle. « *Aujourd'hui, les entreprises négocient tout* », constate Valérie Ducaud, « *et si nous n'avons pas le contact direct avec les services achats, qui n'ont pas la connaissance du terrain, nous savons parfaitement qu'ils valident les décisions.* » Pour Mireille [Dartus](#) à Strasbourg, « *l'intervention des services achats n'est pas systématique, mais ils font partie de nos interlocuteurs.* » Une intervention qu'elle explique, étant très proche du marché allemand, « *par le désir des entreprises de faire preuve d'un haut niveau de déontologie. Elles ne veulent plus être invitées, même à un Eductour ou à un déjeuner. Elles ne veulent pas être accusées de confusion d'intérêts ou pire de corruption.* »

### RETOUR VERS L'ESSENTIEL

Haute technologie, maîtrise des coûts, raccourcissement des délais, tout cela pourrait faire oublier l'essentiel : la qualité du service et de l'accueil. Un essentiel sur lequel les professionnels de l'industrie des congrès et conventions entendent se concentrer. En commençant par se mettre à l'écoute de leurs clients, comme à Toulouse où les questionnaires de satisfaction révèlent l'importance



Au Stade de France, vous pouvez privatiser des espaces pour vos réunions, avec la possibilité de vous restaurer sur place.

## DES PROS

DR  
L'AMIS



**Agnès Benveniste**  
Directrice Générale Adjointe Meetings CWT Meetings & Events

« **LE MARCHÉ S'EST RÉDUIT.** »

« Le marché est difficile. Il reste dominé par les congrès médicaux, car pour l'industrie pharmaceutique, c'est l'unique moyen de former les médecins. La tendance est à la réduction et à l'optimisation des événements quels qu'ils soient. Les congrès médicaux perdurent mais les laboratoires envoient moins de personnes.

Du côté des associations hors secteur pharmaceutique, le marché est encore bien présent, mais il y a peu de grosses associations françaises et le dynamisme vient plutôt des grosses associations étrangères. »



**Paul Sechaud**  
Directeur Service commercial CID - Deauville

« **DES ÉVÉNEMENTS TOURNÉS  
VERS LES NOUVELLES TECHNOLOGIES.** »

« Depuis 2012, nous sommes équipés de la fibre optique. C'est important pour nous, cela nous permet d'accueillir des événements tournés vers les nouvelles technologies, et pas seulement celles de l'information. Ainsi nous avons accueilli en avril le ROOMn, le rendez-vous de la mobilité numérique en entreprise, et en mars 2013, la première édition du Forum du Tourisme Numérique, qui a pour ambition de réunir les professionnels du tourisme et de les confronter aux nouveaux outils que les touristes ont à leur disposition : tablettes, Smartphones, réalité augmentée. »

de la qualité de l'accompagnement commercial et logistique des organisateurs. Les responsables de centres de congrès l'affirment : c'est la qualité de l'accueil qui fait la différence entre deux établissements aux caractéristiques égales par ailleurs. Non seulement l'accueil de l'établissement, mais celui de la cité entière : « Nous travaillons à ce que tout le parcours du congressiste soit de qualité », explique Emmanuel Dupart, « et ce travail se fait dans les murs du palais des congrès, et de plus en plus, aussi hors les murs. » Pourtant, deux villes seulement ont mis en place une procédure d'accueil des congressistes dès l'aéroport : Paris avec le Paris Pack Accueil (fléchage en aéroports et en gares, navettes gratuites...) et Lyon avec Lyon Welcome Attitude. A Nantes, la signature d'une convention d'engagement de qualité entre la ville et le groupe hôtelier Accor semble pour l'instant quasi unique en France. A Strasbourg, les congressistes bénéficient d'un « My Ticket » qui leur permet de voyager trois jours pour le prix de deux, et disposent de vélos en libre service. Ailleurs, ils ont accès à un parking gratuit : Deauville, Amiens.

