

EVENT
data
book

Édition
2023-2024

unimev[®]

UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÈNEMENT

Sommaire

Le contexte macro-économique

04

- Panorama économique en France 04
- Le tourisme en France et à l'international 05
- Le média foires-salons et relations publiques 06

Les évolutions du secteur de l'événementiel professionnel

07

- UFI Global Exhibition Barometer : vers un retour à la normale 07
- Les agences de design de la rencontre ξ stand renouent avec l'activité 09
- Les enjeux 2023 de la communication événementielle 10
- L'emploi dans l'événementiel professionnel 12
- L'attractivité de l'événementiel professionnel et de ses métiers auprès des jeunes 14

Les événements

16

- Les foires 16
- Les salons 17
- Les congrès 19
- Les événements d'entreprise et d'institution 20
- Les événements sportifs 21

Les lieux événementiels

22

- Les lieux événementiels dans le monde 22
- Les parcs des expositions 23
- Les centres de congrès 25

Les outils RSE de l'événementiel professionnel

26

- CLEO : le calculateur de l'événementiel 26
- Évolution de la norme ISO 20121 28

Les contributions de nos partenaires

29

- L'expérience du participant dans les lieux de l'événement marchand 29
- French Event Booster : la plateforme d'innovation des acteurs de l'événementiel 30

Éditorial

2022 a marqué un tournant majeur pour l'industrie événementielle française, symbolisé par une sortie de crise sanitaire et une reprise dynamique confrontée à de nouveaux challenges économiques. Ce nouvel Event Data Book reflète cette année exceptionnelle, en mettant en lumière l'importance et la vitalité de notre filière.

En collaboration avec ses partenaires, UNIMEV offre une analyse des évolutions et tendances observées. Ces dernières reflètent les forces motrices qui ont animé l'industrie événementielle, et sont autant de facteurs clés qui ont contribué à façonner l'industrie événementielle en 2022 :

- Après une période de restrictions et d'incertitudes, nous observons la reprise de l'activité et un retour significatif de la rencontre physique sur les événements professionnels, soulignant la volonté de renouer avec une expérience humaine authentique.
- La réouverture progressive des frontières et le retour des clientèles internationales ont renforcé la position de la France en tant que destination prisée pour les événements internationaux.
- À l'instar de nombreux secteurs, la filière a été confrontée à des problématiques de recrutement après les départs pendant la crise sanitaire.
- Les enjeux RSE sont devenus une préoccupation majeure pour l'ensemble des acteurs, à laquelle répondent notamment le développement de CLEO Carbone, outil de mesure carbone pour tous les professionnels de l'événementiel, et la mise à jour de la norme ISO 20121, promus par notre fédération.
- La très belle réussite de la Coupe du Monde de Rugby a démontré notre capacité à organiser des événements d'envergure mondiale, préfigurant le succès attendu des prochains Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

Cet Event Data Book, millésime 2022, produit par UNIMEV, témoigne de la résilience des acteurs de notre filière et de leur capacité à faire face à des défis sans précédent. En capitalisant sur cette reprise, nous sommes convaincus que le savoir-faire de nos entreprises lié à la pertinence confirmée de nos opérations, permettra à l'événementiel français de retrouver le chemin d'un développement fort et riche de sens.

Notre équipe Études reste à votre disposition pour toute information supplémentaire.

Bonne lecture.



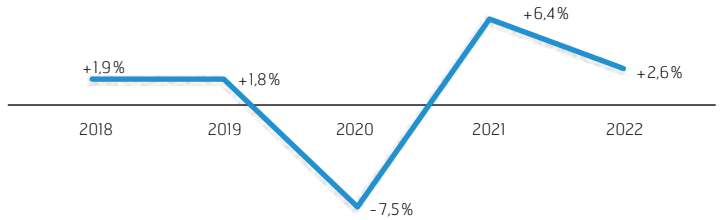
**Béatrice Cuif-Mathieu
et Philippe Pasquet**

Co-Présidents UNIMEV

PANORAMA ÉCONOMIQUE EN FRANCE

En pleine sortie de crise, la France et le monde ont été le théâtre de moments clés qui ont laissé une empreinte significative, en influençant profondément le paysage politique, social, économique et culturel, et ouvrant de nouvelles perspectives pour l'avenir.

Après un rebond en « sortie de crise sanitaire », l'activité économique française ralentit en 2022 et le PIB croît en France de **+2,6%** (en euros constants en volume). Cette hausse du PIB sur l'année masque un ralentissement au quatrième trimestre, en raison d'un net recul de la consommation des ménages, dans un contexte de forte inflation.



+2,6%
PIB en France

L'inflation a touché l'ensemble des produits de consommation, en particulier alimentaires, principalement en raison des difficultés liées à la persistance de la Covid-19 en Chine et aux tensions issues du conflit en Ukraine (tensions sur les circuits d'approvisionnement, poussée des prix des matières premières). Elle est cependant maîtrisée en France comparée à celle observée dans l'Union européenne, grâce aux mesures prises par l'État pour plafonner les prix de l'énergie.

Inflation



+5,2%

+1,6% en 2021



+9,2%

UE, +5,3% en 2021



+140%

Prix du gaz vs 2021



+153%

Prix de l'électricité vs 2021

Sources : Eurostats et Insee

GAZ : Le prix PEG moyen annuel correspond à la moyenne du « PEG Monthly index / MWh » produit par la société EEX.

Électricité : Le prix moyen annuel marché (spot) de l'électricité

LE TOURISME EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL



À L'INTERNATIONAL

La **reprise du tourisme à l'international** s'est amorcée en 2022 avec la levée progressive des restrictions de mobilité dans la majorité des pays.

Le monde a comptabilisé

900 millions

de voyageurs internationaux

63% du niveau de 2019



EN FRANCE

La France enregistre également une **performance encourageante** et se rapproche des niveaux de 2019.

144 millions



de passagers dont 116 millions de passagers internationaux

81% du niveau de 2019

444 millions



de nuitées enregistrées dans les hébergements collectifs touristiques selon l'Insee

+9% du chiffre d'affaires de l'hôtellerie comparé à 2019

57,9 milliards



d'euros de recettes engendrées par le tourisme international, tirées par l'inflation, malgré l'absence des touristes asiatiques

+1,2 milliard d'euros comparé à 2019

Les pays les plus contributeurs en recettes



Belgique



Allemagne



Royaume-Uni



États-Unis

Les pays les moins contributeurs en recettes



Chine



Japon



PARIS

1^{ère} destination mondiale

devant Dubaï et Amsterdam, pour la deuxième année consécutive

44 millions

de touristes à Paris et en Ile-de-France

88% du niveau de 2019

LE MÉDIA FOIRES-SALONS ET RELATIONS PUBLIQUES

Une forte progression qui n'atteint pas encore les résultats de 2019.

Kantar, France Pub et l'IREP croisent chaque année leurs données pour le Baromètre Unifié du marché publicitaire. Ce baromètre rassemble et analyse les données clés du marché publicitaire français, offrant un aperçu complet des tendances et des performances du secteur côté annonceurs français.

Le **marché global de la communication se rapproche des niveaux de 2019**. Malgré de fortes progressions, les dépenses des entreprises françaises dans les médias foires, salons et relations publiques en France ne reviennent pas encore au niveau de 2019.

32,7
milliards

d'euros d'investissements

- 3,1% comparé à 2019



Le média digital a enregistré la plus forte croissance et tire le marché global vers le haut.

