

# Étude de marché Événementiel

CHIFFRES ET ÉLÉMENTS



propulse by 

# Introduction à l'étude de marché sectorielle

*Bienvenue dans cette étude de marché sectorielle, conçue spécifiquement pour vous, futurs entrepreneurs et créateurs d'entreprise!*

*Que vous soyez au tout début de votre projet ou en phase de consolidation de votre idée, cette étude se veut être un support incontournable pour éclairer votre prise de décision et affiner votre stratégie commerciale.*

*Dans ce document, vous découvrirez une analyse détaillée du secteur qui vous intéresse. Nous avons compilé pour vous les informations essentielles pour comprendre les dynamiques actuelles de votre marché.*

Cette étude est organisée comme suit :

- 1 **LES CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ**
- 2 **LE CODE APE / NAF DE L'ACTIVITÉ**
- 3 **L'ORGANISATION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ**
- 4 **L'ANALYSE DE LA SITUATION DU MARCHÉ**
- 5 **L'ÉTUDE DE L'OFFRE**
- 6 **L'ÉTUDE DE LA DEMANDE**
- 7 **L'ANALYSE DES CANAUX DE DISTRIBUTION**
- 8 **LES GRANDES TENDANCES DU SECTEUR**
- 9 **LA CONCLUSION DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ**

Chaque section est conçue pour vous fournir une compréhension claire, illustrée et approfondie, vous aidant à prendre les bonnes décisions.

Nous vous souhaitons une bonne lecture et beaucoup de succès dans votre aventure entrepreneuriale !

L'équipe Propulse by CA



**15 782**

**SOCIÉTÉS  
DANS LE SECTEUR**  
en 2021

**65 Mds €**

**CHIFFRE D'AFFAIRES  
POUR LE SECTEUR**  
en 2021

**16,8 Mds €**

**BÉNÉFICE  
DES ENTREPRISES  
D'ÉVÉNEMENTIEL**



**349 000**

**ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS  
EN MOYENNE  
CHAQUE ANNÉE**

**455 000**

**EMPLOIS GÉNÉRÉS  
PAR LE SECTEUR**



**52%**

**DES PROFESSIONNELS  
ONT ENREGISTRÉ  
UNE HAUSSE DE CA ANNUEL**  
en 2023

Sources : Insee, UNIMEV (Union Française des Métiers de l'Événement)

Les entreprises du secteur événementiel relèvent du **code APE 82.30Z** qui correspond à l'organisation de foires, salons professionnels et congrès.

Ce code couvre une grande variété de prestations liées à l'**organisation**, la **promotion** et/ou la **gestion d'événements** : foires commerciales, salons professionnels, congrès, conférences, réunions, événements privés, avec ou sans prise en charge de la gestion et de la mise à disposition du personnel nécessaire à l'exploitation des lieux accueillant ces événements.

C'est l'INSEE qui attribue le code APE/NAF pour catégoriser chaque activité. Il existe d'autres codes liés à l'événementiel. Les spécialistes de l'organisation de mariage sont référencés sous le code 93.29Z (autres activités récréatives et de loisirs).

**Code  
APE/NAF pour  
les professionnels  
de l'événementiel :  
82.30Z**

# L'activité des professionnels de l'événementiel

Les professionnels de l'événementiel offrent des **services d'organisation de manifestations** de toute taille : soirées d'entreprise, conférences, congrès, lancement de produits, remises de prix, expositions, conventions, séminaires, compétitions sportives, festivals... Leur prestation peut inclure la recherche de lieux, la gestion de la logistique, la communication autour de l'événement, la gestion des prestataires (traiteurs, décorateurs, techniciens, artistes, animateurs, etc.), ainsi que la mise en place d'animations. L'organisation de l'activité

## L'ORGANISATION DE L'ACTIVITÉ

Le secteur de l'événementiel est structuré autour de plusieurs acteurs. Les **organisateur d'événements** s'occupent d'une multitude de types d'événements. On retrouve des géants de l'organisation d'événements comme Comexposium, Infopro Digital Groupe et GL events, qui gèrent des **foires et salons à grande échelle**.