Plus encore que la qualité de l'accueil et des prestations, « l'humain, qui est la base de notre métier, est redevenu un facteur clé dans les relations clients », affirme Paul Sechaud à Deauville, alors que « la concurrence est forte, européenne voire mondiale, et que le niveau des produits s'est considérablement élevé. » Un propos que renforce Gilles André, à Agen : « nous n'avons pas la mer, nous n'avons pas la montagne, nous n'avons pas la tour Eiffel, mais nous avons la chaleur humaine, la convivialité, l'authenticité ! » Autrement dit, quand les technologies chassent l'âme des lieux, elle revient au galop ! ■



©Studio de France® - F. Aguilho

## L'ART ET LA MANIÈRE DE RÉUSSIR UNE RÉUNION D'ENVERGURE

**C**omment s'y prendre pour organiser un congrès ou une convention si l'on n'en a pas l'expérience ? Le projet peut faire peur tant par le nombre de participants que par la multitude de questions pratiques qui se posent : où ? quand ? comment ? avec qui ?...

Heureusement, les réponses sont tout aussi nombreuses, apportées par les associations de villes de congrès, les offices de tourisme et les bureaux des congrès, les organisateurs professionnels de congrès, les agences événementielles réceptives. Voici quelques conseils puisés chez les uns et les autres.

### ANTICIPER

Pour les grands-messes que sont les congrès scientifiques ou médicaux, on pourrait dire, comme pour le Tour de France, que la préparation du prochain commence le lendemain du dernier jour du précédent... Car l'important est de s'y prendre à temps. Une grosse manifestation de plusieurs milliers de participants demande de la préparer deux ans ou 18 mois à l'avance, les plus modestes six mois environ. France Congrès, association de 56 villes de congrès, a élaboré une check-list de l'organisateur, consul-

table sur Internet<sup>1</sup>. Tous les aspects de la préparation sont envisagés : le choix de la ville et des lieux de réunion, l'hébergement, la promotion de l'événement, les transports, la gestion... Il faut compter aussi avec le temps qu'il fera : les organisateurs de congrès ont une forte

### LE PALMARÈS DES CONGRÈS

Établi chaque année par l'Association France Congrès, il récompense conjointement des organisateurs de congrès et des villes membres du réseau. Les prix 2012 ont été décernés par Monsieur Philippe Augier, Président de France Congrès, en mars 2013 à Paris, au Théâtre Le Trianon, au cours de la Soirée France Congrès :

- Prix Spécial France Congrès : Association Française des Hémophiles.
- Congrès et ville de l'année, audience nationale : Lauréat : 108<sup>e</sup> Congrès des Notaires – Montpellier. Second Prix : 78<sup>e</sup> Congrès de la Fédération Nationale André Maginot – Dunkerque.
- Congrès et ville de l'année, audience européenne : Congrès de l'Ostéoporse et de l'Arthrose – Bordeaux.
- Prix Jacqueline Pietri, audience internationale : Acoustics 2012 – Nantes.
- Prix spécial Développement Durable : World Forum Lille 2012.

<sup>1</sup> [www.france-congres.org](http://www.france-congres.org)



Pour tous vos événements XS à XXL : le Centre de Congrès de Strasbourg offre des espaces multifonctions, un accompagnement d'experts, un parc technique et des services intégrés.

© Philippe Strimweiss

propension à viser le sud de la Loire si la réunion est hivernale. La majorité des congrès en effet se tient au cours du dernier trimestre de l'année, les conventions plutôt en juin et septembre. A Paris, ce sont les mois de mars, juin et octobre-novembre qui connaissent le plus de « méga-réunions ».

### CHOISIR

La disponibilité des lieux est évidemment le premier des critères de choix, d'où l'importance de bien choisir ses dates, de même que la capacité hôtelière de la ville en fonction de la taille de l'événement. Viennent ensuite l'accessibilité, la présence d'un aéroport international qui s'imposent pour les congrès d'envergure européenne ou mondiale, la modularité des sites et leur équipement technologique, pour s'adapter à toutes les contraintes, notamment la présence d'une exposition conjointe, et aussi disponibilité et la proximité des hôtels proches du centre de congrès. Un site homogène, « compact », a de forte chance de l'emporter sur un autre qui exigerait des transferts. Cette homogénéité peut naître de la proximité entre centre de congrès et hôtels, ou d'établissements qui conjuguent les deux fonctions, comme, à Nantes, le Westotel by West-Events, qui en plus de ses 300 chambres et ses 7 lieux de restauration, dispose de 4 500 m<sup>2</sup> d'espaces affaires avec 60 salles de réunion et deux amphithéâtres. De quoi accueillir des réunions de belle envergure !

