



GOUVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Contrat de filière

Tourisme d'affaires & événementiel



EDITORIAL DE LA MINISTRE DELEGUEE CHARGEE DU TOURISME, NATHALIE DELATTRE



**Nathalie Delattre,
Ministre déléguée
chargée du Tourisme**

La signature de ce contrat de filière « Tourisme d'affaires et événementiel » marque un tournant stratégique pour un secteur essentiel à l'attractivité de la France, à la vitalité de ses territoires et à la transformation de notre économie touristique. En structurant une industrie qui génère près de 30 milliards d'euros de flux d'affaires, produit chaque année plus de 2 300 congrès, 1 200 foires et salons, et attire plusieurs millions de participants, nous affirmons une ambition claire : faire du tourisme d'affaires un levier majeur du rayonnement de la France et du développement territorial.

Ce nouveau contrat résulte d'un travail de co-construction engagé dès 2024 avec les professionnels de la filière réunis au sein du Comité de filière tourisme. Il s'appuie sur une vision partagée : mieux mesurer l'impact de nos événements, accompagner leur transition écologique, valoriser l'innovation dans la chaîne de valeur, renforcer l'expérience des participants et inscrire durablement l'événementiel au sein des politiques publiques d'attractivité. Il prend appui sur l'héritage des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 qui ont mis en lumière, une nouvelle fois, nos savoir-faire aux yeux du monde entier et qui, j'en suis sûr, ouvrirons des nouvelles opportunités aux acteurs économiques de la filière.

La force de ce contrat réside dans sa dimension opérationnelle. Trente-deux actions concrètes y sont déclinées, notamment : la création d'un baromètre sectoriel, le soutien aux démarches responsables, des réflexions qui s'engageront sur la modernisation des sites, une meilleure lisibilité des événements stratégiques, le renforcement de l'attractivité internationale par des dispositifs ciblés ou encore le développement d'outils numériques au service des visiteurs et des organisateurs. Il repose également sur une gouvernance renforcée et un comité de suivi chargé d'assurer le pilotage dans la durée.

Au-delà de l'impact économique, cette filière contribue à créer le lien social qui fut notamment altéré lors de la récente crise sanitaire. En effet, si l'essor de nouveaux modes d'activité se sont développés - privilégiant un recours accru à la digitalisation des rapports interpersonnels en entreprise - la tenue de salons, de congrès ou encore de séminaires d'entreprises constitue désormais un levier de recréation de ce lien social dans la sphère professionnelle. Elle répond à un besoin profond des entreprises comme des territoires : se retrouver, innover, échanger, construire. Dans un monde de plus en plus fragmenté, ces espaces de rencontres sont aussi des espaces de résilience.

Je tiens à saluer l'engagement de l'ensemble des acteurs mobilisés. Par leur expertise, leur capacité d'adaptation et leur esprit de partenariat, ils font de cette filière un outil puissant au service d'une France plus visible, plus durable et plus ouverte.

D'ici 2030, les actions prévues par le contrat de filière permettront de structurer à long terme le secteur en renforçant la mesure de son impact, en accélérant sa transition écologique, en stimulant l'innovation et en valorisant son rôle stratégique pour les territoires. Ce contrat sera ainsi un cap pour les cinq années à venir, afin de porter haut les couleurs de la Destination France.

24 juillet 2025

SOMMAIRE

AXE 1 : UNE FILIERE QUI MESURE SA CONTRIBUTION – DIAGNOSTIC ET SUIVI CHIFFRE DE LA FILIERE	10
1.1. Suivi de l'activité événementielle et de ses contributions à l'économie du pays	10
→ Action n°1 : Suivre et collecter les données déclaratives des salons, congrès, événements sportifs et foires-expositions – Mettre en place un suivi structuré et régulier (via un baromètre) des données relatives aux salons, congrès, événements sportifs et foires-expositions.	10
→ Action n°2 : Suivre les données d'activité des entreprises (chiffre d'affaires, valeur ajoutée, effectifs des entreprises de la filière...) – Réaliser une étude sur les données d'activité des entreprises de la filière événementielle.	10
→ Action n°3 : Centraliser la collecte des données des Destinations françaises pour les études internationales – Réaliser tous les trois ans une note bilan des éléments collectés	11
1.2. Mesure des retombées économiques et des flux d'affaires	11
1.2.1. Volet retombées socio-économiques et touristiques des salons et foires	11
→ Action n°4 : Publier une nouvelle évaluation des retombées socio-économiques des salons et foires en France - Réaliser tous cinq à sept ans cette étude.	11
1.2.2. Volet retombées socio-économiques et touristiques des congrès et des événements d'entreprises accueillis en France	12
→ Action n°5 : Étudier les retombées économiques et touristiques des congrès - Réaliser tous les trois ans une mise à jour de ces retombées.	12
→ Action n°6 : Suivre et collecter les données déclaratives en sortie des événements d'entreprises et d'institutions et les retombées économiques générées par la tenue de ces événements – Réaliser tous les cinq ans une note bilan sur ce segment d'événements.	12
1.2.3. Volet « Flux d'affaires »	13
→ Action n°7 : Publier une nouvelle étude partenariale sur l'évaluation des transactions et des flux d'affaires conclus entre entreprises exposantes à des salons et foires et visiteurs français et étrangers.	13
1.3 Suivi des dispositifs de soutien mis en œuvre par les principaux pays concurrents sur la promotion internationale de leur filière des rencontres professionnelles (salons, congrès, grands événements sportifs) et sur la promotion de leur Destination en matière de tourisme d'affaires.	14
→ Action n°8 : Suivre les budgets et les projets mis en œuvre par les États pour promouvoir leur Destination comme place événementielle attractive auprès des clientèles professionnelles (dispositifs dédiés) ainsi que leurs programmes de promotion internationale de leurs grands salons et leurs dispositifs d'invitations « hosted buyers » – Publier une étude comparative internationale (ECI) étudiant notamment les budgets alloués à la promotion de la Destination.	14
1.4. Approfondir la connaissance des comportements des publics participants aux événements professionnels	15
→ Action n°9 : Étudier le moteur premier du déplacement d'un touriste "professionnel" international. – Intégrer des questions sur le motif premier du déplacement d'un touriste d'affaires dans les études existantes sur le comportement des clientèles.	15

AXE 2 : UNE FILIERE ENGAGEE DANS LE MANAGEMENT RESPONSABLE DES ACTIVITES EVENEMENTIELLES ET CONFRONTÉE AUX EXIGENCES DE LA TRANSITION ECOLOGIQUE ET ENERGETIQUE DES INFRASTRUCTURES – VERDISSEMENT DE LA FILIERE _____ 16

- 2.1. L'engagement des acteurs privés et publics dans des démarches responsables _____ 16
- Action n° 10 : Encourager la promotion de la norme ISO 20121 et du label Destination Innovante Durable – Mettre à disposition une liste des acteurs et destinations certifiés selon la norme ISO 20121 et des territoires labellisés Destination Innovante Durable qui sera actualisée tous les deux ans. _____ 16
- 2.2. Promouvoir la transition écologique et la modernisation des sites événementiels auprès des élus politiques et des collectivités propriétaires _____ 17
- 2.2.1. Cartographie des sites événementiels existants et exemples d'évolution d'infrastructures vers des modèles résilients _____ 17
- Action n° 11 : Établir une cartographie exhaustive des sites (parcs d'exposition, centres et palais des congrès) – Publier une carte qui sera actualisée tous les trois ans. _____ 17
- 2.2.2. Evaluer les besoins d'investissement des sites en matière de transition écologique et de modernisation _____ 17
- Action n° 12 : Analyser les besoins de financement pour la modernisation et la transition écologique des sites événementiels – Publier une étude sur le besoin d'investissement du parc français pour sa modernisation qui sera actualisée tous les trois à cinq ans. _____ 17
 - Action n°13 : Accompagner l'évolution des sites événementiels vieillissants – Publier un guide de bonnes pratiques à destination des élus locaux. _____ 18
- 2.2.3. Création d'une documentation dédiée pour les élus des collectivités locales _____ 18
- Action n°14 : Créer un mémento et des outils d'information à destination des élus locaux pour valoriser la contribution de l'événementiel – Publier un dossier pédagogique à actualiser tous les six ans _____ 18
 - Action n°15 : Mettre à disposition un « centre de ressources » sur le web : chiffres, dernières études réalisées, mémos, etc. _____ 19
 - Action n°16 : Former les acteurs publics à la chaîne de valeur et aux atouts de l'événementiel - Concevoir et déployer des modules de formation à destination des acteurs publics pour leur permettre d'intégrer l'événementiel dans leurs stratégies de développement économique et touristique. _____ 19
- 2.2.4. Participation du Ministère du Tourisme à la promotion de ces contenus auprès des élus locaux _____ 20
- Action n° 17 : Créer un dispositif de communication pour la valorisation de la filière des rencontres et événements professionnels – Déploiement à l'automne 2025 d'une campagne digitale « Advocacy » à destination d'une cible institutionnelle, voire économique. _____ 20
 - Action n° 18 : Promouvoir et republier le contrat de filière « Tourisme d'affaires & événementiel » après sa signature – Mettre en place un lien cliquable sur le site de la DGE et d'Atout France pour valoriser le contrat de filière. _____ 20
 - Action n° 19 : Impulser un temps fort de mobilisation en faveur de la filière des rencontres et événements professionnels – A l'occasion de la publication de nouveaux outils, organiser un événement au sein du ministère. _____ 21
- 2.3. Promotion de la mesure de la performance RSE et de l'impact carbone. _____ 21
- Action n° 20 : Promouvoir et mettre à disposition des outils permettant de mesurer l'engagement en matière de RSE et l'empreinte carbone des événements professionnels organisés sur le territoire – Recenser

les outils existants pour aider les acteurs de la filière événementielle à évaluer leur empreinte carbone, la liste sera actualisée tous les deux ans. _____ 21