Les **agences événementielles** se concentrent principalement sur l'organisation d'événements pour des clients professionnels ou privés. Elles peuvent être généralistes ou spécialisées dans un type d'événement particulier ou dans une clientèle spécifique.

Les **sociétés de production** sont spécialisées dans la réalisation de grands événements (concerts, festivals, foires). Elles sont responsables de la logistique, de la coordination et de la production de ces manifestations.

Parallèlement, les **agences de communication** se chargent de la **promotion et du marketing des événements**, souvent dès les phases de conception. Il y a des agences indépendantes (WMH Project, MCI France, La Phratrie) et des agences intégrées à de grands groupes (Hopscotch, Auditoire, Havas Events).

En plus de ces acteurs principaux, on trouve les **espaces d'accueil**, qu'il s'agisse de **centres de congrès**, de **salles de réception** ou d'espaces extérieurs, qui sont des éléments essentiels dans l'organisation des événements.



La digitalisation des événements, accélérée par la crise sanitaire, a également ouvert la voie à des **agences digitales** comme LiveE, Inwink et Wisemply, spécialisées dans les événements en ligne.

## LES SYNDICATS PROFESSIONNELS

L'**UNIMEV** (Union Française des Métiers de l'Événement) est l'organisation professionnelle qui représente tous les acteurs du secteur de l'événementiel : organisateurs de foires et expositions, organisateurs de salons, organisateurs de congrès, gestionnaires de sites, prestataires de services, créateurs d'événements, concepteurs et réalisateurs de stands.

L'organisation représente plus de 400 membres auprès des pouvoirs publics, des institutions et des médias, ces syndicats contribuent à **créer un environnement favorable à l'industrie événementielle**.

# Le marché de l'événementiel

## LE CONTEXTE DU MARCHÉ

Fortement impactés par la crise sanitaire, les organisateurs d'événements (d'entreprises ou privés) ont subi des restrictions visant à limiter les rassemblements. Le marché de l'événementiel a enregistré de lourdes **pertes à hauteur 10,7 milliards d'euros** en 2020.

Malgré la **hausse des coûts** et à la **pénurie de main-d'œuvre**, les entreprises événementielles ont enregistré une **reprise de leur chiffre d'affaires**, signe d'une relance dynamique. 52% des professionnels de l'événementiel ont constaté une augmentation de leur chiffre d'affaires par rapport à 2022.

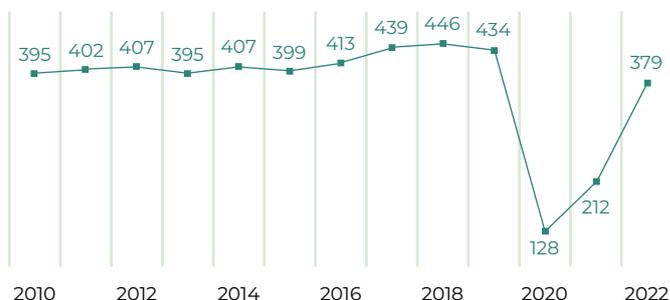
On compte en moyenne **340 000 événements annuels**, générant près de 455 000 emplois et environ **16,8 milliards de retombées économiques** pour les entreprises de l'événementielle. En France, ce sont près de 1200 foires et salons professionnels, 3000 congrès, ainsi que 380 000 événements d'entreprises et d'institutions qui animent le secteur.

Le secteur est également marqué par une concentration géographique, avec **l'Île-de-France** représentant près de **33% des événements professionnels** en France.