9 milliards

d'euros d'investissements en digital (Display, Search, Social et autres)

+ 32,5% comparé à 2019



LES DÉPENSES DES ENTREPRISES FRANÇAISES



1,1 milliard

d'euros dans les foires et salons

- 27,9% comparé à 2019



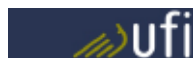
1,7 milliard

d'euros en relations publiques
qui concernent les événements corporate

- 15,5% comparé à 2019

LES ÉVOLUTIONS DU SECTEUR DE L'ÉVÉNEMENTIEL PROFESSIONNEL

UFI GLOBAL EXHIBITION BAROMETER : VERS UN RETOUR À LA NORMALE

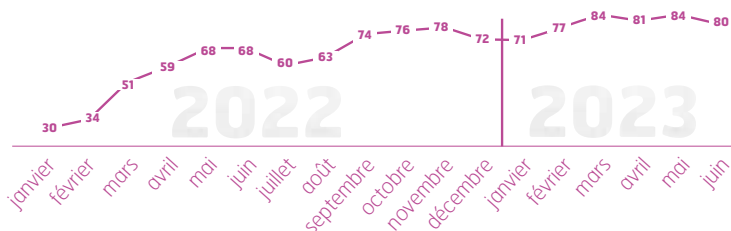


L'année 2022 a marqué un **rebond de l'activité de l'événementiel professionnel à l'échelle mondiale**, se manifestant par une augmentation progressive de la proportion d'entreprises événementielles prévoyant une « activité normale » de janvier à décembre 2022.

Les perspectives pour 2023 sont très prometteuses et se manifestent dans toutes les régions.

Évolution mensuelle 2022 et projection 2023

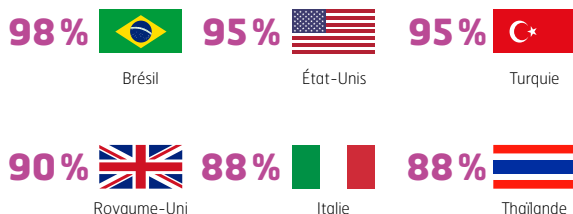
% d'entreprises interrogées anticipant l'activité comme « normale »



Source janvier à juin 2022 : 29th UFI Global Exhibition Barometer • Source juillet à décembre 2022 : 30th UFI Global Exhibition Barometer • Source janvier à juin 2023 : 31th UFI Global Exhibition Barometer

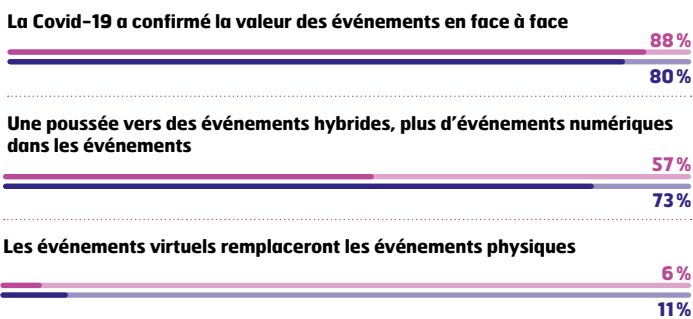
TOP 6

des pays qui retrouveront un niveau quasi normal de leur activité en 2023



LA RÉAFFIRMATION DE LA PERTINENCE DE L'ÉVÉNEMENT PROFESSIONNEL « FACE À FACE »

Total des réponses des % « oui certainement » et « oui probablement »



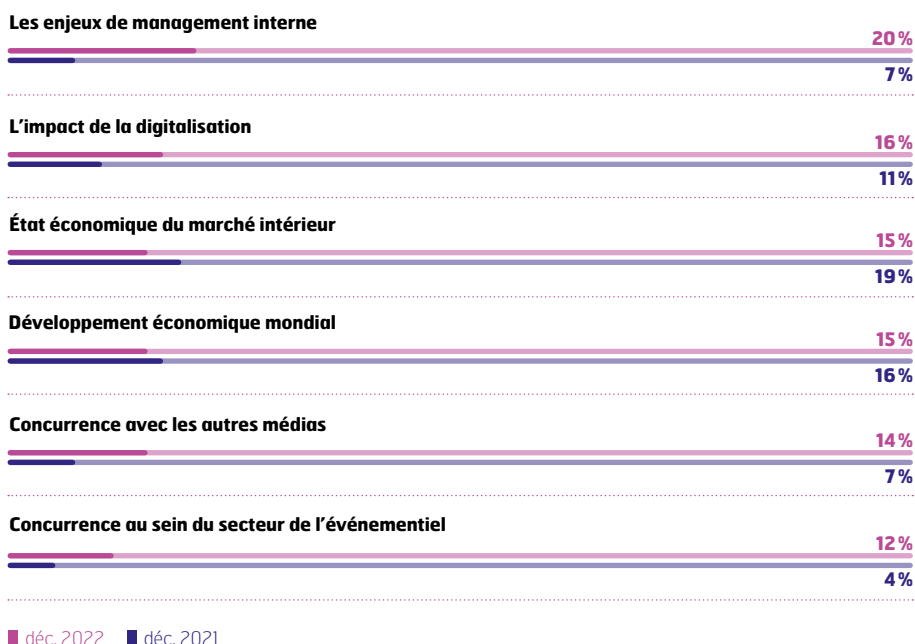
■ 2022 ■ 2021

Les recettes réalisées en 2022 par l'ensemble des acteurs de l'événementiel professionnel, interrogés par l'UFI, **se rapprochent des niveaux observés en 2019.**



Les défis associés à la gestion interne constituent une préoccupation majeure, commune à toutes les régions du monde. Alors que l'influence de la Covid-19 sur l'activité générale a considérablement diminué (passant de 29% en décembre 2021 à 5% en décembre 2022), les enjeux liés à la durabilité, au changement climatique et aux autres parties prenantes ont connu une croissance significative, passant de 4% en 2015 à 8% en 2022).

LES NOUVELLES PRIORITÉS DES ACTEURS DE L'ÉVÉNEMENTIEL PROFESSIONNEL DANS LE MONDE



FOCUS CHINE

2022 a été une année d'activité réduite pour la Chine. Seulement 29% des entreprises chinoises du secteur foires et salons s'attendent à une activité « normale » au premier semestre 2023 et 40% à une activité réduite. La Chine a été le seul pays à subir un impact de l'épidémie de Covid-19 avec des mesures sanitaires strictes jusqu'à la fin de l'année 2022.

LES AGENCES DE DESIGN DE LA RENCONTRE Ξ STAND RENOUENT AVEC L'ACTIVITÉ



L'observatoire des agences de design de la rencontre Ξ stand est réalisé chaque année par le Leads, auprès de ses agences membres. Cette édition fait ressortir le rebond de 2022, les défis et enjeux pour les agences.

Les agences de design de la rencontre et stand ont enregistré en 2022 une croissance de leur chiffre d'affaires, dépassant ainsi les niveaux atteints en 2019. Cette progression découle principalement de leur forte collaboration avec des entreprises françaises exposant sur le territoire national, les préservant ainsi de l'absence de participants étrangers en 2022.

586
millions
d'euros de chiffre
d'affaires

cumulé en 2022
+3,9 % comparé à 2019

dont

18%
réalisé
à l'international

contre 17 % en 2019

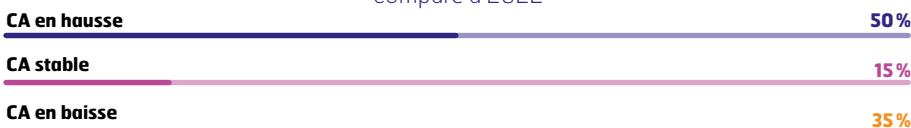
85%

des agences ont enregistré
des résultats bénéficiaires
en 2022

contre 90 % en 2019

PRÉVISIONS D'ÉVOLUTION DU CA 2023

comparé à 2022



LE RECRUTEMENT, NOUVEAU DÉFI À CONSIDÉRER

93%

des agences enregistrent
des effectifs en
hausse ou stables
en 2022, comparé
à la période pré-covid

72%

font face à des **difficultés de recrutement en 2022** (principalement sur des postes clés, tels que celui de chef de projet ou responsable commercial, postes considérés comme urgents à pourvoir)

LA CERTIFICATION ISO 20121, UN ENJEU MAJEUR

Soucieuses de répondre aux normes et aux attentes croissantes de leurs clients, les agences de design et de stands se tournent ainsi vers la certification ISO 20121 qui leur permet de se démarquer dans un marché de plus en plus compétitif.