Les tarifs, malgré la vigilance des « cost killers », n'interviennent qu'ensuite, même s'ils entrent bien sûr fortement en jeu, notamment quand des destinations sont proches les unes des autres, comme le sont Troyes, Nancy, Dijon et Metz. Pour Mireille Dartus, à Strasbourg, « les tarifs se justifient par le niveau de qualité des équipements. Le tourisme d'affaires, ajoute-t-elle, ce n'est pas du tou-

## UN SECTEUR ÉCONOMIQUE À PART ENTIÈRE

Dans la protestation qu'ils ont élevée par voie d'annonces dans la presse contre le projet de taxation prévue par la loi de financement de la Sécurité Sociale, les professionnels de l'industrie des congrès scientifiques n'ont pas manqué de mettre en avant le poids des retombées économiques que génère ce secteur. Quelques chiffres le démontrent\* :

- 120 centres de congrès en France.
- 30 000 emplois plein temps dans l'activité congrès, dont 20 000 à Paris-Ile-de-France.
- 2 500 personnes employées directement par les palais des congrès.
- 2 800 congrès et 1,6 million de congressistes accueillis en France en 2012.
- 1 000 congrès et 790 000 congressistes pour la seule région capitale.
- 1,6 milliard d'euros de retombées économiques en 2012, dont les 2/3 à Paris-Ile-de-France.
- 920 millions d'euros dépensés par les congressistes étrangers, qui ne représentent que 22 % des congressistes.
- 400 euros par jour dépensés en moyenne par un congressiste étranger.
- 22 % des congressistes étrangers en France sont à l'origine de 56 % des retombées économiques au plan national (60 % en Ile-de-France et 40 % en région).
- En moyenne, les congrès accueillent 800 congressistes en Ile-de-France et 450 en région.
- On compte en régions 30 % de congrès nationaux de grande taille, 30 % de congrès internationaux de grande envergure, 24 % de congrès nationaux de moyenne taille (moins de 500 participants), et 16 % de congrès nationaux de petite taille.
- Le plus gros congrès jamais accueilli à Paris, celui de la Société Européenne de Cardiologie, a réuni 33 000 participants en août 2011.

\* Sources : France congrès, Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (CCIP), Office du Tourisme et des Congrès de Paris (OTCP), Foires Salons Congrès Evénements de France (FSCEF), Office de Justification des statistiques (OJS), Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCS), Atout France, Meeting Professionals International (MPI).

*risme, c'est de la rencontre économique et du développement économique. »*

Tous les choix ne sont pas aussi rationnels, car pèse aussi lourdement la qualité des services et de la relation clientèle. La rapidité d'action, la réactivité, le professionnalisme des équipes commerciales peuvent emporter bien des décisions. Tout comme l'attractivité du territoire au sens large, non seulement son image dans le pays, ses atouts touristiques, culturels ou gastronomiques, mais aussi la présence d'une université par exemple, ou de pôles de compétitivité, garants du dynamisme de la région. Pour les conventions d'entreprise, le critère de choix déterminant peut être tout bonnement la présence d'une filiale dans la ville. Pour d'autres, ce sera la confidentialité des lieux, comme à Deauville, où un promeneur sur les planches ne s' imagine pas qu'une grande société française ou internationale travaille dans les 18000 m<sup>2</sup> du Centre International de Deauville quasiment « underground »...

Autre critère que les initiateurs d'une « méga-réunion » ne songent peut-être pas toujours à évaluer au-delà des prix négociés : les conditions de vente, avec notamment les conditions d'annulation, de relogement... « *C'est fondamental* », souligne Agnès Benveniste, Directrice Générale Adjointe Meetings CWT Meetings & Events, « *car au départ, quand on organise un congrès, on ne sait pas combien il va y avoir de participants au final, et pour sécuriser l'opération et optimiser les coûts, les négociations avec les hôteliers prenant en compte des conditions de vente, d'annulations, les allotements... sont fondamentales.* » D'autant plus quand

on découvre, comme le chuchotent certains professionnels, que les relations entre organisateurs de congrès et établissements hôteliers ne sont pas toujours au beau fixe, certains organisateurs contraignant les participants à assurer leur hébergement par l'intermédiaire de leur propres centrale de réservation...