## ÉVOLUTION DU NOMBRE DE SALONS

### DANS LES 21 PRINCIPAUX SITES

### D'EXPOSITION FRANCILIENS



Source : CCI Paris Île-de-France, sites d'exposition et de congrès

Bien que l'activité en 2022 soit encore inférieure à celle observée avant la crise sanitaire, les salons semblent retrouver une bonne dynamique. Certains salons ont définitivement cessé leur activité, alors que d'autres, habituellement organisés dans les grands sites franciliens, ont fait le choix de se tenir dans des espaces plus petits ou dans d'autres villes françaises. L'année 2022 a également bénéficié du **report de grands salons** biennaux comme Batimat ou le SIMA.

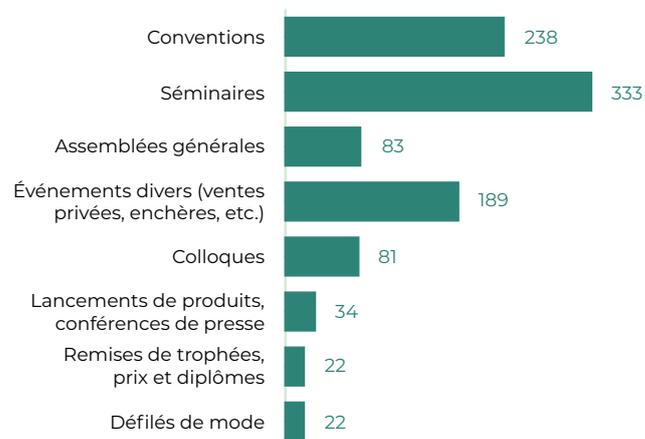
## ÉVÉNEMENTS D'ENTREPRISES

### ACCUEILLIS DANS LES 21 PRINCIPAUX

### SITES D'EXPOSITION ET DE CONGRÈS

### FRANCILIENS EN 2022

#### Nombre d'événements d'entreprises



Source : CCI Paris Île-de-France, sites d'exposition et de congrès

## FORMATS PRIVILÉGIÉS POUR L'ORGANISATION D'ÉVÈNEMENT PAR LES CLIENTS



Source : L'ÉVÈNEMENT-Baromètre Clients- Les enjeux 2023 de la communication événementielle, janvier 2023

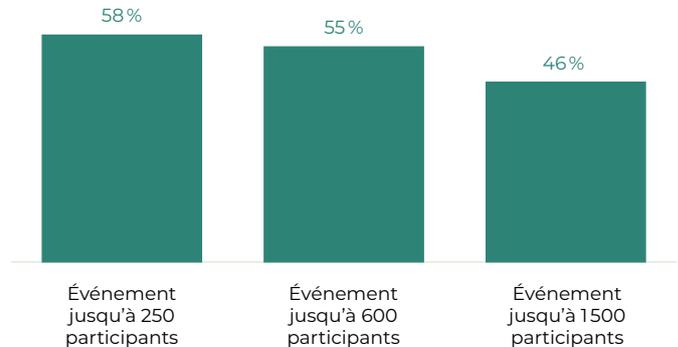
Alors que la crise sanitaire avait laissé craindre un passage massif de l'événementiel vers le digital, cette perspective n'a pas réussi à s'imposer. Les **événements 100 % digitaux** ont été critiqués pour leur manque de convivialité, leur **capacité limitée à susciter l'engagement** et leur difficulté à favoriser l'échange.

En revanche, les spécialistes de l'organisation d'événements se sont positionnés sur les formats hybrides. Un modèle qui s'impose de plus en plus avec **52 % des clients optant pour des dispositifs hybrides**. Cela reflète un désir croissant de flexibilité et de portée élargie.



## ÉVOLUTION DES COÛTS LIÉS À L'ORGANISATION D'ÉVÈNEMENTS ENTRE 2019 ET 2022

### Évolution des prix liés à l'organisation d'événements



Source : L'ÉVÈNEMENT – Etude «Tendances de l'inflation pour les événements, foires congrès et salons en 2022» - juin 2022

Les coûts d'organisation d'événements de moins de 250 participants ont augmenté de 58 % par rapport à 2019. Bien que cette hausse des prix touche davantage les petites structures organisant des événements à petite échelle, l'impact sur les coûts reste conséquent pour l'ensemble du secteur.