L'association Crealians a été créée en 1936 par les prestataires des foires et salons. Membre d'UNIMEV, elle rassemble aujourd'hui plus d'une centaine d'adhérents au sein de 3 collectifs :

- Le Leads, l'association des agences design et stand
- Prestalians, le collectif des prestataires de l'exposition et de l'événement
- Frenchtouch, la branche export de Crealians

www.crealians.fr

LES ENJEUX 2023 DE LA COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE



L'association L'ÉVÉNEMENT a réalisé un baromètre auprès de plus de 115 clients, visant à fournir aux acteurs de la filière le maximum de repères afin d'élever leur capacité d'adaptation et d'accompagnement à leur meilleur niveau. Les résultats de cette enquête offrent une perspective approfondie des mutations qui redéfinissent le paysage de la communication événementielle.

LA COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE, UN LEVIER RELATIONNEL STRATÉGIQUE POUR LES ENTREPRISES

« L'événement permet de partager, d'échanger sur les bonnes pratiques, de connecter des gens qui ne se seraient jamais rencontrés sans lui et de mettre en mouvement, d'insuffler une dynamique dans l'entreprise vers un objectif commun. »

66%

des entreprises répondantes estiment que les agences de communication événementielle **jouent un rôle « important » dans la construction de la marque** de leurs clients

La communication événementielle occupe ainsi une position centrale dans la stratégie relationnelle des entreprises en raison de :

- **son caractère humain**, favorisant les échanges et les contacts directs (89%)
- sa capacité à dynamiser les relations, **en motivant et en fédérant** (80%)

TOP 3 DES CRITÈRES PRIVILÉGIÉS PAR LES MARQUES POUR LE CHOIX D'UNE AGENCE ÉVÉNEMENTIELLE

L'expérience via les événements réalisés

72%

Le savoir-être (authenticité, politique RSE, valeurs...)

66%

L'expertise sur une problématique donnée

64%

DÉFIS ACTUELS ET FUTURS



Responsabilité Sociétale des Entreprises

Les entreprises cherchent des agences événementielles engagées dans la RSE et capables de concevoir des événements à impact environnemental réduit. Elles perçoivent les efforts mais estiment qu'il reste du chemin à parcourir.



Attractivité des métiers

La filière rencontre de fortes difficultés de recrutement, voire d'attractivité, perçues comme une limite à l'agilité et à la capacité à intégrer les nouvelles technologies et les nouveaux formats.



Budget et mesure du ROI

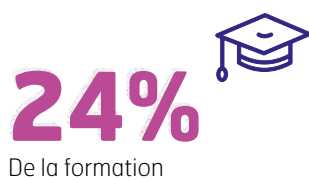
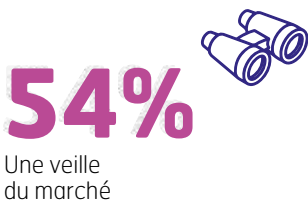
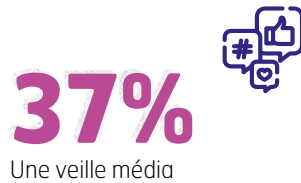
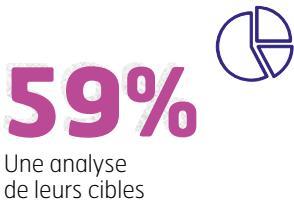
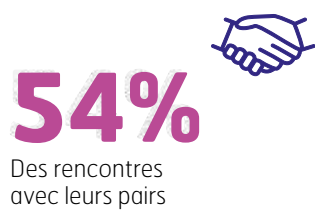
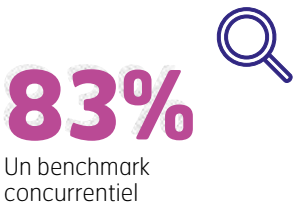
Les budgets des événements sont sous pression, à la fois en raison de l'inflation et du recentrage des clients sur des objectifs à court terme, tels que les ventes. À cela s'ajoute les difficultés à mesurer le ROI des événements, seuls 28% des clients interrogés estiment « très bien » ou « assez bien mesuré » le ROI de leurs actions événementielles.

LA RECHERCHE D'UN MODÈLE PLUS PARTENARIAL ET PLUS CRÉATIF ENTRE CLIENT ET AGENCE

Les clients d'aujourd'hui ont des attentes bien définies envers leurs agences, elles recherchent un partenariat solide pour atteindre leurs objectifs, passant par l'analyse et la compréhension de leur environnement et de son évolution.

« J'aspire à une agence qui anticipe, prend des risques à mes côtés, et adopte une posture de conseil et de partenariat. »

LES PRINCIPALES ATTENTES DES CLIENTS ENVERS LEURS AGENCES



Méthodologie : Le « Baromètre Clients : les enjeux 2023 de la communication événementielle » réalisé par LÉVÈNEMENT Association et Marketing Insight (société d'étude et de conseil) est composé d'un volet quantitatif avec 115 clients répondants (clients d'agences événementielles) et d'un volet qualitatif avec 10 entretiens avec des professionnels en charge de la communication de grands groupes (L'Oréal, LVMH, Allianz, AFD, Carrefour, FDJ...). Il est à noter que 40% des entreprises répondantes investissent plus de 500 K€ par an dans les événements.

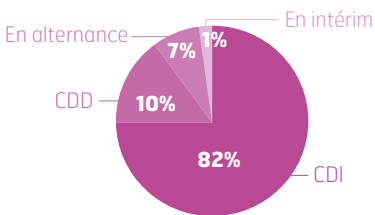
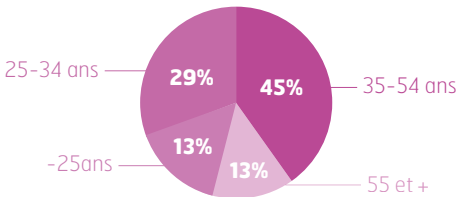
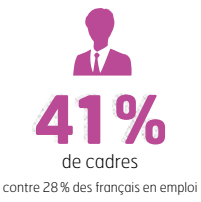
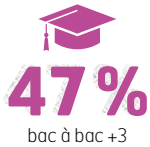
LÉVÈNEMENT Association fédère les agences de conseil, création et production de communication événementielle en France. Avec une centaine d'adhérents, répartis sur l'ensemble du territoire, LÉVÈNEMENT Association défend les intérêts de l'ensemble de la filière. Elle contribue à faire évoluer la réglementation pour créer les conditions favorables à la croissance de ses adhérents, à la montée en compétence de leurs équipes, et à la qualité de services rendus à leurs clients.

Source : Baromètre Clients : les enjeux 2023 de la communication événementielle - LÉVÈNEMENT (levenement.org)

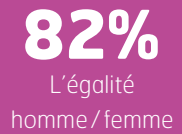
L'EMPLOI DANS L'ÉVÉNEMENTIEL PROFESSIONNEL

Dans un contexte post crise sanitaire, qui a eu un impact majeur sur l'activité du secteur événementiel et a entraîné des pertes économiques importantes, les acteurs de la filière doivent faire face à des défis importants en matière de recrutement, avec l'intensification du nombre de postes à pourvoir, du fait de la reprise économique du secteur enregistrée en 2022.

UNE DIVERSITÉ OBSERVÉE DES PROFILS DES SALARIÉS DES ACTEURS DE L'ÉVÉNEMENTIEL PROFESSIONNEL



LA POLITIQUE RH DES ENTREPRISES DE L'ÉVÉNEMENTIEL PROFESSIONNEL SE CONCENTRE SUR 4 PRIORITÉS ESSENTIELLES



LES BESOINS ESTIMÉS EN RECRUTEMENT EN 2022

15%
des effectifs globaux
de la filière

soit

6 574
postes ouverts au recrutement
en CDI / CDD

LES DIFFICULTÉS DE RECRUTEMENT

Comme dans beaucoup d'autres secteurs, les entreprises de l'événementiel professionnel sont unanimes sur les difficultés de recrutement rencontrées :

77%

jugent le **recrutement difficile en 2022**

73%

estiment que le recrutement est devenu encore **plus difficile qu'avant**

Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette difficulté croissante :

L'insuffisance du nombre de candidats **53%**

Défaut de lien entre la formation des candidats et le métier proposé **42%**

Les attentes des candidats en matière de conditions de travail, y compris le télétravail et les perspectives d'évolution **41%**

LES PROFILS ATTENDUS

Contrats CDI
71%

Différents niveaux d'études

Aucun diplôme	Bac à Bac+3	Bac+4 et plus
33%	72%	40%

Différents niveaux d'expérience

Sans expérience	Moins de 3 ans
26%	56%
Entre 4 et 5 ans	Plus de 5 ans
58%	37%

Les besoins par métier

80%

Technique



69%

Commercial



67%

Autres métiers



Les métiers de chef de projet, de coordination, d'administration et de gestion de contenus, d'analyse data, de user experience sont également manquants.