#### **SE FAIRE ACCOMPAGNER**

On peut bien sûr organiser (presque) seul une « méga-réunion ». Certaines associations sont rompues à l'exercice, et prennent directement contact avec un palais des congrès, gèrent elles-mêmes l'hébergement, les transports. Ou confient ces tâches à des sociétés d'économie mixte locales chargées de la promotion, de la gestion des lieux de réunion et de l'accueil des événements. Ainsi, les équipes de Reims Evénements prennent totalement en charge l'organisation d'un congrès ou d'une convention, y compris la sélection des hôtels, les transferts, les prestations techniques, la soirée événementielle : « *Qui mieux que nous connaît notre territoire ?* » se demande le Directeur de Reims Evénements. En règle générale, les Bureaux des Congrès, parfois intégrés aux Offices de Tourisme, ont en charge la promotion de leur destination et la prospection des organisateurs d'événements, en collaboration avec les autres instances de tourisme locales et régionales. Facilitateurs, ils jouent le rôle d'interface entre les organisateurs, les lieux d'événement et les prestataires. Ces derniers peuvent être des agences réceptives locales, des DMC (Destination Management Company, dont les services concernent en général une seule ville ou destination) ou PCO (Professional Congress Organizer, non lié à



## DES PROS

L'AVIS



**Nathalie Durand-Deshayes**  
Directeur Général Délégué La Rochelle Evénements

« LA FORCE DES RÉSEAUX. »

« Nous croyons beaucoup à la force des réseaux, à l'intelligence et à la performance collectives, à la mutualisation des moyens. Nous croyons à l'efficacité de notre association Ouest Congrès qui regroupe 8 centres de congrès dans le grand Ouest pour nous positionner sur le marché et marquer un territoire fort. Nous croyons à la démarche collective de France Congrès qui nous aide à progresser. Seuls, au niveau de l'Europe, nous ne peserions pas grand-chose. Les réseaux associatifs nous permettent de peser plus lourd sur le marché des congrès, d'en avoir une meilleure connaissance et de réaliser de meilleures performances. »



**Emmanuel Dupart**  
Directeur Délégué de France Congrès

« UNE MATIÈRE VIVANTE. »

« Ce qui fait l'intérêt et la complexité du travail d'une association comme la nôtre, c'est qu'aucun territoire ne ressemble à un autre, chacun possède des singularités très fortes. C'est pourquoi nous développons un marketing territorial et global, pas uniquement sur une thématique particulière, comme l'hébergement, les transports ou la capacité du centre de congrès, même si ces thématiques sont très importantes. Car tout est interdépendant. Nous avons donc sensibilisé nos interlocuteurs dans nos villes adhérentes pour qu'ils pensent leur développement dans ce sens, comme un travail sur une matière vivante. »

une destination) qui accompagne une entreprise, parfois d'année en année, dans des destinations différentes, en amont, pendant et après l'événement.

Pour le candidat à l'organisation d'une réunion d'envergure, à qui s'adresser ? N'y-a-t-il pas concurrence entre ces diverses institutions ? Chacun affirme qu'il n'en est rien. « Nous ne sommes pas dans un registre commercial », explique France Congrès, « nous ne nous occupons pas non plus de l'aspect organisationnel. Notre rôle est de développer l'activité et de promouvoir l'offre de nos villes membres. Il y a une myriade de réseaux et d'organismes fédérateurs, au niveau national comme international, mais on ne peut pas parler de concurrence, ce n'est pas l'état d'esprit. L'important, c'est d'arriver à ce que nous soyons tous complémentaires. »