AXE 3 : CAPITALISER SUR LES ACQUIS DES GRANDS EVENEMENTS : VERS UN NOUVEAU

STANDARD DE L'EXPERIENCE VISITEUR _____ 22

- Action n° 21 : Créer un comité de pilotage pour partager les actualités de la filière et prioriser les événements professionnels et sportifs éligibles aux mesures d'une politique d'attractivité nationale _____ 22
- Action n° 22 : Faciliter les demandes de soutien de l'État – Lettres officielles, réseau diplomatique, présence de personnalités pour les événements jugés stratégiques dans le cadre de la politique d'attractivité nationale _____ 23
- Action n° 23 : Œuvrer à la pérennisation de programmes d'invitations afin d'amplifier la présence d'acheteurs et d'influenceurs étrangers sur les événements listés comme stratégiques par le comité de pilotage de la filière. _____ 23
- Action n° 24 : Informer et faciliter l'obtention des rendez-vous de demandes de visa et soutenir leur délivrance pour les participants internationaux – Expérimenter un dispositif de coordination sur les demandes de visa. _____ 24
- Action n° 25 : Diffuser et promouvoir les bonnes pratiques locales facilitant la montée en gamme de « l'expérience visiteur » sur les territoires, à l'occasion des événements accueillis – Élaborer un guide en concertation avec les acteurs locaux volontaires, en vue d'une publication en ligne, en accès libre. _____ 24
- Action n° 26 : En Ile de France, appuyer auprès de l'ensemble des acteurs locaux et régionaux concernés l'instauration d'un « pass » événementiel ou le couplage de billets, chargeables à distance, permettant de se procurer un accès aux événements et à de activités de tourisme connexes (transport régional, culture, services) _____ 25

AXE 4. PROMOTION DES DEMARCHES ET PROCESSUS INNOVANTS DANS LA CHAINE DE VALEUR DE L'EVENEMENT ET DE L'HOSPITALITE, AU BENEFICE DES PARTICIPANTS _____ 26

4.1. Contribution des outils numériques à l'expérience visiteur _____ 26

4.1.1. L'événement et la rencontre professionnelle « augmentés » grâce au numérique _____ 26

- Action n° 27 : Optimiser l'expérience client sur les événements professionnels grâce aux outils numériques - Publier un guide de bonnes pratiques actualisé tous les trois ans qui fera l'objet d'un webinaire de présentation. _____ 26
- Action n° 28 : Encourager la réutilisation de solutions numériques éprouvées pour renforcer l'attractivité des territoires – Mettre à disposition à titre gracieux l'application développée pour les JOP 2024. _____ 26

4.1.2. Développement d'outils de gestion des datas au service de l'expérience visiteur dans les territoires _____ 27

- Action n° 29 : Identifier les outils ou moyens permettant un partage de bonnes pratiques et de données en vue d'augmenter la qualité du parcours du participant et de son expérience (séjour) sur le territoire d'accueil – Identifier les conditions de reproductibilité ou de généralisation dans d'autres territoires. _____ 27

4.2. Soutien à l'innovation et aux acteurs innovants dans l'industrie des rencontres professionnelles, l'événementiel et le tourisme d'affaires (dont la tourisme tech) _____ 28

- Action n° 30 : Soutenir activement les acteurs et les solutions innovantes en faveur de l'industrie des rencontres professionnelles, de l'événementiel et du tourisme d'affaires. _____ 28

AXE 5 : VERS UNE POLITIQUE PUBLIQUE SECTORIELLE DE L'EVENEMENTIEL QUI RENFORCE LES LIENS SOCIO-ECONOMIQUES DANS NOS TERRITOIRES, L'ATTRACTIVITE ET LE RAYONNEMENT DE LA FRANCE _____ **29**

5.1. Inscrire les opérateurs et événements professionnels internationaux en France comme outils de la diplomatie économique et d'accompagnement des politiques publiques de l'export. _____ 29

→ Action n° 31 : Création d'un dispositif pilote pour soutenir la captation des congrès tournants internationaux à fortes retombées, en offrant aux organisateurs un accompagnement stratégique – Mettre en place une démarche d'héritage concertée, conçue pour répondre à des intérêts communs, à la fois pour le territoire d'accueil et pour l'association organisatrice. _____ 29

5.2. Développer une stratégie conjointe de sécurité entre acteurs publics et acteurs de la chaîne de valeur de l'événementiel professionnel et sportif _____ 30

→ Action n° 32 : Élaborer un cadre de coopération en matière de sécurité pour les événements professionnels – Signature d'une convention expérimentale _____ 30

Cadre de suivi et durée de validité du contrat de filière _____ 30

CONCLUSION : CONSACRER L'EVENEMENTIEL COMME UNE 7^E FILIERE DE LA « FRENCH TOUCH » _____ **31**

ANNEXE 1 – DEFINITIONS _____ **32**

ANNEXE 2 - LISTE DES CONTRIBUTEURS _____ **33**

Préambule

Alors que l'année 2024 a apporté un éclairage sans précédent quant à la capacité de la France et de ses professionnels à organiser des événements à la résonance planétaire, les enjeux économiques et sociaux associés à la filière de l'événementiel professionnel justifient une action concertée de ses acteurs et de l'Etat.

A l'instar du rayonnement et du climat ambiant lors des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, la filière événementielle contribue autant à l'attractivité internationale de la France qu'au rayonnement des territoires et à la consolidation des liens sociaux dans tous les domaines : sociaux, économiques, académiques, scientifiques, culturels, sportifs, etc.

Alors que depuis quelques années, l'essor de nouveaux modes d'activité se sont développés, en privilégiant un recours accru à la digitalisation des rapports interpersonnels en entreprise, la tenue des salons, congrès et des réunions d'entreprises et d'institutions constitue désormais un levier de recreation du lien social dans la sphère professionnelle¹.

Plus que jamais, la filière répond aujourd'hui à un besoin des organisations et stimule leur performance.

Sur le terrain du CA et de l'emploi, en 2022, le seul secteur de l'organisation d'événements (salon, congrès, foires)² comptabilisait environ 10 762 entreprises et 16 133 salariés, pour un chiffre d'affaires cumulé de 4,6 Mds €, dont 0,65 Mds à l'export, et une valeur ajoutée totale avoisinant 1,4 Md €

La très grande majorité des entreprises (97 %) emploient moins de 10 salariés et seulement 0,05% entreprises disposent d'effectifs supérieurs à 250 salariés. En 2022, plus de 29% des effectifs salariés en équivalent temps plein se retrouvent dans des microentreprises de moins de 10 salariés, 43% dans des PME et 27,6% dans des ETI et GE. Le secteur événementiel apporte une contribution essentielle à la dynamique touristique de la France et à l'ensemble de l'économie du tourisme.

Sur la base des dernières études disponibles, l'activité du secteur représente 1 200 foires et salons chaque année et plus de 2 300 congrès. Les salons et les foires-expositions rassemblent 230 000 exposants et accueillent 23 millions d'entrées de visiteurs. Les congrès, près de 2 millions de congressistes. Les événements d'entreprises sont plus difficiles à dénombrer : en 2019, une étude les avait estimés à 380 000.

Dans les salons réservés aux professionnels, 42% d'exposants et 28 % des visiteurs sont en provenance de pays étrangers³. Concernant les congrès, les délégués internationaux constituent 21 % du total des congressistes accueillis⁴.

Tous ces événements sont un facteur de retombées économiques considérables qu'elles soient directes (pour les entreprises de la chaîne de valeur événementiel) ou indirectes (pour les entreprises de tourisme dans les territoires d'accueil ou encore pour les entités utilisatrices).

Pour les seuls congrès, les dépenses liées aux séjours des congressistes sont évaluées à 268 € par jour. La dépense journalière d'un touriste d'agrément est, quant à elle, évaluée à environ 70 € par jour. Dès lors, les dépenses touristiques générées par les congrès (hébergement, transport, restauration, consommation, visites) sont 4 fois supérieures à celle d'un vacancier classique. L'ambition de soutenir et d'amplifier l'activité de la filière de l'événementiel professionnel répond à un objectif partagé d'accroissement des différents effets de leviers produits par ces rencontres, à l'échelle internationale, nationale ou des territoires ainsi qu'à la promotion d'une activité touristique désaisonnalisée au bénéfice de tous les types d'emplois. A ce titre, le déploiement d'une politique de soutien de la filière revêt un enjeu stratégique pour promouvoir les talents français et la Destination France, notamment sur la scène européenne et mondiale, ainsi que pour l'ensemble des acteurs de l'événementiel et de leurs partenaires du tourisme.

Dans cette perspective, des travaux ont été engagés en 2024 par l'UNIMEV et l'Etat dans le cadre du Comité de filière tourisme. Dans la perspective d'un nouveau contrat de filière pour le secteur de l'événementiel

¹ Cf. Etude « [la Société des liens](#) » - par la Fabrique Spinoza, publiée le 16 janvier 2025. - Synthèse sur l'événementiel disponible [ici](#).

² La nomenclature française (NAF) regroupe dans une même classe (82.30) les activités économiques relatives à l'organisation, la promotion et la gestion de foires commerciales, salons professionnels, congrès, conférences, réunions et autres événements professionnels ne présentant pas une visée récréative. Cette classe ne comprend pas les activités d'exploitation et de location de centres de conférences et de lieux d'exposition, confondues au sein d'une sous-classe couvrant la location de terrains et autres biens immobiliers. Elle exclut également les prestations d'aménagement de stand.