Cela s'explique en partie par les prestataires, en particulier les traiteurs, fortement touchés par la **hausse des prix alimentaires** ou encore les gestionnaires de lieux événementiels cherchant à répercuter la **hausse des factures énergétiques** sur les organisateurs. La montée de l'inflation exerce une **pression sur les marges**, alors que les clients se montrent de plus en plus sensibles aux prix.

## L'ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE

Les professionnels de l'événementiel font face à une loi environnementale en constante évolution. En effet, la **loi AGECE** (Anti-gaspillage pour une économie circulaire) impacte le secteur événementiel. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2023, l'utilisation de vaisselle jetable est interdite. En 2021, des éléments tels que les pailles et les confettis avaient déjà été prohibés. Les événements organisés aujourd'hui doivent donc s'adapter pour se conformer aux réglementations gouvernementales.

# L'offre sur le marché de l'événementiel

## PETITES AGENCES LOCALES ET INDÉPENDANTES

Les agences événementielles de petite taille et les professionnels indépendants se concentrent généralement sur des **événements de proximité** : mariages, anniversaires, team-building, séminaires d'entreprise.

Ils peuvent facilement adapter leurs services aux besoins spécifiques des clients et établir des **relations de confiance** grâce à une attention particulière aux détails. Mais ces acteurs n'ont pas toujours les ressources ou les capacités à gérer des événements d'envergure ou à accéder à des infrastructures plus importantes.

## AGENCES ÉVÉNEMENTIELLES DIGITALES

Avec la digitalisation, des agences spécialisées dans la **création d'événements en ligne ou hybrides** émergent. Leur capacité à **atteindre un public plus large** et à réduire les coûts de logistique est un avantage significatif. Mais le manque d'interaction physique peut être un frein au développement de ces agences.

## GRANDES AGENCES

## ÉVÉNEMENTIELLES

Des acteurs majeurs tels que **Publicis Events** et Auditoire dominent le secteur grâce à leur portée mondiale et leur expertise dans l'organisation d'événements d'envergure (conférences internationales, lancements de produits, événements sportifs, festivals). Ces agences disposent de ressources financières considérables et d'un **réseau étendu de contacts**, ce qui leur permet de proposer des services variés, allant de la conception à l'exécution.

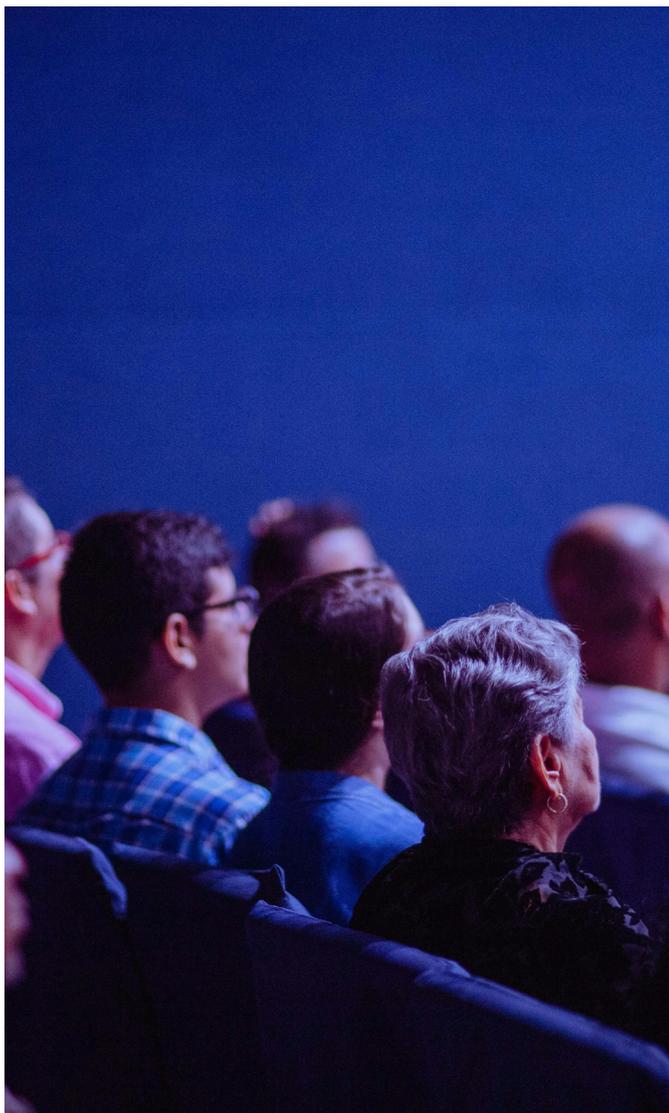
Parmi les grands organisateurs d'événements, on retrouve :