« Nous ne sommes pas concurrents des PCO », affirme-t-on au Strasbourg Convention Bureau « au contraire, quand un PCO arrive sur une destination, il a besoin des services et des conseils d'une structure comme la nôtre. » A Reims, où se tient cette année le Congrès de l'ANAÉ, on reconnaît fort bien s'entendre avec les agences réceptives locales ou les PCO, « quand ils viennent chez nous, nous nous effaçons complètement », précise Guillaume Méchin. A Lyon, Valérie Ducaud les qualifie de « force de proposition. » Confirmation de la part de Nathalie Durand-Deshayes, à La Rochelle Evénements : « Les agences réceptives nationales et les PCO nationaux sont de véritables apporteurs d'affaires. » On le voit, les solutions, les partenaires, les interlocuteurs ne manquent pas pour qui veut organiser une « méga-réunion ». La seule question qu'il peut se poser reste : « Par où commencer ? » La réponse est très simple : en consultant le Guide Réunir ou le site [www.reunir.com](http://www.reunir.com), et tout particulièrement sur ce site, le service « Kunsidi cherche pour vous » ! ■

# LA FRANCE DANS LA BATAILLE DE LA « MEETING INDUSTRY »

La majorité des congrès (hors conventions d'entreprise) dans le monde se tiennent en Europe (59 %)<sup>1</sup>. Les autres se déroulent en Amérique du Nord, en Asie, notamment dans le sud-est asiatique et en Chine, à Shanghai, puis depuis peu au Proche Orient, avec les réalisations grandioses des Emirats (Dubai, Abou Dhabi). La France occupe la 5<sup>e</sup> place dans le classement mondial des pays accueillant des congrès internationaux, selon les normes de calcul de l'ICCA. Paris tient la deuxième place du classement des villes de congrès, dorénavant devant Barcelone mais derrière Vienne, capitale des « meetings ». Selon d'autres modes de calcul, certains voient dans la France le pays leader mondial des congrès, conventions, salons et expositions... Si ce n'est pas statistiquement juste, c'est le reflet d'une réalité qui fait de la « meeting industrie » en France un secteur économique à part entière, dont les retombées sont précieuses, notamment en termes d'emploi.

## LES RAISONS DU SUCCÈS

Ce succès est dû à tout ce qui fait l'image et le prestige de la France dans l'univers, où des mots comme « Paris » ou « tour Eiffel » ont partout le même sens : la mode et l'industrie du luxe, l'art de vivre à la française, la gastronomie, les vins et le champagne, le savoir-vivre, le patrimoine historique et artistique... Si de tels atouts sont nécessaires pour attirer le monde entier, ils ne sont pas suffisants. S'y ajoute un professionnalisme reconnu dans la filière foires, salons et congrès, et une réputation justifiée de pays sûr, où l'on peut amener sans problèmes de sécurité des milliers de congressistes et d'exposants. Ce qui n'est pas négligeable dans le monde tel qu'il va. Enfin joue aussi ce qu'Emmanuel Dupart, Directeur Général Délégué de France Congrès, nomme « *la constance dans le leadership* » : demeurer dans le peloton de tête même face à des pays émergents pleins d'élans et « *très en appétit* » reste rassurant et preuve d'efficacité.

## LES PETITES FAIBLESSES

Nul n'est parfait, dit la sagesse des nations, mais la française possède un talent tout particulier pour mettre l'accent sur ses faiblesses plutôt que sur ses forces, et de se plaindre de tout ce qui pénaliserait la destination France : en premier lieu, le manque d'établissements hôteliers, particulièrement en haut de gamme. C'est que les investisseurs dans ce domaine, fait remarquer Emmanuel Dupart « *ne tiennent pas compte du seul marché des réunions, mais surtout du tourisme de loisirs.* » Le trop petit nombre de lignes aériennes intérieures et d'aéroports pénaliserait aussi la France sur le marché du MICE (voyez donc ce qui se passe à Nantes...), limitant l'accessibilité des villes

de congrès. Interviennent aussi des prix trop élevés, une administration paralysante, une fiscalité dévorante et le peu de facilité des Français pour les langues étrangères... Tout n'est pas faux dans ces reproches, mais, proteste Emmanuel Dupart, « *il faut cesser de vouloir à tout prix se faire du mal et de s'auto-flageller. Il y aura toujours mieux à faire, en termes d'accueil et de service par exemple* », mais la France demeure une destination attractive. D'autant que la situation n'est pas aussi pénalisante que certains feignent de le croire : le réseau TGV compense avantageusement les liaisons aériennes intérieures, et l'offre hôtelière s'est grandement améliorée ces dernières années, tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif. De nombreux projets dans ce domaine sont encore à l'étude ou en cours de réalisation : à Paris (le Nord-Est parisien), à Marseille, à Lyon...