³ Chiffres UNIMEV 2024

⁴ Etude Coesio, Atout France, UNIMEV 2024

professionnel et du tourisme d'affaires, un comité thématique a été formellement initié afin d'appréhender les orientations stratégiques suivantes :

Données : élaborer une cartographie du secteur, actualiser les données disponibles et définir de nouveaux indicateurs afin d'opérer un suivi annualisé de la filière ;

Numérique : accompagner la digitalisation du secteur tant dans une approche organisationnelle de la filière que dans le cadre de l'expérience client ;

Patrimoine et investissement : évaluer le besoin d'investissement dans ces infrastructures, notamment pour répondre aux exigences de la transition écologique.

Les réflexions conduites dans ce cadre sous-tendent le présent contrat de filière qui vise à établir le cadre partagé des orientations stratégiques et engagements mutuels de l'Etat et des professionnels pour les cinq prochaines années.

AXE 1 : Une filière qui mesure sa contribution

– Diagnostic et suivi chiffré de la filière

1.1. Suivi de l'activité événementielle et de ses contributions à l'économie du pays

- Action n°1 : Suivre et collecter les données déclaratives des salons, congrès, événements sportifs et foires-expositions – [Mettre en place un suivi structuré et régulier \(via un baromètre\) des données relatives aux salons, congrès, événements sportifs et foires-expositions.](#)

Objet : Collecter, auprès des organisateurs de salons, foires, congrès et événements sportifs membres d'UNIMEV, des données déclaratives clés à l'issue de chaque manifestation : nombre de visiteurs (dont visiteurs étrangers), nombre de re-visites (pour les salons professionnels), nombre d'exposants (pour salons, foires et congrès avec exposition), nombre de participants (pour les congrès), surface totale des stands (pour salons et foires), etc. UNIMEV a missionné le cabinet Toluna Harris Interactive, tiers de confiance, pour assurer cette collecte structurée selon la typologie d'événements. À terme, l'objectif est également de recueillir le Net Promoter Score (NPS) pour des familles homogènes d'événements, afin d'identifier des pistes d'amélioration.

Action n°1 : Suivre et collecter les données déclaratives des salons, congrès, événements sportifs et foires-expositions					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV	Partenaires du GT 1 ⁵ Cabinet Toluna Harris	Trimestrielle et bilan d'activité annuel	Oui	Pour 2025 pris en charge par UNIMEV	Liste des indicateurs et définitions

- Action n°2 : Suivre les données d'activité des entreprises (chiffre d'affaires, valeur ajoutée, effectifs des entreprises de la filière...) – [Réaliser une étude sur les données d'activité des entreprises de la filière événementielle.](#)

Objet : Collecter et consolider régulièrement les données d'activité des entreprises de la filière (chiffre d'affaires, valeur ajoutée, effectifs, etc.) grâce à une étude actualisée tous les trois ans. À terme, cette collecte sera enrichie d'indicateurs sur les investissements en infrastructures (rénovation/construction de sites événementiels) et en actifs immatériels (recherche et développement, marque, design, etc.). UNIMEV, en lien avec SYNTEC, a sollicité la Banque de France pour assurer la collecte et la consolidation des données par famille d'acteurs. Les premiers résultats pourraient être présentés fin 2025. Aucune donnée individuelle ne sera accessible, et les modalités seront précisées ultérieurement.

Action n°2 : Suivre les données d'activité des entreprises (chiffre d'affaires, valeur ajoutée, effectifs des entreprises de la filière...)					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV	Entreprises de l'événementiel professionnel Partenaires associatifs : L'événement, Leads, etc. Banque de France	Tous les 3 ans	Non	Oui	Liste des indicateurs

⁵ Annexe 2 : Liste des contributeurs

- Action n° 3 : Centraliser la collecte des données des Destinations françaises pour les études internationales – [Réaliser tous les trois ans une note bilan des éléments collectés](#)

Objet : Demander aux conventions bureaux de transmettre les chiffres relatifs aux congrès internationaux (critères ICCA) ainsi qu'aux événements d'entreprises, afin de compiler les éléments collectés par les villes et métropoles dans le cadre d'études internationales. Exemple de l'ICCA (International Congress and Convention Association), sur le marché des congrès internationaux tournants.

Action n°3 : Centraliser la collecte des données des Destinations françaises pour les études internationales					
Pilotes	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
Atout France Paris je t'aime	Conventions bureaux des Destinations	Première publication en 2026 Tous les 3 ans	Non	Mobilisation RH	Non

1.2. Mesure des retombées économiques et des flux d'affaires

1.2.1. Volet retombées socio-économiques et touristiques des salons et foires

- Action n°4 : Publier une nouvelle évaluation des retombées socio-économiques des salons et foires en France - [Réaliser tous cinq à sept ans cette étude](#).

Objet : En 2012, une étude partenariale avait permis, à partir d'enquêtes menées auprès d'exposants et de visiteurs d'un panel représentatif de salons et de foires en France, d'évaluer les dépenses de déplacement et de séjour des différents types d'exposants (Français et étrangers) et de visiteurs (Français et étrangers). Ces analyses portaient sur plusieurs typologies d'événements (salon international, salon national, foire ou salon régional/local), par région d'accueil des manifestations (Île-de-France et France entière). Cette étude a été utilisée pour établir la matrice de calcul des retombées économiques des salons et foires, utilisée par UNIMEV à l'échelle nationale (et reprise dans l'outil CLEO IMPACT) et par la CCI Paris Île-de-France pour la région Île-de-France.

Action n°4 : Publier une nouvelle évaluation des retombées socio-économiques des salons et foires en France					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV	CCI Paris IDF, Comité des Expositions de Paris, Atout France, VIPARIS, UNIMEV (cellule OJS), Choose Paris Region, Paris je t'aime, France Congrès Événements, etc.	2026 Tous les 5-7 ans	Oui	Oui	Etude 2012

1.2.2. Volet retombées socio-économiques et touristiques des congrès et des événements d'entreprises accueillis en France

- Action n°5 : Étudier les retombées économiques et touristiques des congrès - [Réaliser tous les trois ans une mise à jour de ces retombées.](#)

Objet : Une étude sur les retombées économiques et touristiques des congrès en 2023, réalisée par Coesio avec le concours d'Atout France et d'UNIMEV, a été publiée en juin 2024. Les informations collectées ont été mutualisées afin d'enrichir l'outil de mesure CLEO IMPACT, mis gratuitement à disposition des organisateurs d'événements dans des sites d'accueil paramétrés. Les indicateurs de l'étude pourraient être actualisés, tous les trois ans environ, entre représentants d'acteurs professionnels privés (UNIMEV) et les têtes de réseaux d'acteurs publics, telles que les associations d'élus comme FCE ou des organismes publics intéressés.

Action n°5 : Etudier les retombées économiques et touristiques des congrès					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV	Atout France Coesio FCE, Etc.	Tous les 3 ans	Oui	Oui	Etude publiée en 2024

- Action n°6 : Suivre et collecter les données déclaratives en sortie des événements d'entreprises et d'institutions et les retombées économiques générées par la tenue de ces événements – [Réaliser tous les cinq ans une note bilan sur ce segment d'événements.](#)

Objet : Il n'existe actuellement aucune collecte structurée des données relatives aux événements d'entreprises et d'institutions, principalement en raison de la diversité des acteurs et des événements concernés et de l'absence de dispositif commun de déclaration.

Il est jugé opportun d'initier une nouvelle actualisation des dernières études réalisées sur ce sujet, voire d'initier un suivi et une consolidation de ces données.

Action n°6 : Suivre et collecter les données déclaratives en sortie des événements d'entreprises et d'institutions et les retombées économiques générées par la tenue de ces événements					
Pilotes	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
LEVENEMENT Autres à déterminer	Atout France, Agences événementielles, Paris, je t'aime, FCE (outil conjoncturel) UNIMEV (via bilan activités des sites)	Tous les 5 ans	Oui	Oui	Non

1.2.3. Volet « Flux d'affaires »

- Action n°7 : Publier une nouvelle étude partenariale sur l'évaluation des transactions et des flux d'affaires conclus entre entreprises exposantes à des salons et foires et visiteurs français et étrangers.

Objet : La dernière étude sur les volumes et la valeur des transactions favorisées et réalisées grâce aux contacts pris sur les salons et foires par les exposants avec des visiteurs, notamment le business réalisé à l'export par les entreprises françaises exposantes (souvent des TPE et PME, ETI) avec des clients acheteurs étrangers, date de 2015.

L'étude publiée en 2015 avait été réalisée à partir d'enquêtes auprès de plus de 3300 exposants français et étrangers sur un panel de salons et foires représentatifs. Parmi la liste des indicateurs : le nombre moyen de contacts utiles d'affaires, le montant des transactions réalisées sur place pour les salons grand public, les montants des transactions réalisées après l'événement (6 mois, 8 mois après la prise de contact), les transactions générées avec des acheteurs étrangers (exports), etc.

L'objectif de cette action serait de mettre à jour cette étude en intégrant les nouveaux outils, notamment les plateformes de business, développés par les organisateurs pour promouvoir l'offre des entreprises exposantes ou envisageant de participer à l'événement.

Action n°7 : Publier une nouvelle étude partenariale sur l'évaluation des transactions et des flux d'affaires conclus entre entreprises exposantes à des salons et foires-expositions et visiteurs français et étrangers					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV	CCI Paris Ile-de-France, le Comité des expositions de Paris, la DGE, et d'autres partenaires éventuellement	Tous les 7 à 10 ans	Oui	Oui	Etude 2015

Toutes ces études pourront alimenter le centre de ressources à destination des élus politiques et territoriaux, prévu dans le cadre du contrat de filière.

1.3 Suivi des dispositifs de soutien mis en œuvre par les principaux pays concurrents sur la promotion internationale de leur filière des rencontres professionnelles (salons, congrès, grands événements sportifs) et sur la promotion de leur Destination en matière de tourisme d'affaires.

- Action n°8 : Suivre les budgets et les projets mis en œuvre par les États pour promouvoir leur Destination comme place événementielle attractive auprès des clientèles professionnelles (dispositifs dédiés) ainsi que leurs programmes de promotion internationale de leurs grands salons et leurs dispositifs d'invitations « hosted buyers » – Publier une étude comparative internationale (ECI) étudiant notamment les budgets alloués à la promotion de la Destination.