- Châteauform'
- Comexposium
- Europa Group
- GL Events
- La Phratrie
- WMH Project



# L'étude de la demande

La demande sur le marché de l'événementiel provient des professionnels et des particuliers, avec une prédominance marquée des entreprises.

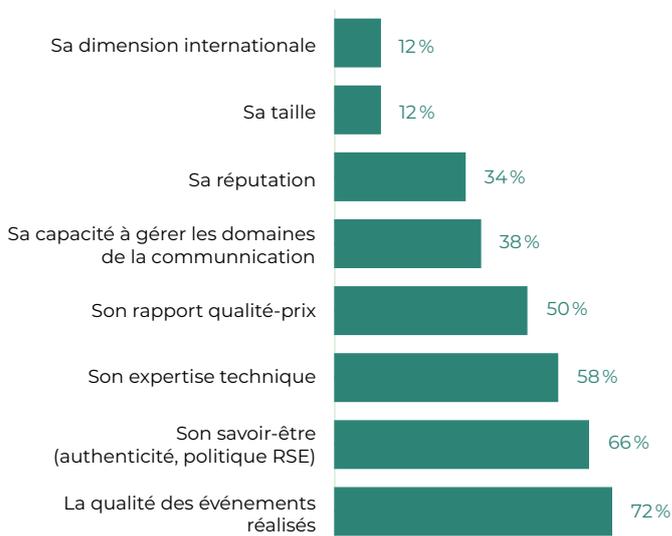


## LES CLIENTS B2B

Les entreprises sont les **principaux clients** des professionnels de l'événementiel. Les entreprises, en quête d'optimiser leur image de marque, considèrent l'événementiel comme un levier essentiel. **66% des entreprises** affirment son importance pour **bâtir leur notoriété**.

Après la pandémie, la confiance des entreprises envers l'événementiel a retrouvé son dynamisme. 65% de professionnels constatent une **hausse des réservations** (dates, lieux, logistique) pour des événements d'entreprise.

### Les critères de choix d'une agence événementielle

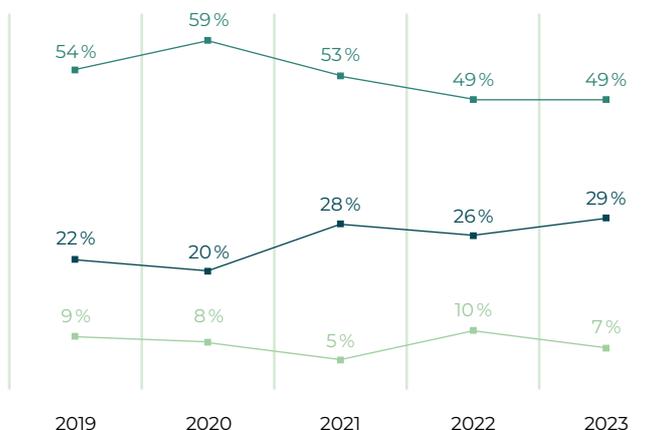


Source : L'ÉVÈNEMENT-Baromètre Clients- Les enjeux 2023 de la communication événementielle, janvier 2023

Ce segment de clientèle recherche une planification d'événements fluide et professionnelle. Leurs critères se basent en priorité sur la **qualité des événements** déjà réalisés par l'organisateur, suivi à 66% de la politique RSE de l'agence. Aujourd'hui, l'engagement écologique est un facteur essentiel de l'image d'un événement.