Méthodologie : UNIMEV a conduit une étude sur « L'emploi dans l'événementiel professionnel », entre décembre 2022 et mars 2023, auprès de 123 acteurs de l'événementiel professionnel, représentant 4 907 salariés.

Sources : Infographie-enquete-emploi.pdf (unimev.fr)
Enquete-emploi-synthese-Vdef.pdf (unimev.fr)

L'ATTRACTIVITÉ DE L'ÉVÉNEMENTIEL PROFESSIONNEL ET DE SES MÉTIERS AUPRÈS DES JEUNES

COMMENT RENFORCER L'ENGAGEMENT DES JEUNES DANS UN SECTEUR ENTHOUSIASMANT ?

L'événementiel professionnel jouit d'une très bonne image auprès des jeunes interrogés :

94%

des jeunes interrogés **ont une bonne image de l'événementiel professionnel**

L'événementiel professionnel est attractif **89%**

L'événementiel professionnel est ouvert aux jeunes **83%**

L'événementiel professionnel est innovant **80%**

Ils sont nombreux à avoir participé à au moins un événement en 2022, et plébiscitent majoritairement le retour au présentiel.

82%

des jeunes interrogés **ont participé à au moins un événement** (foire, salon, congrès, événement d'entreprise)

79%

des jeunes interrogés **préfèrent que les événements soient tenus en présentiel** vs 15% en hybride et 3% en virtuel

OUTILS DE COMMUNICATION POUR DÉVELOPPER L'ATTRAIT DES JEUNES À VENIR SUR LES ÉVÉNEMENTS



Réseaux sociaux

Utilisation des réseaux sociaux pour promouvoir les événements



Tarifs

Mise en avant des tarifs préférentiels destinés aux jeunes



Animations

Mise en valeur des animations, thématiques et stands des différents événements

PERCEPTION DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENTIEL PROFESSIONNEL PAR LES JEUNES

Lorsqu'ils sont engagés dans le domaine, les jeunes interrogés sont très optimistes sur les opportunités que pourrait offrir une carrière dans l'événementiel, et ont envie d'y travailler.

Les jeunes interrogés trouvent que l'événementiel...

... propose des emplois dans une large diversité de métiers **86%**

... propose des métiers d'avenir **79%**

... offre de réelles opportunités de carrière **74%**

9/10

des jeunes interrogés **pensent qu'on peut faire carrière dans l'événementiel professionnel**

66%

des jeunes interrogés **aimeraient travailler dans l'événementiel professionnel**

TOP 3

des raisons qui donnent envie de travailler dans l'événementiel professionnel

- 1** La polyvalence et la diversité des tâches
- 2** Métier de terrain
- 3** Métier de relations humaines

« Ce sont des métiers très variés où l'on ne cesse d'apprendre de nouvelles choses et de rencontrer de nouvelles personnes. »

Les actions de communication attendues par les jeunes pour favoriser l'attrait de métiers de l'événementiel professionnel

Créer 
des projets événementiels au sein des écoles

Faire découvrir 
la diversité des métiers

Favoriser 
la découverte du secteur à travers des journées d'immersion

Méthodologie : UNIMEV a conduit une enquête qualitative et quantitative réalisée par BVA People Consulting et Olecio du 16 janvier 2023 au 5 avril 2023 et ayant permis de réaliser 20 interviews auprès de 10 professionnels (du secteur, du monde de l'éducation) et 10 jeunes (dans différentes filières, avec ou sans alternance dans l'événementiel) et d'interroger en ligne 279 étudiants issus d'écoles et de CFA.

Source UNIMEV, Support piloté et financé par Atlas, OPCO des services financiers et du conseil, selon des axes de coopération définis dans la convention signée avec le ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse, le ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation [Evenementiel-professionnel-et-ses-metiers-Synthese.pdf](#) (unimev.fr) [Infographie-enquete-emploi.pdf](#) (unimev.fr)

1^{er} CFA créé avec l'école ISEFAC

Afin d'apporter une réponse de proximité territoriale aux problématiques de formation et d'emploi, UNIMEV s'investit, depuis de nombreuses années, auprès d'écoles. Les objectifs : développer l'attractivité des métiers de l'événementiel et mettre en place une offre de formation adaptée aux besoins de la filière et du marché. 10 écoles sont ainsi partenaires au niveau national dont un CFA dédié créé en 2022 avec l'école ISEFAC proposant des dispositifs en alternance.

Contact : s.verger@unimev.fr

LES FOIRES

ENCOURAGER L'INNOVATION
AVEC LE TROPHÉE GUSTAVE

31 foires font partie du réseau Foires de France (une marque UNIMEV), et se conforment à respecter les 76 critères définis dans la Charte de qualité Foires de France. Le réseau rassemble chaque année :

LA MARQUE FOIRES DE FRANCE



25 604
exposants dont
2 172 exposants
étrangers
par an

**1 million
de m²**
de surfaces
exposants

**6 visiteurs
par m²**
contre 0,69 dans la grande
distribution, à période
équivalente

+ de 5 millions
de visiteurs rassemblés
par les 31 foires adhérentes
à la Charte Foires de France



Lancé en 2022, le **trophée Gustave** est un projet initié par le réseau Foires de France, qui permet de **valoriser**

les acteurs de l'innovation de chaque région ayant créé un produit ou un service innovant à destination du grand public.

5 Foires ont participé au projet pour sa première édition en 2022, permettant d'identifier et faire découvrir **46 acteurs de l'innovation** :

- Foire de Printemps de Montpellier
- Foire Internationale de Bordeaux
- Foire de Nantes
- Foire de Marseille
- Foire de Tours



Poppy Beach, lauréat du premier Trophée Gustave national 2022.

► Une fixation pour pied de parasol, 100% made in France, local et éco-responsable. Le produit est fabriqué en plastique recyclé à Pau.

100% des foires partenaires en 2022 ont décidé de renouveler l'opération en 2023.

LES SALONS

COMMENT RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DES SALONS FRANÇAIS AUPRÈS DES CLIENTÈLES D'AFFAIRES INTERNATIONALES ?

Les professionnels de la filière du tourisme d'affaires, regroupés au sein du Copil congrès et salons, se sont associés fin 2022 - début 2023 pour conduire une étude sur les attentes et comportements des clientèles étrangères participant à des salons internationaux, suite à la crise sanitaire, à celle de l'énergie et au retour de l'inflation.

Une forte volonté de participation en 2023

74% des exposants et **57%** des visiteurs

ont l'intention de **participer très prochainement à un salon en France**

Les salons en présentiel plébiscités, une offre de services digitaux à développer en complément

98%



des clientèles internationales plébiscitent les salons en présentiel

« Les offres digitales ou l'hybridation sont un complément qui permet de garder le lien avec ses clients toute l'année. »

Pour **29%** des exposants et visiteurs étrangers interrogés, le 1^{er} bénéfice des salons en présentiel est la **rencontre humaine et le networking**, suivi à **28%** par le fait de pouvoir **voir ou toucher les produits**.

Les budgets de participation aux salons sont maintenus mais l'augmentation des coûts devient un sujet de préoccupation

53% des exposants et **57%** des visiteurs

maintiennent les budgets consacrés à la participation aux salons internationaux à Paris et en France en 2023-2024.