Objet : L'objectif est de dresser un état des lieux des moyens déployés par les principales places et destinations concurrentes pour promouvoir leur attractivité, en particulier en matière d'accueil et d'information touristique à destination des participants aux événements d'affaires, de rencontres professionnelles et d'événements sportifs.

Cette action visera également à évaluer les budgets et programmes consacrés par les Etats ou les Régions concurrents pour financer la promotion internationale de leurs grands salons professionnels et les programmes d'invitation « hosted buyers ». Ces programmes consistent, pour les pays concernés, à prendre en charge les frais de déplacement, de séjour et de présence sur place des visiteurs les plus stratégiques (grands décideurs, influenceurs ou prescripteurs). Sont généralement couverts : le transport, l'hébergement et la restauration en contrepartie de rendez-vous avec des entreprises exposantes du salon. L'objectif poursuivi par ce type de programme est de renforcer la venue de visiteurs internationaux qualifiés, afin que les PME et TPE locales bénéficient de flux de prospects et puissent développer leur chiffre d'affaires à l'export. Dans cette perspective, une question sur les « top acheteurs » sera intégrée à l'étude comparative internationale⁶.

Cette analyse contribuera à l'identification des pays les plus offensifs et à la mise en œuvre, le cas échéant, de contre-mesures adaptées (actions de diplomatie économique, mobilisation dans les associations internationales pour favoriser la tenue d'événements en France, etc). Le lancement, à l'initiative de la DGE, d'une ECI contribuera à la collecte de ces informations dans les principales destinations « concurrentes ».

Action n° 8 : Suivre les budgets et les projets mis en œuvre par les États pour promouvoir leur Destination comme place événementielle attractive auprès des clientèles professionnelles (dispositifs dédiés) ainsi que leurs programmes de promotion internationale de leurs grands salons et leurs dispositifs d'invitations « hosted buyers »					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
DGE	Services économiques régionaux/ DG Trésor MEAE/DGM Atout France Business France FCE UNIMEV		Non	Non	Observatoire des salons européens 2024

⁶ A titre d'exemple, selon l'étude de Promosalons « Observatoire des salons européens », l'Italie consacre depuis 2015 environ 30 millions d'euros par an pour ce type d'actions en faveur des top acheteurs étrangers sur leurs salons grâce au programme "Made in Italy".

1.4. Approfondir la connaissance des comportements des publics participants aux événements professionnels

- Action n°9 : Étudier le moteur premier du déplacement d'un touriste "professionnel" international. – Intégrer des questions sur le motif premier du déplacement d'un touriste d'affaires dans les études existantes sur le comportement des clientèles.

Objet : Dans les différentes études menées, les questions permettant de mieux connaître les comportements des visiteurs étrangers, notamment leurs premières motivations de déplacement, seront systématisées.

Il est nécessaire, au sein des études consacrées au tourisme d'affaires, de distinguer les différentes natures de ce tourisme, qui peut pourtant relever de deux types de flux :

- les personnes dont le déplacement est motivé en priorité par leur participation à des rencontres professionnelles, salons, congrès ou événements d'entreprises ;
- les personnes dont le déplacement est motivé en priorité par des rendez-vous business individuels (one-to-one).

Aujourd'hui, les statistiques disponibles sur le motif « venue pour événement professionnel » ne sont pas assez détaillées et ne permettent pas d'identifier clairement la contribution de l'événementiel professionnel à l'industrie touristique.

Action n°9 : Étudier le moteur premier du déplacement d'un touriste "professionnel" international					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV	Atout France Choose Paris Region	Tous les 3 ans	Non	Ré-allocation de moyens sur des chantiers d'études récurrents.	Les nouveaux comportements des clientèles d'affaires internationales sur les salons français 2023

AXE 2 : Une filière engagée dans le management responsable des activités événementielles et confrontée aux exigences de la transition écologique et énergétique des infrastructures – Verdissement de la filière

2.1. L'engagement des acteurs privés et publics dans des démarches responsables

- Action n° 10 : Encourager la promotion de la norme ISO 20121 et du label Destination Innovante Durable – Mettre à disposition une liste des acteurs et destinations certifiés selon la norme ISO 20121 et des territoires labellisés Destination Innovante Durable qui sera actualisée tous les deux ans.

Objet : Pour l'événementiel, il est recommandé de promouvoir la norme : ISO 20121, et, pour les territoires, le label Destination Innovante Durable (porté par France Congrès et Événements), qui s'appuie sur cette même norme. Cette approche vise à limiter la multiplication des références qui perdent les utilisateurs et les parties prenantes

Concrètement, en matière d'événementiel responsable, les têtes de réseaux des acteurs de l'événementiel en France, les associations d'élus, les associations de convention bureaux, les prestataires événementiels, les sites événementiels, etc., s'engagent à communiquer activement, auprès de leurs écosystèmes internes et de leur environnement institutionnel, en faveur de la limitation des labels et normes. Ils privilégient ces deux outils complémentaires (ISO 20121 et Destination Innovante Durable) afin de promouvoir des démarches volontaires qui, à terme, doivent inciter les investisseurs, décideurs, collectivités et clients à choisir des entreprises ou destinations engagées dans une démarche responsable.

L'objectif est de publier tous les deux ans la liste des entreprises certifiées et des territoires labellisés afin de valoriser ceux qui s'engagent dans une démarche de RSE et d'inciter clients et décideurs à privilégier les acteurs les plus exemplaires.

Action n°10 : Encourager la promotion de la norme ISO 20121 et du label Destination Innovante Durable					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV FCE	Les acteurs de la filière	Tous les 2 ans	Non	En nature	Non

2.2. Promouvoir la transition écologique et la modernisation des sites événementiels auprès des élus politiques et des collectivités propriétaires

2.2.1. Cartographie des sites événementiels existants et exemples d'évolution d'infrastructures vers des modèles résilients

- Action n° 11 : Établir une cartographie exhaustive des sites (parcs d'exposition, centres et palais des congrès) – Publier une carte qui sera actualisée tous les trois ans.

Objet : L'objectif est de disposer d'une vision claire, exhaustive et actualisée du parc d'infrastructures événementielles (parcs d'expositions, centres et palais des congrès, etc.) existant en France, afin de permettre aux acteurs publics d'identifier les capacités actuelles existantes avant de décider d'éventuels nouveaux investissements en matière d'aménagement, de transition écologique ou de soutien au développement économique. Ce travail de recensement tiendra également compte des engagements pris localement en termes de RSE, d'investissement, de qualification et de montée en gamme de l'ensemble de la chaîne de services.

Une liste des critères caractérisant l'offre de ces sites sera à déterminer en amont en concertation avec les acteurs mobilisés sur cette action (accessibilité train, accès au site en transports en commun, capacités d'hébergements, etc.).

Ce travail aura vocation prioritairement à répondre aux besoins des opérateurs et n'aura pas vocation à être publié compte tenu du caractère stratégique des informations qu'il aura vocation à recueillir.

Action n°11 : Établir une cartographie exhaustive des sites (parcs d'exposition, centres et palais des congrès)					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV FCE	Atout France France Urbaine Régions de France CCI France	S2 2025 Tous les trois ans	Non	Non	Non

2.2.2. Evaluer les besoins d'investissement des sites en matière de transition écologique et de modernisation

- Action n° 12 : Analyser les besoins de financement pour la modernisation et la transition écologique des sites événementiels – Publier une étude sur le besoin d'investissement du parc français pour sa modernisation qui sera actualisée tous les trois à cinq ans.

Objet : Dans le cadre des travaux du comité de filière, une étude a été présentée par UNIMEV en juin 2024 sur les besoins d'investissement des parcs d'expositions et centres de congrès pour leur modernisation, leur transition écologique et leur rénovation énergétique. Réalisée sur un panel de 56 sites, cette étude évalue à 1,7 milliard d'euros les besoins sur trois ans (2025-2029), dont 33 % (soit 566 millions d'euros) pour la transition écologique. Sans ces investissements, ces sites risquent de ne plus être choisis par des clients, notamment internationaux, soumis à des objectifs environnementaux stricts (réglementation CSRD). Enfin, 67 % des besoins concernent des projets de réhabilitation majeure (destruction-reconstruction), dont 91 % sont à la charge des propriétaires. Cette étude sera actualisée tous les trois à cinq ans et prendra appui sur un panel le plus représentatif possible.

Action n° 12 : Analyser les besoins de financement pour la modernisation et la transition écologique des sites événementiels					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
Régions de France FCE France Urbaine	Atout France CCI France	Tous les trois à cinq ans	Oui	Mobilisation RH	2024 - Besoin d'investissement des sites événementiels

→ Action n°13 : Accompagner l'évolution des sites événementiels vieillissants – Publier un guide de bonnes pratiques à destination des élus locaux.

Objet : Elaborer un guide de bonnes pratiques à destination des collectivités territoriales, présentant des exemples d'infrastructures événementielles ayant réussi leur transformation vers l'accueil de nouvelles activités, leur réhabilitation en de nouveaux lieux de vie ainsi que quelques exemples performants de sites réhabilités proposant une offre événementielle adaptée au marché.