## A LA CONQUÊTE DU MONDE

Au total, le bilan n'est pas si mauvais : la France parvient à maintenir son rang de 5<sup>e</sup> pays d'accueil de congrès, et ceci depuis les années 1980, et Paris, de seconde ville au monde. Mais gare à l'arrivée de nouveaux concurrents, outre Milan, Barcelone ou Madrid, comme Dubai et Shanghai. C'est pourquoi les professionnels de la « meeting industry » ont entrepris des efforts de promotion tous azimuts, tant sur le marché national qu'à travers l'Europe et vers les autres continents. Comme quoi la mondialisation, si décriée, a aussi pour effet de pousser à l'excellence.

C'est d'abord le fait des associations professionnelles, comme France Congrès, largement citée ici. Chaque année, les Journées d'Etudes France Congrès se consacrent à l'analyse de sujets d'actualité, comme en 2013, entre

## DU PRO

L'AVIS  
DE



Valérie Ducaud,  
Directrice du Bureau des Congrès du Grand Lyon

« ACCOMPAGNER UN MEMBRE LOCAL  
D'UNE ASSOCIATION INTERNATIONALE. »

« Si l'on souhaite accueillir le congrès d'une spécialité scientifique ou médicale, il est important d'avoir dans sa ville un membre local d'une association internationale qui acceptera de porter la candidature. C'est en général un professeur, que l'on va accompagner pour monter le dossier sur le plan logistique, répondre à toutes les questions d'accessibilité, de commodités, etc. Il est essentiel bien sûr d'avoir un aéroport international, un centre de congrès bien placé et une capacité hôtelière suffisante. Mais une grande ville qui n'aurait pas un représentant du secteur d'activité suffisamment reconnu, pourrait ne pas être retenue même si elle a tous les atouts structurels par ailleurs. »

<sup>1</sup> Source : ICCA



Au cœur de La Rochelle, des congrès nationaux et internationaux peuvent s'installer dans des espaces modulables pouvant accueillir jusqu'à 1 000 participants.

autres, l'attractivité des territoires, le partenariat " public-privé ", la combinaison offre loisirs et offre d'affaires. L'association Congrès Cité regroupe, elle, 15 villes de même importance, aux caractéristiques communes, dotées d'un riche patrimoine. Les associations FSCEF (Foire Salons Congrès Événements de France) ou MPI (Meeting Professionals International) regroupent organisateurs d'événements et prestataires. D'autres groupements assurent la promotion d'une région particulière, comme Ouest Congrès ou Meeting Alsace. En région PACA, Provence Côte d'Azur Events fédère les principaux acteurs du tourisme d'affaire du Sud-Est, d'Avignon à Nice.

Les pouvoirs publics ne sont pas en reste, avec plusieurs organismes comme Atout France, l'Agence de développement touristique de la France, ou la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DG-CIS), placée sous l'autorité du ministre du Redressement productif et du ministre de l'Artisanat.

Ce sont surtout les collectivités locales qui affrontent la concurrence en première ligne : elles qui réalisent la plus grande partie des investissements en matière d'infrastructures d'accueil des congrès et conventions, entendent les rentabiliser. Par l'intermédiaire des Comités Régionaux du Tourisme, des Comités Départementaux du Tourisme, des bureaux des congrès, des offices de tourisme, des palais des congrès directement ou des gestionnaires de centres de congrès, comme Viparis, elles lancent de nombreuses opérations de démarchage, de communication, de promotion, d'image de marque, de relations

## LES VILLES ET PAYS D'ACCUEIL CHAMPIONS DU MONDE DES MEETINGS\*

(les chiffres indiquent le nombre de congrès accueillis en 2011)