Mais, les exposants étrangers font part de leur préoccupation quant à l'augmentation générale des coûts, qui pourrait notamment les amener à diminuer leur surface de stand sur les événements.

Les critères de décision des entreprises pour participer à des salons en France restent identiques à ceux d'avant la crise sanitaire

82%

des entreprises étrangères indiquent ne pas avoir modifié leurs critères de décision

L'empreinte environnementale du salon, un critère non négligeable mais non décisif à la participation : seulement 5% de la clientèle étrangère considère l'empreinte environnementale comme critère décisif de participation.

TOP 5

des principaux critères de décision pour participer à un salon professionnel français

- 1 Qualité du visitorat **17%**
Offre des exposants sur le salon **21%**
- 2 ROI obtenu **17%**
Innovations **18%**
- 3 Quantité des visiteurs **14%**
Contenu et organisation **14%**
- 4 Coût du stand **13%**
Coût global du déplacement **12%**
- 5 Coût du déplacement **10%**
Confort des infrastructures **8%**

■ Exposants ■ Visiteurs

Une clientèle internationale très sensible à l'accessibilité des sites via les transports en commun

55%

des entreprises interrogées considèrent que **l'accès aux sites événementiels en transports en commun est primordial**

Les questions d'accessibilité et de mobilité étant de plus en plus importantes, ce pourcentage devrait être amené à augmenter à l'avenir.

Un impact économique important généré par les visiteurs qui dépasse leur simple participation au salon

66%

des visiteurs organisent des RDV professionnels en dehors des salons

52%

des visiteurs en profitent pour organiser des événements en marge des salons

37%

des visiteurs prolongent leur séjour pour les loisirs, étendent leur déplacement professionnel dans les pays limitrophes et/ou en profitent pour télétravailler

Méthodologie : Comité de pilotage des salons et congrès en Ile-de-France, est un Comité partenarial présidé et animé par la CCI Paris Ile-de-France depuis 2010 et regroupant les principaux acteurs nationaux et franciliens du tourisme et des rencontres d'affaires : CCI Paris Ile-de-France, Viparis, UNIMEV, Promosalons, Atout France, Aéroport de Paris, CEP, CRT Ile-de-France, OTCP, DGE-Ministère de l'Economie et des Finances. Dans le cadre de cette étude, plus de 600 entreprises (exposants / visiteurs) issues de plus de 20 pays ont été interrogées.

Source : www.unimev.fr/tout-savoir-sur-le-secteur/bilans-etudes/

LES CONGRÈS

1934

congressistes accueillis par congrès (vs 1 064 congressistes en 2019)

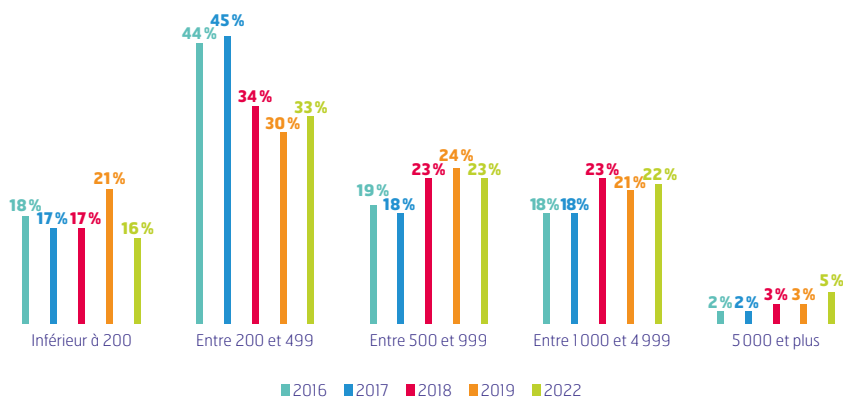
2,7

jours en moyenne d'ouverture au public

26%

des congrès ont un **public international**

Évolution de la répartition par taille des congrès accueillis dans les sites événementiels en France



TOP 3

des secteurs ayant accueilli le plus de congressistes

- 1 Santé, médecine, pharmacie, biotechnologies et équipements (**53%**)
- 2 Environnement, énergie et emballage (**19%**)
- 3 Industrie, recherche, sciences et techniques, sous-traitance (**3%**)

LES CONGRÈS INTERNATIONAUX

Paris en 3^e place du classement mondial et européen des villes d'accueil des congrès, après Vienne et Lisbonne, avec 134 congrès recensés par ICCA.

5 métropoles françaises apparaissent également dans le top 100 : Lyon-Saint Etienne (36^e), Marseille-Aix (43^e), Toulouse (63^e), Bordeaux (90^e), Nice (100^e).

Méthodologie : L'analyse porte sur 464 congrès, ayant été accueillis dans 44 centres de congrès et parcs des expositions en France et ayant rassemblés 585 947 congressistes.

Source : Classement ICCA 2022 (Congress and Convention Association), fondé sur l'analyse de 10 500 réunions, dont 9 000 en personne.

Retour aux congrès internationaux en présentiel

Après l'essor des congrès internationaux virtuels, l'année 2022 a vu un retour en force des événements en présentiel* :

- Le nombre de congrès internationaux virtuels s'étant tenus en 2022 a baissé de 80 %, passant de 5 574 en 2021 à 1 117 événements virtuels en 2022.
- Les revenus générés par ces événements virtuels ont baissé de 87 %.

LES ÉVÉNEMENTS D'ENTREPRISE ET D'INSTITUTION

Organisés dans les centres de congrès et les parcs des expositions

445

participants en moyenne accueillis dans les centres de congrès et les parcs des expositions en France en 2022 (vs 450 en 2019)

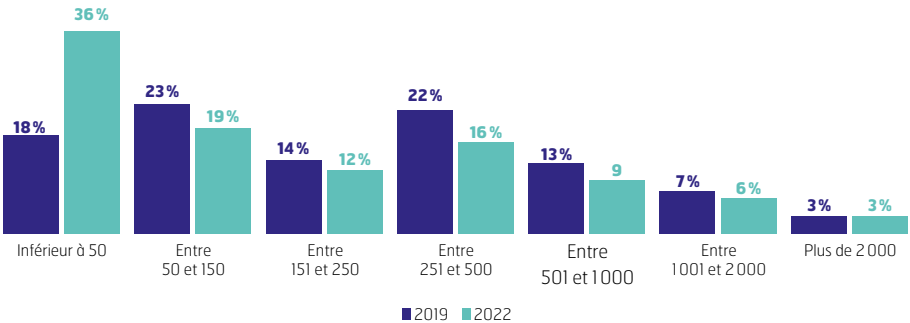
1,6

jour en moyenne (vs 1,4 en 2019)

1/3

des événements organisés rassemblent moins de 50 participants. Ce segment a connu une croissance significative en 2022, tandis que les événements de taille moyenne à grande ont diminué, reflétant une préférence pour des événements plus petits et plus ciblés.

Répartition par taille des événements d'entreprise et d'institution accueillis dans les sites événementiels en France



TOP 3

des secteurs ayant accueilli le plus de participants

Le secteur « Environnement, énergie et emballage » prend de l'ampleur en doublant de taille passant de 6 % en 2019 à 13 % en 2022, en termes de nombre d'événements d'entreprises et d'institutions organisés.

- 1** Environnement, énergie et emballage principalement en Ile-de-France **(20%)**
- 2** Assurances, banque, services financiers, juridique principalement en régions hors IDF **(12%)**
- 3** Marché des collectivités **(8%)**

Méthodologie : Analyse basée sur 1568 événements organisés dans les centres de congrès et les parcs des expositions en France en 2022.

*Source : Worldwide Comparison Infographic 140323 B (simpleviewinc.com)

LES ÉVÉNEMENTS SPORTIFS



LA COUPE DU MONDE DE RUGBY 2023



En 2023, le rugby fête ses 200 ans avec une Coupe du Monde organisée en France pour la deuxième fois de son histoire. Une célébration à la fois populaire et sportive, visant à engendrer des retombées économiques significatives tout en laissant un héritage durable.