Action n° 13 : Accompagner l'évolution des sites événementiels vieillissants					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
Atout France	Banque des Territoires UNIMEV FCE France Urbaine Fédération des EPL CCI France	S2 2026 Tous les 5 ans	Oui	Oui	Non

2.2.3. Création d'une documentation dédiée pour les élus des collectivités locales

→ Action n°14 : Créer un mémento et des outils d'information à destination des élus locaux pour valoriser la contribution de l'événementiel – Publier un dossier pédagogique à actualiser tous les six ans

Objet : Réaliser un dossier pédagogique (type mémento) et des documents types pour informer et sensibiliser les élus locaux à la contribution de l'événementiel professionnel à la vie économique, sociale et sociétale des territoires. Ce dossier, qui complètera le livret publié en 2023, intégrera à la fois les performances économiques des rencontres professionnelles, leurs retombées sociales, et leurs impacts sociétaux (nouveaux liens entre communautés, ancrage local des événements, partenariats avec les acteurs du territoire, réaménagement urbain induit par la modernisation et la transition écologique des sites). Ce dossier sera diffusé au dernier semestre 2025, en vue du renouvellement des élus du bloc communal, prévu en mars 2026. Il sera destiné aux élus des collectivités gestionnaires d'équipements et infrastructures affectées à l'événementiel.

Action n° 14 : Créer un mémento et des outils d'information à destination des élus locaux pour valoriser la contribution de l'événementiel					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV France Urbaine FCE	Tous les acteurs de la filière Association d'élus des territoires Services déconcentrés de l'État	Octobre - novembre 2025 Tous les 6 ans	Non	Mobilisation RH	Contribution des événements professionnels aux enjeux économiques et sociaux

- Action n°15 : Mettre à disposition un « centre de ressources » sur le web : chiffres, dernières études réalisées, mémos, etc.

Objet : Tous les documents existants et à venir mentionnés dans le cadre du présent contrat de filière, utiles et/ou stratégiques pour les élus et responsables publics des territoires, seront mis en ligne sur le site internet d'UNIMEV et sur ceux des partenaires et acteurs contributeurs. Dans un second temps, ces ressources seront centralisées dans un espace dédié (page spécifique à définir), en veillant à ce que chaque utilisation publique des documents soit accompagnée d'une mention explicite des références mises à disposition. La liste des items des documents à publier sera soumise à l'approbation des parties à la présente convention et les données les plus sensibles seront réservées.

Action n°15 : Mettre à disposition un « centre de ressources » sur le web : chiffres, dernières études réalisées, mémos, etc.					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV	Tous les partenaires et acteurs réalisant des études en lien avec l'événementiel et le tourisme d'affaires	Dès que possible Actualisation systématique	Non	Non	Non

- Action n°16 : Former les acteurs publics à la chaîne de valeur et aux atouts de l'événementiel - Concevoir et déployer des modules de formation à destination des acteurs publics pour leur permettre d'intégrer l'événementiel dans leurs stratégies de développement économique et touristique.

Objet : Sensibiliser les élus et responsables publics des territoires concernés aux contributions de l'événementiel professionnel : structuration des filières économiques, attractivité des pôles d'excellence, dynamisation touristique, développement du lien social. Cette action est pour l'instant menée en collaboration avec le CNER⁷ et pourra intégrer d'autres thématiques identifiées en concertation avec les élus et les professionnels.

Le cas échéant, une offre conjointe de formation sur ces mêmes sujets pourra également être travaillée entre les acteurs de la filière et Atout France.

Action n°16 : Former les acteurs publics à la chaîne de valeur et aux atouts de l'événementiel					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV CNER, Fédération des agences d'attractivité, de développement et d'innovation	Atout France Autres volontaires	Octobre 2025	Non	Mobilisation RH	Non

⁷ Conférence nationale des comités régionaux d'étude

2.2.4. Participation du Ministère du Tourisme à la promotion de ces contenus auprès des élus locaux

- Action n° 17 : Créer un dispositif de communication pour la valorisation de la filière des rencontres et événements professionnels – Déploiement à l'automne 2025 d'une campagne digitale « Advocacy » à destination d'une cible institutionnelle, voire économique.

Objet : Atout France, en concertation avec les membres de son comité stratégique « Tourisme d'affaires », pilote la mise en place d'un dispositif de communication à destination d'une cible institutionnelle, voire également économique : l'ensemble des pouvoirs publics ainsi que l'environnement économique et social français. Ce dispositif, qui fera l'objet d'une campagne digitale, comprend :

- Un concept créatif et une série de créations graphiques
- Un document synthétique et impactant (type plaidoyer) à destination des cibles
- Des activations digitales ciblées
- Un communiqué de presse

L'objectif est de mettre en lumière l'importance de l'industrie des rencontres et événements professionnels, de promouvoir sa valeur économique pour l'économie française, de sensibiliser et de fédérer l'ensemble des cibles autour d'intérêts communs afin de créer une prise de conscience et de mobiliser tout l'écosystème autour des enjeux de la filière.

Afin d'assurer l'amplification de la médiatisation et d'atteindre pleinement les objectifs de visibilité et de rayonnement de ce dispositif, Atout France cherche à mobiliser d'autres partenaires financiers sur le second semestre 2025.

Action n° 17 : Créer un dispositif de communication pour la valorisation de la filière des rencontres et événements professionnels					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
Atout France	UNIMEV FCE France Urbaine Région de France	Lancement rentrée 2025 Novembre 2025	Non	Oui	

- Action n° 18 : Promouvoir et republier le contrat de filière « Tourisme d'affaires & événementiel » après sa signature – Mettre en place un lien cliquable sur le site de la DGE et d'Atout France pour valoriser le contrat de filière.

Objet : Le contrat de filière « Tourisme d'affaires & événementiel » sera mis en ligne sur les sites du ministère chargé du tourisme (DGE) et d'Atout France, dans les rubriques dédiées au tourisme d'affaires. Ces pages permettront d'accéder directement au contrat ainsi qu'aux documents et ressources utiles aux acteurs publics et privés, notamment via un lien vers le centre de ressources rassemblant l'ensemble des contenus disponibles.

Action n° 18 : Promouvoir et republier le contrat de filière «Tourisme d'affaires & événementiel» après sa signature					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
Atout France DGE	UNIMEV	2025	Non	Aucune	DGE Atout France

- Action n° 19 : Impulser un temps fort de mobilisation en faveur de la filière des rencontres et événements professionnels – [A l'occasion de la publication de nouveaux outils, organiser un événement au sein du ministère.](#)

Objet : Organiser une demi-journée de rencontre réunissant professionnels du secteur, acteurs publics et élus locaux, dans un lieu et à un moment propice (à définir en concertation avec le ministère chargé du tourisme), afin de renforcer l'engagement politique en faveur de la filière. Les thématiques abordées pourraient inclure la contribution de l'événementiel professionnel à la vie économique et touristique de la France, les enjeux de durabilité et de RSE pour les sites et événements, ainsi que les perspectives d'évolution de la filière. En fonction du bilan de l'événement, l'organisation d'autres éditions pourra être projetée selon une périodicité à définir.

Action n° 19 : Impulser un temps fort de mobilisation en faveur de la filière des rencontres et événements professionnels					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
Ministère chargé du tourisme Business France (sous réserve de conditions financières préalablement discutées) UNIMEV	L'ensemble des acteurs de la filière	2026	Non	Aucune	Non

2.3. Promotion de la mesure de la performance RSE et de l'impact carbone.

- Action n° 20 : Promouvoir et mettre à disposition des outils permettant de mesurer l'engagement en matière de RSE et l'empreinte carbone des événements professionnels organisés sur le territoire – [Recenser les outils existants pour aider les acteurs de la filière événementielle à évaluer leur empreinte carbone, la liste sera actualisée tous les deux ans.](#)

Objet : A date, plusieurs outils ont été conçus pour permettre aux acteurs de la chaîne de valeur de l'événementiel professionnel et sportif d'étudier et de mesurer leurs performances en matière de RSE et/ou d'émissions carbone. Cette action s'appuiera notamment sur les outils « CLEO Performance » (codéveloppé par UNIMEV, Choose Paris Region et la région Ile-de-France), « GREENLY » mis à la disposition de ses adhérents par FCE, ou « CLEO Carbone », développé par UNIMEV. Il est proposé d'identifier tous les outils permettant à chaque acteur de la filière événementielle de mesurer son bilan carbone. A terme, cette liste d'outils sera publiée dans le centre de ressources.

Action n° 20 : Promouvoir et mettre à disposition des outils permettant de mesurer l'engagement en matière de RSE et l'empreinte carbone des événements professionnels organisés sur le territoire					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV Choose Paris Region, Paris Je t'aime	FCE via le label Destination Innovante Durable Autres acteurs volontaires	Tous les 2 ans	Non	Aucune	Non

AXE 3 : Capitaliser sur les acquis des grands événements : vers un nouveau standard de l'expérience visiteur

- Action n° 21 : Créer un comité de pilotage pour partager les actualités de la filière et prioriser les événements professionnels et sportifs éligibles aux mesures d'une politique d'attractivité nationale

Objet : Il est essentiel que les grands événements déjà établis, tout comme ceux explorant de nouveaux domaines économiques, scientifiques, techniques, industriels ou académiques, puissent bénéficier d'un accompagnement adapté à leur potentiel stratégique. Pour ce faire, un comité de pilotage mixte (État, collectivités et représentants de la profession) devra être constitué, avec pour mission de :

1. présenter les actualités de la filière nécessitant le cas échéant des arbitrages ;
2. prioriser, notamment à la demande des organisateurs ou des territoires, les événements professionnels et sportifs organisés en France, jugés stratégiques ou à fort enjeu stratégique, susceptibles de faire l'objet d'une politique d'attractivité nationale.

Ce comité de pilotage mixte (Etat & Collectivités/Profession) serait composé de :

- un représentant du cabinet du Ministre chargé du Tourisme,
- un représentant du Ministère chargé du Commerce extérieur et des Français de l'Etranger,
- un représentant de la DGE,
- un représentant du Ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative
- trois représentants élus d'UNIMEV, dirigeants de la filière des rencontres professionnelles
- un représentant de Business France
- un représentant de Atout France
- trois représentants d'associations d'élus de territoires de Régions de France, France Congrès et Evénements et France Urbaine qui représentent les régions, métropoles, propriétaires des équipements

La co-présidence de ce comité de pilotage sera assurée par le Ministère chargé du tourisme et par un élu d'UNIMEV. Son secrétariat (convocation / compte rendu et suivi) sera assuré par UNIMEV.