Le secteur événementiel est souvent considéré comme énergivore. Selon l'ADEME, un **événement de 1000 personnes** génère en moyenne 100 kg de papier, consomme 200 kWh d'énergie et **produit 500 kg de déchets**.

## Évolution du nombre d'événements professionnels



Source : 2023 - Baromètre annuel IFTM x Kactus du MICE

Face aux nouveaux modèles d'organisation, notamment le télétravail, le secteur MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) est plébiscité en tant que **vecteur de collaboration**, de motivation et d'échanges entre les équipes. L'une des grandes tendances post-pandémie est le **retour des séminaires résidentiels**. Ce type d'événement (incluant hébergement, réunions, activités et restauration) est devenu un format prisé, représentant **26% des réservations en 2022**.

### LES CLIENTS B2C

Du côté des particuliers, bien qu'ils représentent une petite part du marché, la demande pour des événements privés reste significative. Les **mariages, anniversaires**, les soirées privées font partie des occasions pour lesquelles ce segment fait appel à des organisateurs d'événements. La demande va être généralement axée sur des **événements personnalisés**, sur mesure et avec une attention particulière portée aux détails créatifs.

# L'analyse des canaux de distribution



Pour un professionnel de l'événementiel, plusieurs canaux de distribution peuvent être exploités efficacement pour toucher différentes cibles.

## RELATION DIRECTE

### ET RÉSEAU PROFESSIONNEL

Le bouche-à-oreille et les recommandations sont des leviers puissants sur ce marché. **Participer à des événements**, des salons professionnels et des **réseaux d'affaires** permet de construire des relations et de se faire connaître auprès de potentiels clients.

Lors de ces événements, il peut être intéressant de créer des **collaborations avec des prestataires locaux** (lieux, traiteurs, animateurs, wedding planners, etc.) pour offrir une solution complète à la clientèle. Ces partenariats sont aussi l'occasion de mutualiser les coûts et d'**élargir la gamme de services proposés**.

## PRÉSENCE EN LIGNE

Un **site internet professionnel** est également un canal privilégié. De nombreux professionnels du secteur ont adopté la stratégie digitale. C'est un bon moyen de **diffuser ses services**, un portfolio de ses événements et des témoignages clients.

Il est également important d'être actif sur les réseaux sociaux, notamment LinkedIn pour toucher les entreprises et Instagram pour les événements privés. Il peut être stratégique de **partager des contenus engageants** (photos d'événements, vidéos, témoignages).

Il existe également des **plateformes de mise en relation**, comme Eventtia ou Privateaser, pouvant également élargir le champ de prospection.

# Les tendances du marché de l'événementiel

## LES GRANDES TENDANCES

Le marché de l'événementiel connaît des transformations qui impactent la manière dont les événements sont conçus et organisés. L'une des principales tendances est l'**essor des événements hybrides**. Par exemple, l'édition 2023 de la Paris Games Week, un événement phare pour les gamers du monde entier, a combiné format physique et virtuel. L'hybridation est d'ailleurs devenue la **préférence majeure des clients d'agences** événementielles, avec 52 % d'entre eux optant pour cette formule en 2023. D'après l'UNIMEV, cette formule permet d'atteindre une audience plus large pour 69 % des organisateurs d'événements digitaux.