UN FORMIDABLE SUCCÈS POPULAIRE EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

Du 8 septembre au 28 octobre 2023

51 jours de fête du rugby

2,4 millions

de spectateurs

contre 1,7 million au Japon

+ de 230 millions

de téléspectateurs cumulés

en France, avec un pic à 18,4 millions pour France-Afrique du Sud

2,8 milliards

d'impressions

sur les plateformes de World Rugby et Rugby World cup

600 000

visiteurs étrangers représentant 45 % des acheteurs de billets, issus de 115 pays, dont environ 45 % d'Anglais et 8 % d'Irlandais

1,9 million

de spectateurs transportés en train

« 2,4 milliards d'euros de retombées économiques estimées dont 916 millions d'euros d'impact visiteurs.* »

LA STRATÉGIE RSE

Organiser un événement à impact positif

4 engagements ont été pris



Agir pour une économie durable et circulaire



Soutenir l'inclusion et l'accessibilité



S'engager pour l'éducation, la formation et l'emploi



Réduire l'impact sur l'environnement

* Selon une étude du cabinet de conseil et d'audit Deloitte réalisée pour la Fédération française de rugby. L'étude repose sur une hypothèse de fréquentation étrangère de 450 000 personnes basée sur le total de visiteurs étrangers lors de la précédente coupe du monde de rugby organisée en France, celle de 2007, soit 350 000 personnes. À titre de comparaison, cette dernière avait généré 540 millions d'euros de retombées économiques.

Source : www.sporsora.com

Ministère des sports, des jeux olympiques et paralympiques.

LES LIEUX ÉVÉNEMENTIELS DANS LE MONDE

L'UFI réalise régulièrement un recensement mondial de tous les lieux d'exposition disposant d'au moins 5 000 mètres carrés d'espace d'exposition intérieurs bruts.

DANS LE MONDE

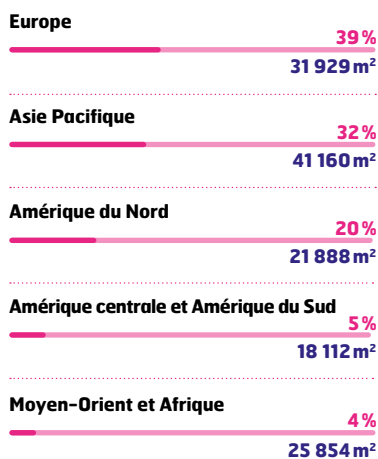
1358

lieux d'exposition

40,6

millions de m²

de capacité totale de l'espace d'exposition couvert



■ Capacité en nombre de lieux événementiels

■ Taille moyenne des lieux événementiels

À noter que la part de l'Asie Pacifique est passée de 20% en 2011 à 32% en 2022, soit 11 points en 11 ans.

EN EUROPE

495

lieux d'exposition, soit la plus grande part de la capacité mondiale d'exposition couverte.

La région Europe compte le plus de petites et moyennes surfaces.

EN FRANCE

81

lieux d'exposition

2

millions de m²

5^e

position

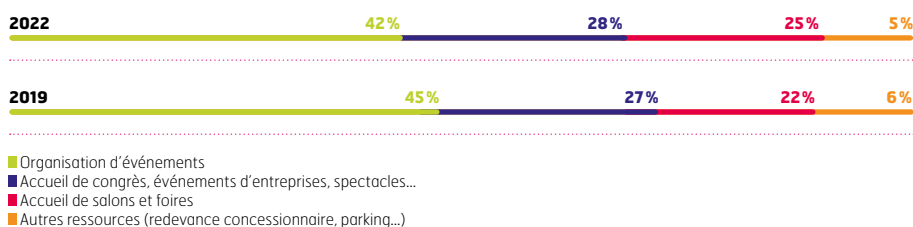
dans le classement des pays en termes de capacité d'exposition couverte après la Chine, les États-Unis, l'Allemagne et l'Italie

LES PARCS DES EXPOSITIONS

CHIFFRE D'AFFAIRES DES PARCS DES EXPOSITIONS

La répartition du chiffre d'affaires des parcs des expositions par type d'événements accueillis est restée similaire en 2022 comparée à celle de 2019, avec une majorité d'organisations d'événements, mais une légère diminution du chiffre d'affaires généré par cette activité, reporté sur l'accueil d'événements.

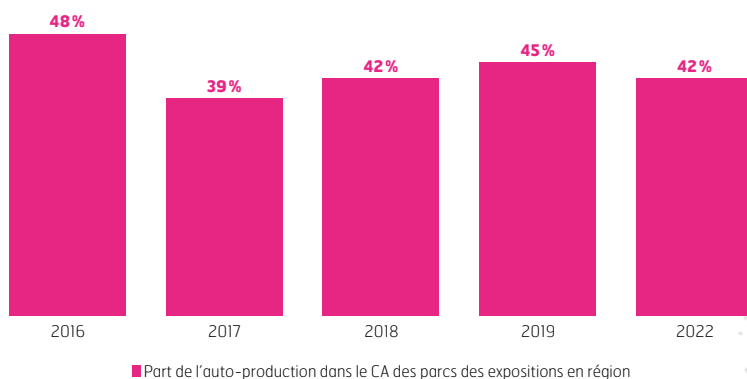
Répartition du chiffre d'affaires des parcs des expositions



42%

C'est la part du chiffre d'affaires des parcs des expositions en région (auto-production)

Évolution de la part de l'auto-production dans le chiffre d'affaires des parcs des expositions



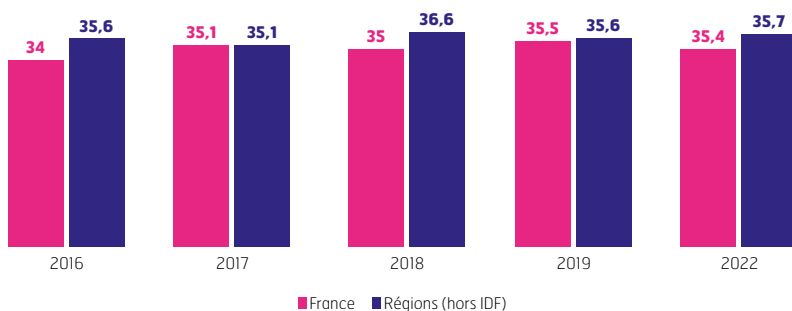
TAUX D'OCCUPATION DES PARCS DES EXPOSITIONS

35,4%

Taux moyen d'occupation des parcs des expositions en 2022

Le taux d'occupation des parcs des expositions a retrouvé les niveaux enregistrés en période pré-covid.

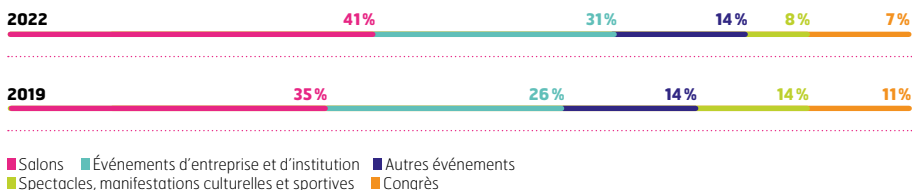
Évolution du taux moyen d'occupation des parcs des expositions



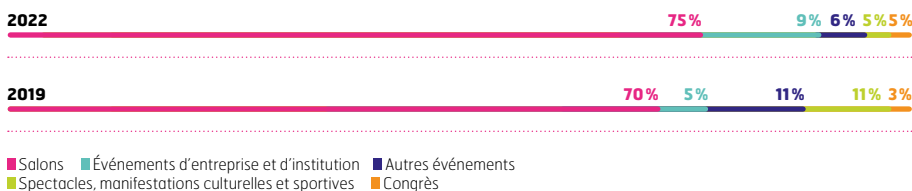
Répartition des événements accueillis dans les parcs des expositions

En 2022, les parcs des expositions ont connu une augmentation de la part des salons accueillis, à la fois en nombre d'événements et en occupation d'espace. Les événements d'entreprises et d'institutions ont également pris de l'ampleur au détriment des spectacles et manifestations culturelles et sportives.