Action n° 21 : Créer un comité de pilotage pour partager les actualités de la filière et prioriser les événements professionnels et sportifs éligibles aux mesures d'une politique d'attractivité nationale					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV DGE	Administrations et acteurs mentionnés supra	Au moins une fois par an	Non	Aucune	Non

Le comité de pilotage assurera l'élaboration, dans un cadre partenarial avec l'ensemble des parties prenantes, d'une liste d'événements majeurs (salons, congrès, événements...) à vocation internationale ou sur des sujets d'intérêt stratégique susceptibles de faire l'objet d'une politique d'attractivité nationale, y compris pour des événements à rayonnement régional. Dans cette perspective, le comité de pilotage élaborera une méthodologie de sélection des événements se tenant en France, en vue de définir ceux qui pourraient faire l'objet d'une politique nationale d'attractivité.

Cette sélection pourrait s'appuyer sur plusieurs critères par exemple (non exhaustifs, non cumulatifs):

- l'importance événementielle ;
- le lien stratégique entre l'événement et les pôles de compétitivité ou d'excellence reconnus par l'État (identifiés par le cabinet du ministre de l'Économie ou le Secrétariat général pour l'investissement – France 2030, par exemple) ;
- l'intérêt stratégique de l'événement pour le territoire d'accueil, notamment au regard de ses liens avec les bassins d'emploi, les clusters, etc. ;

- l'engagement de l'événement, de son organisateur, de son site ou de son territoire d'accueil dans une démarche de développement durable, attestée par la conformité à la norme ISO 20121 ou par le label Destination Innovante Durable (certificat de conformité à l'appui).
- Action n° 22 : Faciliter les demandes de soutien de l'État – **Lettres officielles, réseau diplomatique, présence de personnalités pour les événements jugés stratégiques dans le cadre de la politique d'attractivité nationale**

Objet : Faciliter, au bénéfice des destinations candidates et des organisateurs d'événements existants, le soutien du gouvernement français, dans les démarches "amont" et demandes d'accompagnement institutionnel de la part de l'Etat (lettres de soutien de candidature, recours au réseau des consulats et ambassades, soutien à travers un haut patronage, un parrainage ou par la présence sur site de personnalités publiques, ministres). Dans cette optique, un processus de traitement et d'instruction des demandes d'accompagnement sera mis en œuvre par la DGE. Dans cette optique, une boîte fonctionnelle sera créée pour recueillir et traiter, au fil de l'eau, les demandes des territoires candidats.

Action n° 23 : Faciliter les demandes de soutien de l'État					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
DGE	Administrations sectorielles concernées par la thématique de l'évènement Fédérations professionnelles du secteur d'activité	A la demande	Non	Aucune	Non

- Action n° 23 : Œuvrer à la pérennisation de programmes d'invitations afin d'amplifier la présence d'acheteurs et d'influenceurs étrangers sur les événements listés comme stratégiques par le comité de pilotage de la filière.

Objet : Lors du plan « Destination France » (post covid), une enveloppe cofinancée par Bercy (à laquelle Promosalons avait apporté un co-financement) avait été consacrée pour financer à hauteur de 1500 € par personne, la venue de décideurs et « top acheteurs » participant à une sélection de 19 salons internationaux en France.

Business France avait par ailleurs développé le dispositif "l'Export Commence en France" dans le cadre du plan « Osez l'Export » afin de favoriser la présence de visiteurs au pouvoir de prescription et de décision importants, favorisant le développement international à l'export des PME et ETI françaises.

Les différents signataires s'engagent à œuvrer collectivement auprès des institutions et tutelles correspondantes pour demander les moyens financiers nécessaires à la pérennisation de ces programmes que Business France pourra réaliser.

Action n° 23 : Œuvrer à la pérennisation de programmes d'invitations d'acheteurs afin d'amplifier la présence d'acheteurs et d'influenceurs étrangers sur les événements listés comme stratégiques par le comité de pilotage de la filière					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
DGE UNIMEV FCE Business France	X	x	Non	Aucune	Non

- Action n° 24 : Informer et faciliter l'obtention des rendez-vous de demandes de visa et soutenir leur délivrance pour les participants internationaux – [Expérimenter un dispositif de coordination sur les demandes de visa.](#)

Objet : Afin de faciliter l'entrée sur le territoire des professionnels internationaux aux dates et points d'arrivée prévus (contrôles aux frontières), une expérimentation est envisagée afin d'identifier les leviers d'amélioration concrets. Cette phase permettra également d'évaluer l'opportunité et les modalités d'une éventuelle harmonisation des pratiques à plus grande échelle, dans le respect du cadre juridique existant. Aucun visa spécifique n'est prévu : les types de visas restent inchangés et aucune évolution du cadre juridique n'est envisagée, le cadre existant permettant déjà de répondre de manière adaptée à la diversité des profils rencontrés. Néanmoins, des pistes de facilitation seront explorées sur des événements spécifiques. Dans cette optique, une initiative est en cours pour les demandes de visas des professionnels rencontrant des difficultés particulières. L'objectif de cette expérimentation est de fluidifier le traitement de ces demandes, tout en respectant le cadre légal actuel. Les suites à donner à cette expérimentation seront déterminées à la lumière de son bilan par les administrations concernées. A ce jour le MEAE mène des actions pédagogiques pour sensibiliser les acteurs aux démarches liées aux visas car les visiteurs sont souvent mal renseignés.

Action n° 24 : Informer et faciliter l'obtention des rendez-vous de demandes de visa et soutenir leur délivrance pour les participants internationaux					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
DGM	DGE UNIMEV FCE Promosalons Autres acteurs impliqués dans la promotion internationale	Test fin 2025	Si besoin	Aucune	Non

- Action n° 25 : Diffuser et promouvoir les bonnes pratiques locales facilitant la montée en gamme de « l'expérience visiteur » sur les territoires, à l'occasion des événements accueillis – [Élaborer un guide en concertation avec les acteurs locaux volontaires, en vue d'une publication en ligne, en accès libre.](#)

Objet : Afin de mieux informer les acteurs publics et privés locaux sur les bonnes pratiques déjà mises en œuvre dans d'autres territoires, l'élaboration de ce guide, en concertation avec les parties prenantes intéressées, visera à appréhender les enjeux suivants :

- Mettre en place un pack accueil à l'échelle de la destination (accueils, transferts, services).
- Mettre en lumière l'offre touristique et culturelle locale en la reliant directement au parcours des participants.
- Impliquer la société civile (les habitants, les associations, entreprises, etc.) à la dynamique des événements accueillis et valoriser l'héritage de ces rencontres pour le territoire et toutes les parties prenantes.
- Favoriser l'augmentation de mesures de sécurité sur les parcours empruntés par les participants, lorsque l'augmentation des flux de participants par rapport aux flux habituels le nécessite.
- Faciliter le déploiement de personnels pour informer et accueillir les participants (salariés ou bénévoles) dans les lieux d'arrivée.
- Favoriser la mise en place d'une gestion optimisée des flux (piétons, véhicules) notamment des files d'attente aux abords des sites ou aux abords des principaux points d'arrivée.
- Faciliter la modulation et l'optimisation des transports publics (fréquence et capacité) pour une expérience visiteur agréable et en sécurité.

Action n° 25 : Diffuser et promouvoir les bonnes pratiques locales facilitant la montée en gamme de « l'expérience visiteur » sur les territoires, à l'occasion des événements accueillis					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV ATOUT FRANCE	DGE Panel des contributeurs à définir (via les convention bureaux...)	S2 2026	Oui	Mobilisation RH	Non

- Action n° 26 : En Ile de France, appuyer auprès de l'ensemble des acteurs locaux et régionaux concernés l'instauration d'un « pass » événementiel ou le couplage de billets, chargeables à distance, permettant de se procurer un accès aux événements et à des activités de tourisme connexes (transport régional, culture, services)

Objet : Si les « pass » événementiels et le couplage des différents billets existent au sein d'autres métropoles, ces dispositifs peinent à voir le jour en Ile de France : un portage à haut niveau de cette ambition est jugé nécessaire pour favoriser sa réussite, dans la région IDF, leader en matière de congrès et de salons.

Action n° 26 : En Ile de France, appuyer auprès de l'ensemble des acteurs locaux et régionaux concernés l'instauration d'un « pass » événementiel ou le couplage de billets, chargeables à distance, permettant de se procurer un accès aux événements et à des activités de tourisme connexes (transport régional, culture, services)					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
Paris Je t'aime	DGE Choose Paris Region Région Ile de France IDFM	A définir	Oui	Aucune	Non

AXE 4. Promotion des démarches et processus innovants dans la chaîne de valeur de l'événement et de l'hospitalité, au bénéfice des participants

4.1. Contribution des outils numériques à l'expérience visiteur

4.1.1. L'événement et la rencontre professionnelle « augmentés » grâce au numérique

- Action n° 27 : Optimiser l'expérience client sur les événements professionnels grâce aux outils numériques - Publier un guide de bonnes pratiques actualisé tous les trois ans qui fera l'objet d'un webinaire de présentation.

Objet : Proposer aux acteurs de la filière des éléments de cadrage pour accompagner la prise en main d'outils numériques (accompagnement pas à pas) afin de favoriser la digitalisation à chaque étape du parcours client au profit des participants (entreprises ou visiteurs, délégués). Ce travail est mis à disposition sous la forme d'une présentation téléchargeable.

Action n° 27 : Optimiser l'expérience client sur les événements professionnels grâce aux outils numériques					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV	Adhérents UNIMEV	Tous les 3 ans	Non	Mobilisation RH	Expérience événementielle «augmentée» grâce au numérique

- Action n° 28 : Encourager la réutilisation de solutions numériques éprouvées pour renforcer l'attractivité des territoires – Mettre à disposition à titre gracieux l'application développée pour les JOP 2024.