Dans un contexte de prise de conscience écologique, la demande pour des **événements écoresponsables** est en forte progression. Aujourd'hui, organiser un événement, même en format hybride, implique de prendre en compte les enjeux environnementaux. De plus en plus de professionnels du secteur cherchent à adopter des pratiques plus durables : **utilisation de matériaux recyclables, réduction des déchets**, recours à des sources d'énergies renouvelables, facilité d'accès en **mode de transport doux**, alimentation bio et locale.

En parallèle, les **technologies immersives** (**intelligence artificielle**, réalité augmentée, **réalité virtuelle**, chatbots) gagnent du terrain dans l'événementiel et transforment l'offre de services. Ces innovations se montrent prometteuses, notamment par exemple pour la **conception de scénographies** et l'optimisation logistique des projets événementiels gérés par les organisateurs.



## LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ

La reprise post-COVID du marché de l'événementiel repose en partie sur le désir des entreprises de revenir à des événements en présentiel. En effet, la clientèle B2B stimule le secteur à travers une **demande variée de séminaires**, conventions et d'événements hybrides. Un segment prometteur pour les professionnels de l'événementiel.

Sur ce marché concurrentiel, il est important de **développer une offre de services globale**. Par exemple, en concevant des événements hybrides qui combinent interactions physiques et expériences virtuelles, ils proposent une certaine flexibilité qui attire les **entreprises soucieuses de leur impact** tout en tenant compte des préférences des participants.

# Conclusion



Le marché de l'événementiel en France occupe une place centrale sur le plan économique. En tant que secteur dynamique, il génère d'importantes retombées financières, avec près de **65 milliards de chiffre d'affaires**. La France, **pays hôte de grands événements internationaux**, souligne l'importance de ce secteur pour son rayonnement à l'échelle mondiale.

Les professionnels de l'événementiel ont subi de plein fouet les conséquences de la pandémie de Covid-19. Malgré les défis liés à la crise sanitaire, le **marché a su se réinventer** et montre des signes encourageants de reprise. Bien que l'événement 100 % digital ait trouvé un public, il n'a pas encore surpassé le **besoin de contacts humains**, ce qui favorise **l'émergence de manifestations hybrides**.

Le secteur est souvent critiqué pour son impact écologique, notamment en raison des déplacements et de la consommation de ressources lors des festivals, séminaires ou encore conférences. De plus en plus d'organiseurs d'événements ont placé la **durabilité environnementale au cœur de leurs préoccupations** en lançant des événements écoresponsables comme We Love Green et en promouvant des marques respectueuses de l'environnement. Cette tendance, déjà bien établie, devrait se renforcer encore davantage dans les années à venir.

Aujourd'hui, les services proposés sur ce marché sont en pleine évolution. Les avancées numériques et **l'utilisation de l'intelligence artificielle** représentent un **tournant majeur dans les tendances événementielles**.

# N'attendez plus

## POUR VOUS LANCER !

Chez Propulse du Crédit Agricole, on a tous la fibre entrepreneuriale et on sait qu'entreprendre n'est pas un long fleuve tranquille! Avec cette étude de marché complète, nous souhaitons vous donner toutes les cartes en main pour lancer votre entreprise.

Vous avez besoin de plus d'accompagnement? Découvrez nos autres solutions :

### Un compte pro 100% en ligne

Tout ce dont vous avez besoin dans la même application, à partir de 8€ HT par mois et un service client en ligne 7j/7.

### Un outil de business plan

Un outil en ligne gratuit pour créer son business plan avec la possibilité de faire appel à un coach pour se faire aider.

### Des Guides gratuits

Plus de 100 Guides et des Études de marché sectorielles pour vous donner toutes les chances de réussir dans votre aventure entrepreneuriale.

### Des milliers d'articles

Plus de 1500 articles pour répondre à toutes les questions que vous vous posez sur l'entrepreneuriat (et à celles que vous ne vous posez pas encore).

### Des événements dans toute la France

Ateliers, webinaires, en physique ou en ligne, rencontrons nous pour partager nos expériences.

### Entreprendre avec Propulse

Un écosystème complet de services pour vous accompagner à chaque étape de votre projet.