1. Vienne	181	1. USA	759
2. Paris	174	2. Allemagne	577
3. Barcelone	150	3. Espagne	463
4. Berlin	147	4. Royaume Uni	434
5. Singapour	142	5. France	428
6. Madrid	130	6. Italie	363
7. Londres	115	7. Brésil	304
8. Amsterdam	114	8. Chine	302
9. Istanbul	113	9. Pays-Bas	291
10. Pékin	111	10. Autriche	267
11. Budapest	108	11. Canada	255
12. Lisbonne	107	12. Suisse	240
13. Séoul	99	13. Japon	233
14. Copenhague	98	14. Portugal	228
Prague	98	15. Corée	207
16. Buenos Aires	94	16. Australie	204
17. Bruxelles	93	17. Suède	195
Stockholm	93	18. Argentine	186
19. Rome	92	19. Belgique	179
20. Taipei	83	20. Mexique	175

\*Source : ICCA, International Congress and Convention Association. L'ICCA ne prend en compte que les congrès récurrents organisés par des associations internationales et qui « tournent » dans au moins trois pays.

publiques et relations presse : participation aux salons nationaux, comme le salon Réunir à l'automne ou Mee-dex au printemps, et aux salons internationaux, « *Car nous allons chercher loin nos manifestations !* » commente Nathalie-Durand-Deshayes à La Rochelle. Cette recherche peut prendre la forme de workshops (Tignes en organise une vingtaine chaque année à travers l'Europe), de road-shows, d'Eductours, de voyages de presse. Sur le plan strictement commercial, le CID de Deauville, par exemple, s'est doté d'une équipe de développeurs terrain qui toute l'année vont à la rencontre des futurs organisateurs d'événements. Tous ces organismes utilisent bien sûr les nouvelles technologies de la communication, avec sites Internet, e-mailings, newsletters, applications pour tablettes ou Smartphones.

Leur mission est aussi d'accompagner les associations et fédérations d'associations dans leurs démarches pour répondre aux appels à candidature à l'organisation d'un congrès. Le bureau ou le centre de congrès va aider le membre de l'association à monter son dossier, l'accompagner pour développer tous les arguments pratiques et logistiques qui convaincront l'association prescriptrice. Tous ces efforts portent leurs fruits. Les organisateurs de congrès, bien loin de délaisser la France, en font toujours une de leurs destinations favorites, comme le montrent les classements de l'ICCA. Ainsi attend-on dans un proche avenir quelques événements d'importance : le Facial

Aesthetic and Cosmetic Events, à Cannes en septembre 2013, les XXVI<sup>e</sup> Journée Universitaire d'Ophtalmologie de Marseille, en octobre 2013, le Forum de l'Urgence, en décembre 2013 à Lille; et à Paris, en 2014 et 2015, l'European Congress of Intensive Care, le Congrès Européen de Rhumatologie, le Congrès International de Psychologie, la Conférence Mondiale du Gaz... L'avenir est encombré ? Tant mieux ! ■

## RETROUVEZ TOUS LES ÉTABLISSEMENTS SUR [WWW.REUNIR.COM](http://WWW.REUNIR.COM) OU DANS LA 26<sup>E</sup> ÉDITION 2012/2013 DU GUIDE RÉUNIR

### Sont cités dans ce dossier :

■ Diagona, Centre de Congrès et d'Expositions de Toulouse ■ Alpe d'Huez Sports et Congrès ■ La Rochelle Evénements ■ Reims Evénements – Centre de Congrès ■ Mégacité – Centre de Congrès d'Amiens ■ Centre de Congrès l'Espace Tête d'Or – Lyon ■ Onlylyon – Convention Bureau ■ Agen Expo Congrès ■ Strasbourg Convention Bureau ■ Centre International de Deauville ■ Hautes Alpes Tourisme d'Affaires ■ Centre de Congrès de Tignes – Tignespace ■ Mulhouse Alsace Convention Bureau ■ Centre de Congrès « Les Atlantes » - Les Sables d'Olonne ■ Futuroscope Congrès Evénements – Poitiers ■ World Trade Center Grenoble ■ Beaune Congrès ■ Tarbes Expo Pyrénées ■ Consortium Stade de France ■ Westotel by West-Events – Nantes.