Objet : Favoriser la diffusion et la réutilisation gratuite des outils numériques développés pour les grands événements dont les JOP 2024 (application MyParisJeTaime développée par Paris ou encore le Roadbook Visit Paris Region développé par Choose Paris Region), afin de permettre à d'autres villes et territoires dépourvus de ce type d'outil de s'en approprier le modèle, de l'adapter à leurs besoins et de développer leur propre solution numérique pour valoriser l'offre touristique, événementielle (notamment les salons et congrès), de services à destination des visiteurs.

Action n° 28 : Encourager la réutilisation de solutions numériques éprouvées pour renforcer l'attractivité des territoires					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
Paris je t'aime	Destinations volontaires	Dès que possible	Non	Aucune	Application MyParisjetaime Carte interactive

4.1.2. Développement d'outils de gestion des datas au service de l'expérience visiteur dans les territoires

- Action n° 29 : Identifier les outils ou moyens permettant un partage de bonnes pratiques et de données en vue d'augmenter la qualité du parcours du participant et de son expérience (séjour) sur le territoire d'accueil – [Identifier les conditions de reproductibilité ou de généralisation dans d'autres territoires.](#)

Objet : Etudier les modalités de partage de données et de bonnes pratiques entre acteurs de l'événementiel, du tourisme, de la mobilité et de l'hospitalité, afin d'enrichir le parcours des participants aux événements professionnels. Le groupe de travail numérique s'intéresse notamment aux initiatives innovantes, comme le projet européen DEPLOYTOUR (cofinancé par le programme Digital Europe), qui expérimente en Île-de-France le partage de données entre ces acteurs pour développer des services à forte valeur ajoutée pour les participants.

Une dynamique qui peut également s'articuler avec le projet d'accélération européen BE future, qui accompagne, pour la France, des entreprises innovantes du secteur événementiel professionnel.

Action n° 29 : Identifier les outils ou moyens permettant un partage de bonnes pratiques et de données en vue d'augmenter la qualité du parcours du participant et de son expérience (séjour) sur le territoire d'accueil					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV FCE en lien avec Atout France si volontaire	Organisateurs d'événements Sites d'accueil Prestataires numériques Offices de tourisme Comités régionaux de tourisme Transporteurs Régies de transport Hôteliers Taxis	2026	Oui	Mobilisation RH	Deploytour Be>Future Liste de résultats par pays - Be>Future

4.2. Soutien à l'innovation et aux acteurs innovants dans l'industrie des rencontres professionnelles, l'événementiel et le tourisme d'affaires (dont la tourisme tech)

- Action n° 30 : Soutenir activement les acteurs et les solutions innovantes en faveur de l'industrie des rencontres professionnelles, de l'événementiel et du tourisme d'affaires.

Objet : Le comité de filière valorisera les technologies émergentes et les initiatives innovantes en s'appuyant sur plusieurs leviers : la promotion de démonstrateurs, la diffusion de retours d'expérience issus du terrain, et la mise en relation des porteurs de solutions avec les différents acteurs de l'écosystème. Les innovations pourront être de tous les types : produit/service, organisation, technologique, modèle économique, durabilité, procédé, marché, etc.

Une piste concrète pourrait être la création d'un Prix de l'innovation de la filière en lien avec France Tourisme Tech, et d'autres structures volontaires (incubateurs, clusters, fédérations, etc.) ou la French Touch. Ce prix récompenserait des projets à fort impact au service de l'événementiel et du tourisme d'affaires. Pour mettre en œuvre cette ambition, plusieurs leviers d'action complémentaires pourront être mobilisés, en s'appuyant sur les dynamiques déjà existantes dans l'écosystème :

- Centralisation et veille sur les innovations existantes, en s'appuyant sur les réseaux et plateformes reconnus : L'Innovatoire (UNIMEV), France Congrès et Événements (démarches Innov & Tech⁸ et Greentech), L'ÉVÈNEMENT, LEADS, France Tourisme Tech, Promosalons, Atout France, le programme européen BEfuture, le projet DEPLOYTOUR, etc.
- Organisation de temps forts dédiés à la promotion et la diffusion des innovations (salons, forums, événements filière, webinaires ou articles, etc.), appui à l'expérimentation sur site ou en conditions réelles, et accompagnement à la structuration de communautés d'innovation réunissant acteurs publics et privés, à l'échelle nationale et territoriale.

Action n° 30 : Soutenir activement les acteurs et les solutions innovantes en faveur de l'industrie des rencontres professionnelles, de l'événementiel et du tourisme d'affaires.					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV FCE	Régions de France Ensemble des réseaux et plateformes reconnus DGE	S2 2025	Oui	Aucune	L'innovatoire Lettre de veille FCE France Tourisme Tech

⁸ [Démarches Innov & Tech](#) et [Greentech](#)

AXE 5 : Vers une politique publique sectorielle de l'événementiel qui renforce les liens socio-économiques dans nos territoires, l'attractivité et le rayonnement de la France

5.1. Inscrire les opérateurs et événements professionnels internationaux en France comme outils de la diplomatie économique et d'accompagnement des politiques publiques de l'export.

- Action n° 31 : Création d'un dispositif pilote pour soutenir la captation des congrès tournants internationaux à fortes retombées, en offrant aux organisateurs un accompagnement stratégique – **Mettre en place une démarche d'héritage concertée, conçue pour répondre à des intérêts communs, à la fois pour le territoire d'accueil et pour l'association organisatrice.**

Objet : Dans un contexte de forte concurrence internationale, la France doit se démarquer pour attirer les grands congrès internationaux. Face à la capacité de certains pays à offrir des conditions financières avantageuses et des dispositifs de subvention attractifs, la France mise sur son expertise et son accompagnement pour aider les organisateurs à mettre en œuvre une stratégie d'héritage durable, source de différenciation et de valeur ajoutée. Cette démarche d'héritage concertée vise à répondre à des intérêts communs, à la fois pour le territoire d'accueil et pour l'organisateur, tout en maximisant l'impact positif de l'événement pour l'ensemble des parties prenantes.

Actuellement, un projet pilote est conduit par Atout France, Choose Paris Region et Paris Je t'aime pour accompagner un congrès de plus de 10 000 participants, prévu pour 2029, en soutenant la démarche d'héritage de l'association organisatrice. Cet accompagnement a été un argument clé en phase de candidature permettant de remporter ce congrès.

L'objectif est d'expérimenter ce type d'action en 2026 et de capitaliser sur cette expérience pour élaborer un modèle d'accompagnement et un modèle économique solides, prêts à être déployés sur d'autres événements prioritaires. Ce dispositif, qui nécessitera des investissements à la fois publics et privés, pourra ensuite être adapté et proposé à d'autres Destinations afin de renforcer la captation des congrès internationaux prioritaires.

Action n° 31 : Création d'un dispositif pilote pour soutenir la captation des congrès tournants internationaux à fortes retombées, en offrant aux organisateurs un accompagnement stratégique					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
Atout France UNIMEV	Choose Paris Region Paris Je t'aime FCE	Bilan sur l'évènement test, en fonction, déploiement du dispositif.	Non	Mobilisation RH	Non

5.2. Développer une stratégie conjointe de sécurité entre acteurs publics et acteurs de la chaîne de valeur de l'événementiel professionnel et sportif

- Action n° 32 : Élaborer un cadre de coopération en matière de sécurité pour les événements professionnels – [Signature d'une convention expérimentale](#)

Objet : La Préfecture de police et la filière de l'événementiel élaborent un cadre commun relatif à la sécurité des personnes à l'occasion d'événements professionnels se tenant dans l'agglomération parisienne. A cette occasion, une convention fixant le cadre général de la coopération entre les services de l'Etat, les acteurs de l'événementiel sera rédigée. Le cas échéant, une information sur cette convention sera diffusée auprès des acteurs du secteur du tourisme d'affaires.

Action n° 32 : Élaborer un cadre de coopération en matière de sécurité pour les événements professionnels					
Pilote	Acteurs mobilisés	Jalon	GT dédié	Incidence budgétaire	Lien utile
UNIMEV Préfecture de Police de Paris	x	1 ^{er} trimestre 2026	Oui	Aucune	Non

Cadre de suivi et durée de validité du contrat de filière

Durée

Le présent contrat de filière est conclu pour une durée de cinq ans à compter de sa date de signature. Selon l'évaluation qui sera faite de son efficacité et des nouveaux objectifs assignés, il pourra faire l'objet d'un renouvellement unique, pour une durée équivalente, par accord exprès des signataires.

Comité de suivi

Un comité de suivi réunissant les signataires du contrat de filière sera mis en place afin d'assurer un suivi régulier de sa mise en œuvre. Il se réunira selon une fréquence et des modalités définies conjointement par les parties prenantes.

Conditionnalité des actions à leur co-financement

Pour certains projets (d'étude notamment), les acteurs privés ne pourraient être tenus responsables de ne pas avoir réalisé les actions auxquelles ils s'étaient engagés s'ils ne trouvent pas les nécessaires co-financements avec leurs partenaires pour les mener à bien.

Les études partenariales réalisées feront l'objet de communications partenariales et leurs résultats globaux (publics) seront transmis aux services de l'Etat ainsi qu'aux collectivités qui le souhaiteraient, afin que les acteurs publics, para-publics et privés puissent améliorer globalement leur connaissance de la filière événementielle et ainsi prendre toutes mesures nécessaires.

Libre initiative

Il est admis que chacun des signataires contribuera au mieux de ses possibilités à la bonne avancée des actions et à la réalisation des objectifs définis dans ce contrat de filière, mais demeurera libre de développer ses propres initiatives en lien avec un ou plusieurs des thèmes désignés.