En nombre (en unité)



En occupation (en m²/jours)

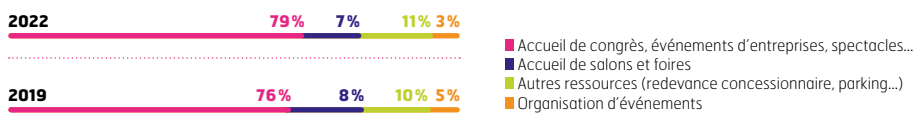


LES CENTRES DE CONGRÈS

CHIFFRE D'AFFAIRES DES CENTRES DE CONGRÈS

La répartition du chiffre d'affaires des centres de congrès par type d'événements accueillis est restée similaire en 2022 comparée à celle de 2019.

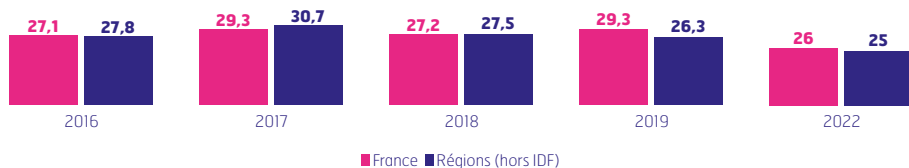
Répartition du chiffre d'affaires des centres de congrès



TAUX D'OCCUPATION DES CENTRES DE CONGRÈS

26% Taux moyen d'occupation des centres de congrès en 2022

Évolution du taux d'occupation des centres de congrès



Répartition des événements accueillis dans les centres de congrès

Malgré une légère diminution en nombre d'événements, les congrès continuent à dominer en termes de surface d'occupation dans les centres qui leurs sont dédiés et ils enregistrent une progression significative en la matière.

Notons une forte expansion des événements d'entreprise en nombres comme en espaces occupés.

Répartition des événements accueillis dans les centres de congrès

En nombre (en unité)



En occupation (en m²/jours)



■ Événements d'entreprise et d'institution ■ Spectacles, manifestations culturelles et sportives
■ Congrès ■ Autres événements ■ Salons

Méthodologie : Analyse basée sur 23 centres de congrès, répondant à l'enquête annuelle sur l'activité des lieux événementiels 2022.

CLEO : LE CALCULATEUR DE L'ÉVÉNEMENTIEL



2015

C'est l'année de création de CLEO, outil développé par l'Union Française des Métiers de l'Événement (UNIMEV) et le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France (CRT).

Objectif : aider les organisateurs d'événements à mesurer la performance de leurs événements et les gestionnaires de sites à mesurer la valeur de leurs activités événementielles.

2023

L'outil évolue et la marque s'élargit : l'actuel outil CLEO devient **CLEO Performance** et, en parallèle, **CLEO Carbone** voit le jour afin de répondre aux nouvelles attentes des professionnels avec un outil de calcul carbone adapté. Les deux outils sont indépendants et peuvent être utilisés de manière complémentaire.



CLEO Performance : l'outil de référence en termes d'évaluation de la performance de l'activité événementielle en France

70 indicateurs stratégiques, pilotables et valorisables, mesurés grâce à CLEO Performance pour un événement ou un ensemble d'événements autour de :

- La performance de la rencontre
- Les retombées événementielles et touristiques
- Le bilan environnemental de l'événement

Depuis sa création :

+ de 300
événements évalués
dans CLEO Performance

+ de 100
lieux événementiels
paramétrés

Développé avec l'appui de notre partenaire technologique Kabaun, CLEO Carbone est un outil de mesure carbone adapté à tous les professionnels de l'événementiel.

Accessible aux adhérents des associations CREALIANS, LÉVÈNEMENT, Traiteurs de France et UNIMEV, sur base d'un abonnement annuel qui donne accès à un nombre de projets illimités.

Objectif : fournir une solution complète et intuitive permettant aux professionnels de l'événementiel de mesurer leur empreinte carbone, de piloter leurs objectifs et de mettre en place des plans d'action de manière efficace, avec simplicité et conformité.

Adapté aux particularités métiers, il permet de réaliser des bilans de projets, produits ou même des bilans carbone d'entreprise, conformes aux standards.

Avec CLEO Carbone, l'utilisateur bénéficie de **nombreux avantages** :

- Un prix variable qui s'adapte à la taille de l'entreprise
- Un nombre illimité de projets pour piloter sa stratégie carbone et aider à prendre les meilleures décisions
- Un nombre illimité de comptes utilisateurs pour impliquer tous les acteurs de l'entreprise
- Un outil centralisé pour la gestion carbone qui regroupe toutes les fonctionnalités dont l'entreprise a besoin
- Un partage d'informations entre utilisateurs de CLEO Carbone qui permet d'impliquer les partenaires et faciliter la collecte de données

Pour accompagner les adhérents, UNIMEV a mis en place deux approches visant à répondre aux besoins individuels :

- Un accompagnement en autonomie avec accès à notre centre de ressources
- Une formation intensive d'une journée

ÉVOLUTION DE LA NORME ISO 20121

LE MANAGEMENT RESPONSABLE APPLIQUÉ À L'ACTIVITÉ ÉVÉNEMENTIELLE

ISO 20121 est une norme internationale qui organise les étapes de management et de production responsable d'une activité événementielle, que celle-ci soit circonscrite à un événement ou à l'ensemble des activités d'une entité économique, publique ou associative sur l'organisation, l'accueil et/ou la prestation de services à des événements.

Ce système vise à **structurer et déployer une démarche d'amélioration continue**, au service de la transition écologique et solidaire de l'activité événementielle.

L'événementiel est le premier secteur d'activité au monde à avoir intégré une démarche standardisée de développement durable, applicable à toutes les structures, peu importe leur taille.

ISO 20121 est une :

- ▾ Norme internationale
- ▾ Norme certifiable
- ▾ Norme souple
- ▾ Démarche participative
- ▾ Démarche progressive

252

certificats émis

par les 193 pays membres de l'ISO

La France en tête dans le monde, en termes de nombre de certificats émis et en nombre d'établissements bénéficiant de la certification ISO 20121 avec :

45 %

des certificats émis

pour

487

établissements concernés sur 712 certifiés

Répartition des certificats émis (en nombre)

- ▾ 45% France
- ▾ 30% Autres pays membres
- ▾ 13% Italie
- ▾ 12% Royaume-Uni

Révision du texte de la norme ISO 20121 en vue des JOP 2024

Dans le cadre de sa mise à jour systématique prévue tous les 10 ans, la révision de la norme ISO 20121 est co-pilotée par la France (UNIMEV COJO Paris 2024) et le Royaume-Uni, pour une adoption au niveau mondial, à horizon des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

« Je suis particulièrement heureuse que notre pays, la France, soit à la manœuvre pour la révision de cette norme : nous sommes leaders dans ce domaine et nos savoir-faire ne sont plus à démontrer ; profitons de ce formidable événement que sont les JOP24 pour promouvoir nos activités et surtout valoriser notre engagement pour des activités événementielles toujours plus responsables au service de l'attractivité de la France et de ses territoires. »

Pauline Teyssedre, Directrice de la Stratégie chez Galis, Présidente de la commission française de normalisation ISO 20121 et Présidente de la Fabrik' Responsable (UNIMEV)

L'EXPÉRIENCE DU PARTICIPANT DANS LES LIEUX DE L'ÉVÉNEMENT MARCHAND

Contributions empiriques et conceptualisation à travers une ethnographie multi-située de foires, salons, congrès et festivals hybrides (Thèse doctorale de Laura Litre Valentin)

L'expérience-participant dans le contexte des événements marchands est un concept plus large et complexe que la satisfaction du client mesurée à travers des enquêtes quantitatives. C'est une imbrication de l'ici-maintenant, le passé et les projections futures du participant où les états affectifs, dont les émotions, jouent un rôle central.

L'expérience-participant se construit avec :

- ▀ Le souvenir d'une participation à d'autres éditions du même événement ou à d'autres événements.
- ▀ Les motivations, intentions, attentes vis-à-vis de l'événement, façonnées par la communication.