CONCLUSION : Consacrer l'événementiel comme une 7^e filière de la « French Touch »

Au même titre que la « French Fab », la marque « French Touch » rassemble aujourd'hui les entreprises et start-up de 6 secteurs des industries culturelles et créatives françaises (ICC) :

- Musique et Spectacle Vivant : Musique enregistrée, édition musicale, spectacle vivant
- Arts visuels & Art de Vivre : Architecture & design, décoration & ameublement, arts visuels, arts de la table, gastronomie, culture & patrimoine
- Jeux Vidéos : Développement, édition et distribution
- Cinéma & Audiovisuel : Production, distribution, exploitation & industries techniques
- Mode & Création : Textile et habillement, luxe, accessoires, maroquinerie, chaussures, optique, joaillerie, horlogerie, bijouterie et beauté (parfums & cosmétiques)
- Édition : Médias imprimés, livres

La signature de l'actualisation du contrat de filière « Tourisme d'affaires & événementiel » pourrait donner lieu à la création d'une 7^e filière au sein de la « French touch ».

Une manière d'officialiser, après les jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, l'importance de cette filière d'excellence pour la France, au lendemain de la tenue du plus grand événement planétaire, produit, réalisé et accueilli en France.

Cela fait sens dans la mesure où les acteurs de l'événementiel professionnels sont dans la conception et le design de rencontres mémorables, à forts enjeux et à impact positif. Ils travaillent dans la plupart des cas avec des acteurs clefs pour ou en lien avec des entreprises du « french art de vivre » : architecture, gastronomie, culture et patrimoine, par exemple.

Ils sont par ailleurs fortement sollicités et impliqués dans la mise en scène et la promotion de plusieurs secteurs de la French Touch comme la Mode et la Création, la Musique et le spectacle vivant.

Cette reconnaissance pourrait également ouvrir la voie, à terme, à l'intégration de cette filière comme membre à part entière d'un vingtième Comité Stratégique de Filière : « Tourisme, Sport et Événementiel ».

C'est-à-dire considérer cette industrie de services, comme un grand secteur économique stratégique pour la France.

Annexe 1 – Définitions

Filière de l'événementiel : activités destinées à produire ou concourir à la production, l'organisation, l'accueil de rencontres et événements tels que : salons, congrès, événements d'entreprises et d'institutions, festivals, foires-expositions, événements sportifs.

Une partie du marché fonctionne sans lien immédiat avec les collectivités (ex une entreprise organise un séminaire dans un hôtel-conférence à l'instant T) mais sur l'essentiel des enjeux (attractivité, soutien à l'accueil d'événements, développement touristique, mobilité, investissement dans les équipements dédiés, etc.), ces activités s'inscrivent dans le cadre de politiques publiques portées par la/les collectivité(s) concernée(s), prenant en compte de multiples considérations (capacité d'investissement, foncier disponible, orientations marché, politique RSE, synergies avec filières locales, etc.).

Ces activités comprennent plusieurs grands types de métiers :

- organisateurs de salons BtoB et BtoC, congrès, événements corporate et d'institutions, événements sportifs dont l'audience peut être internationale, nationale ou régionale et les foires-expositions
- gestionnaires de sites/lieux d'accueil d'événements (parcs d'expositions, centres de congrès, arénas, zéniths, etc.)
- concepteurs et designers d'espaces événementiels et de stands d'expositions pour les exposants
- prestataires de services aux événements / spécialisés dans l'événementiel parmi lesquels on distingue :
 - les entreprises du numérique : gestion & contrôle d'accès, enregistrement numérique, gestion des inscriptions, RDV et participations...
 - les entreprises de prestations intellectuelles : conseil, promotion internationale, études de marché, relations presse, scénographie, etc.
 - les entreprises de prestations humaines : travail temporaire, sécurité privée, nettoyage, accueil hôtesse et hôtes etc.
 - les entreprises de prestations logistiques et techniques : transport événementiel, installation générale et technique, son-lumière-audiovisuel, location de mobiliers divers, etc.
 - les traiteurs et restaurateurs événementiels et leurs prestataires (location de vaisselle...)
 - les fabricants de stands d'expositions, menuisiers et prestataires des agences de design de stands, etc.
 - autres activités d'entreprises dont au moins 50% du chiffre d'affaires annuel est réalisé avec des ou à l'occasion de ces événements par opposition aux événements de particuliers : mariages, baptêmes, barmitsva, etc.

Tourisme d'affaires : activités de tourisme – hôtellerie et hébergement, restauration, activités de visites culturelles ou de loisirs, transport d'accès, transports sur place, commerce local, agences réceptives, etc... – générées par la présence de touristes venus sur une destination pour des motifs professionnels et motives, principalement par :

la tenue de RDV d'affaires individuels

le déplacement et la présence à des rencontres de types salons, congrès, événements d'entreprises et d'institutions, festivals, foires-expositions, événements sportifs. (Cf. Définition 1)

Ces deux segments de marché peuvent se comporter différemment dans la mesure où les objectifs de déplacements et de séjour en France de ces voyageurs peuvent être spécifiques.

Annexe 2 - Liste des contributeurs

Angers expo congrès	Thierry	Gintrand
ATOUT France	Hugo	Alvarez
ATOUT France	Bastien	de Seze
ATOUT France	Alain	Despres
ATOUT France	Emmanuel	Duval
ATOUT France	Sophie	Mandrillon
ATOUT France	Antoine	Martin
ATOUT France	Sandie	Meyniel
Banque des Territoires	Cécile	Michel
Banque des Territoires	Camille	Rives
Bordeaux Events & More	Stéphane	Kintzig
CCI FRANCE	Claire	Labbez
CCI R PARIS IDF	Jean-Marie	Nays
CCI R PARIS IDF	Aurélien	Neff
CCI R PARIS IDF	Emmanuel	Rodier
Choose Paris Region	Christophe	Decloux
Choose Paris Region	Baptiste	Orlandini
Choose Paris Region	Michel	Mari
Coesio	Odile	Delannoy
Comexposium	Julie	Creuseveau
Comexposium	Arnaud	Damien
Comexposium	Anne-Sophie	Durand
Comexposium	Renaud	Hamaide
Destination Mandelieu	Pierre-Louis	Roucaries
Destination Rennes	Amandine	Duret
DGE	Isaure	Costet
DGE	Joris	Dumazer
DGE	Tom	Lucas
DGE	Camille	Mosser
DGE	Christophe	Strobel
DGM	Didier	Jean
DGM	Schéhérazade	Bezard
EBRA EVENTS	Antony	Choumert
Event Maker	Damien	Schmitz
Fédération des Elus des EPL	Christelle	Botz-Mesnil
France Congrès et Evénements	Emmanuel	Dupart
France Urbaine	Regis	Capo-Chichi
France Urbaine	Lionel	Delbos

GALIS	Fabrice	Laborde
GL events	Bruno	Lartigue
GL events	Jean-Arnaud	Eyme
LÉVÉNEMENT	Céline	Jolly
LÉVÉNEMENT	Benoît	Ramozzi
Mediactive	Alexandre	Lafond
Occitanie Events	Cédric	Fiolet
Palais des Festivals de Cannes	Bruno	Desloques
Paris je t'aime	Nicolas	Baudy
Paris je t'aime	Thomas	Deschamps
Paris je t'aime Convention Bureau	Frédérique	Giraud
Paris je t'aime Office de Tourisme	Corinne	Ménégaux
PROMOSALONS	Bérangère	Bonnet
PROMOSALONS	Corinne	Moreau
RELX Global - RX France	Guillaume	Leblanc
Régions de France	Jean-Baptiste	Cazaubon
RX France	Céline	Battestini
Tours Evénements	Géraud	Lanièce
UNIMEV	Raphaele	Neveux
UNIMEV	Quentin	Balblanc
UNIMEV	Béatrice	Cuif-Mathieu, co-Présidente
UNIMEV	Nabila	Kocheida
UNIMEV	Philippe	Pasquet, co-Président

Signataires

Le Premier ministre,
François BAYROU

A blue ink signature of François Bayrou, written in a cursive style.

Le Ministre de l'Économie, des Finances
et de la Souveraineté industrielle et numérique,
Éric LOMBARD

A blue ink signature of Éric Lombard, written in a cursive style.

La Ministre déléguée auprès du ministre de l'Économie, des Finances
et de la Souveraineté industrielle et numérique, chargée du Tourisme,
Nathalie DELATTRE

A black ink signature of Laurent Saint-Martin, written in a cursive style.

Le Ministre délégué auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères,
chargé du Commerce extérieur et des Français de l'étranger,
Laurent SAINT-MARTIN

A black ink signature of Laurent Saint-Martin, written in a cursive style.

Pour Régions de France, président de la commission déléguée tourisme,
Monsieur Franck LOUVRIER



Pour France Congrès et Événements, président,
Monsieur Franck LOUVRIER



Pour France Urbaine, au nom de Madame Johanna Rolland, présidente de France Urbaine, maire
d'Angers et président d'Angers Loire Métropole,
Monsieur Christophe BÉCHU



Pour l'UNIMEV, co-présidents,
Madame Béatrice CUIF-MATHIEU



Monsieur Philippe PASQUET



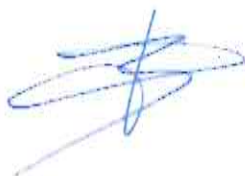
Pour Paris je t'aime, directrice générale
Madame Corinne MENEGAUX

A circular official stamp is partially visible on the left, with a handwritten signature in black ink over it.

Pour Choose Paris Region, directeur général
Monsieur Baptiste ORLANDINI

Signé par :
Baptiste Orlandini
F05BCADC822F406

Pour Business France, directeur général par intérim
Monsieur Benoît TRIVULCE

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke.

Pour CCI France, directeur général
Monsieur Nicolas BONNET

A handwritten signature in blue ink, featuring a large loop at the bottom and a vertical stroke.