Au-delà des opportunités d'affaires, **la force des événements réside dans le partage d'expériences et de connexions émotionnelles** qui s'opèrent entre les participants, les lieux, les produits exposés, le personnel de contact et les multiples acteurs directement ou indirectement liés à l'événement.

La co-destruction fréquente de la valeur expérientielle et économique engendre diverses formes de mal-être individuel et collectif, liées à :

- ▀ La compression de l'espace
- ▀ L'optimisation du temps
- ▀ L'ambivalence des relations humaines

Redéfinir le sens des événements dans un monde en mutation

L'événement peut être aussi vecteur de relations résonantes (au sens d'Hartmut Rosa) avec l'espace, le temps, les choses, les autres participants de l'événement, et avec soi-même. Il s'agit :

- ▀ **De concevoir des cadres favorables à leur épanouissement**, en prenant en compte les besoins biophiliques dans l'architecture, le design et l'aménagement de l'espace.
- ▀ **D'éviter des programmes trop chargés** et de faciliter les moments de sérénité qui échappent au temps Chronos.
- ▀ **De mener une réflexion éthique sur la mission des événements** qui interroge le sens et la légitimité de la rencontre physique de communautés, à l'heure du métavers et face aux enjeux du dérèglement climatique, **pour devenir de véritables sphères publiques où se façonnent les nouveaux imaginaires sociaux.**

Pour aller plus loin, vous pouvez bientôt retrouver la publication complète sur le site internet www.theses.fr

Sous la direction du Professeur Olivier Badot, dans le cadre du Professorship VIPARIS UNIMEV. La recherche a bénéficié du soutien de VIPARIS, UNIMEV, Hopscoth Groupe, BEAM (Bordeaux Events And More), Eurovet, FG Design et la Fondation ESCP. Laura Litre Valentin est docteure en Sciences de Gestion (ESCP, 2023), directrice académique du master International Events Management et enseignante-chercheuse et à l'EM Normandie.

Méthodologie : Il s'agit d'une ethnographie multicas et multi-située, basée sur des observations participantes de 47 événements en Europe et en Amérique du Nord réalisées entre 2016 et 2020.

FRENCH EVENT BOOSTER : LA PLATEFORME D'INNOVATION DES ACTEURS DE L'ÉVÉNEMENTIEL

Créé en 2018 à l'initiative de Viparis, en partenariat avec LÉVENÉMENT, UNIMEV, Weyou, Novelty, Magnum, et Mediactive Group, French Event Booster est l'accélérateur de startups qui accompagne les entrepreneurs innovants de la filière.

3 solutions qui ont fait avancer l'événementiel en 2022

 **1/2 million**

C'est le nombre de spectateurs protégés des faux billets avec **Reelax Tickets** et son réseau de partenaires. Cette équipe de jeunes entrepreneurs engagés facilite et sécurise les reventes de billets entre fans pour plus de 200 acteurs du spectacle vivant, dont le Hellfest, Rock en Seine, le Bataclan, etc.

 **10 %**

C'est la diminution du tonnage de déchets des événements accompagnés par **RE'UP**. Et si les déchets de vos événements devenaient une ressource ? C'est la promesse de RE'UP qui accompagne les professionnels de la filière dans la mise en place de dispositifs vertueux, pour optimiser la gestion du tri sélectif et favoriser le réemploi. Une solution déjà déployée sur Maison&Objet, Pollutec, le SIA, le SIAE, la Foire de Paris, etc.

 **25 tonnes**

C'est l'économie de CO² réalisée à Paris grâce au service de mobilité douce de vélo avec chauffeur. Lancée en 2022 pour répondre aux besoins de durabilité du secteur événementiel avec plus de 120 000 km parcourus, Turtle accompagne les organisateurs en offrant des solutions de déplacement écologiques, couplée à une unité de marketing mobile. Une expérience déjà proposée par Paris Blockchain Week, Les Franco-Folies de Esch, l'Oréal, Pôle Emploi, etc.

7 nouvelles pousses à suivre pour booster vos événements en 2023

Depuis septembre 2023, 7 nouvelles startups bénéficient pendant 1 an du programme d'accélération French Event Booster. Elles déploient différentes solutions pour :

Réenchanter l'expérience visiteurs avec Onyo, studio de création qui conçoit des expériences narratives, poétiques et sensorielles.




Développer l'approche RSE des événements avec Circular Place, la place de marché favorisant le réemploi des équipements et matériaux post événements, et **Drop'in qui vous accompagne dans la conception et réalisation d'événements fédérateurs et inclusifs**.

Favoriser l'engagement des communautés avec Superconnectr, l'application de marketing communautaire qui engage ses membres avant, pendant et après l'événement.

Digitaliser les pratiques événementielles avec Native Spaces, la plateforme de mise en relation entre organisateurs d'événements et propriétaires de biens atypiques, qui permet de faciliter l'organisation de side-events - **avec Boothsquare**, la solution digitale visant à améliorer le processus de vente et notamment de location d'un stand entre organisateurs et exposants - **et avec Teazit**, studio vidéo compact et mobile, et sa plateforme de captation, d'édition, et de diffusion live.

Remerciements

Nous souhaitons exprimer notre sincère reconnaissance envers tous les acteurs qui nous accompagnent au quotidien dans la réalisation de nos missions :

- Nos précieux adhérents : les gestionnaires de lieux événementiels, les organisateurs d'événements et les prestataires de services, adhérents d'UNIMEV, qui, tout au long de l'année, consacrent leur temps, leurs ressources et leur expertise à répondre à nos enquêtes.
- Les associations : Créaliens (Fédération Française des métiers de l'Exposition et de l'Événement), LÉVÉNEMENT Association (Association des agences de communication événementielle), Sporsora (l'association des acteurs économiques du sport en France) et UFI (The Global Association Of The Exhibition Industry) qui sont d'une importance capitale pour l'accomplissement de notre mission commune.
- Les membres de la marque OJS qui jouent un rôle majeur dans la transparence et la fiabilité des données 
- Les organismes de contrôle des données chiffrées des manifestations commerciales qui contribuent à notre base commune CCI Paris Ile-de-France, UNIMEV, OJS, 
et 

Nous remercions notre partenaire institutionnel, la CCI Paris Ile-de-France 

Nos données sites d'accueil :

Merci à l'ensemble des lieux événementiels ayant contribué de manière efficace et régulière à nos questionnaires.

Nous adressons une invitation à tous les lieux événementiels, à rejoindre et élargir notre panel de sites participants. Votre expertise et votre expérience sont d'une importance cruciale pour notre secteur, et nous serions honorés de vous compter parmi nos contributeurs.

Nos données manifestations :

Chaque année, UNIMEV établit un bilan annuel des événements professionnels en France, en se fondant sur les données contrôlées par nos partenaires, Expocert et Expo'Stat. L'année 2022 a été une période de transition d'une part pour les organisateurs d'événements en raison de la reprise massive et rapide de l'activité, et de l'autre pour les certificateurs confrontés à une charge de travail exceptionnelle due à la production d'attestations pour les nouveaux exposants, dans le cadre du dispositif d'aide gouvernemental visant à soutenir leur participation aux événements éligibles. Cette mesure exceptionnelle, clôturée en septembre 2023, a eu des répercussions sur les délais de contrôles.

En raison d'un nombre insuffisant d'événements contrôlés, les résultats issus de ces manifestations ne sont pas publiés pour préserver l'intégrité de nos analyses et maintenir la qualité de nos données. Cette décision découle de notre engagement envers la précision et la fiabilité de nos informations, et nous comptons sur votre compréhension à cet égard. Nous nous engageons à travailler avec vous pour continuer à améliorer la qualité de nos données.

Contact Études

Nabila Kocheida, Responsable Études UNIMEV-OJS, n.kocheida@unimev.fr

unimev[®]

UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT

11 rue Friant, 75014 PARIS



Atlas



Outil piloté et financé par Atlas, OPCO des services financiers et du conseil, selon des axes de coopération définis dans la convention signée avec le Ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse, le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.



Conception & réalisation : signature-com.com - Imprimerie Gutenberg - Impression sur papier recyclé

