

Les centres de congrès sur une courbe descendante !

Le bilan des trois mois d'automne 2015 sur l'activité affaires des centres de congrès est négatif. Le nombre de manifestations est en baisse de 15% tout comme le nombre de participants (-10% par rapport à 2014). Même si le quatrième trimestre 2014 a été exceptionnel grâce à l'organisation d'événements majeurs, 2015 reste néanmoins bien en deçà de 2013. Comme en 2014, les organisateurs de congrès sont pour la très grande majorité français (80%). La part des étrangers dans les centres de congrès est supérieure à la moyenne régionale (20% contre 15%).

Chiffres clés

90 manifestations
67 916 participants

Soit **une moyenne de 755 participants par manifestation**, ce qui est nettement inférieur à l'automne 2014 (+46 participants).

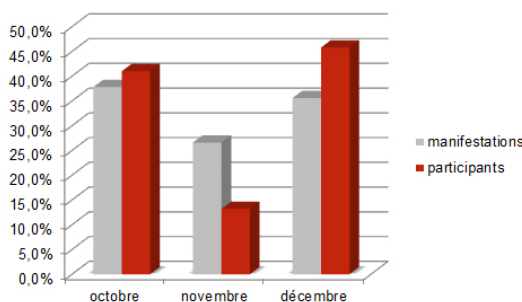
A noter ce trimestre, l'important nombre de manifestations rassemblant plus de 50 personnes (91% du total des manifestations, +5 points / 2014).

Ce trimestre, la durée des manifestations a tendance à s'allonger. Ainsi, **30% des manifestations durent entre 2 et 5 jours** (24,6% en 2014).

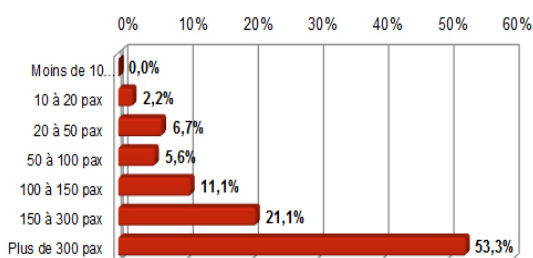


Caractéristiques des manifestations

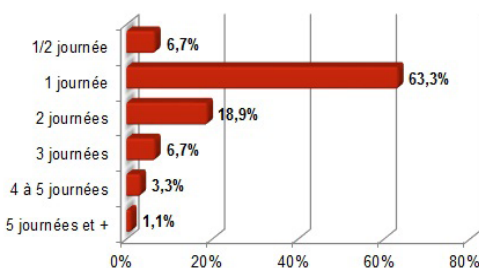
Répartition mensuelle des manifestations et des participants



Répartition des manifestations selon le nombre de participants



Répartition des manifestations selon la durée



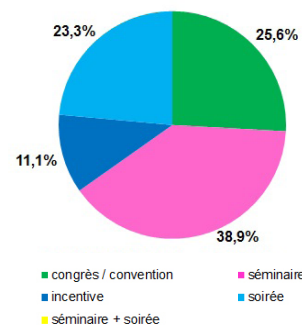
Habités aux très bons scores depuis le début de l'année 2014, **les centres de congrès affichent cette fois un bilan en recul.**

Le nombre de manifestations et de participants n'a jamais été aussi faible pour une saison d'automne dans les centres de congrès. Toutefois, malgré cette baisse, un tiers des participants de la région ont été enregistrés dans les centres de congrès.

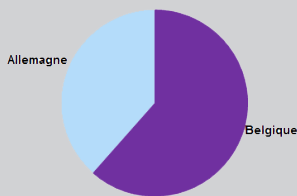
Durant cette période automnale, **la majorité des manifestations a eu lieu en octobre (37,8%)** et la majorité des participants présents en décembre (45,8%).



© Photos : Frédéric Astier



La clientèle étrangère



La clientèle étrangère est représentée par un organisateur sur cinq (20%, stable / 2014).

Belges et Allemands sont les deux seules nationalités étrangères relevées.

Méthodologie

Cette vague d'enquêtes comptabilise les réponses de 4 centres de congrès :

- Lille Grand Palais
- Le Kursaal de Dunkerque
- Le Palais des Congrès du Touquet-Paris Plage
- Artois Expo à Saint-Laurent-Blangy

Contact

Observatoire économique du CRT Nord-Pas de Calais
Fabien Butez
f.butez@crt-nordpasdecalais.fr
03 20 14 57 57

Nord-Pas de Calais Tourisme
Maison du tourisme
3, rue du Palais Rihour
B.P. 60317 - 59026 Lille cédex
Tél. +33(0) 3 20 14 57 57
Fax. +33(0) 3 20 14 57 58
contact@crt-nordpasdecalais.fr



SECOND AXE CONSULTANTS
8 rue Saint-Marc
75002 PARIS
tél : 01 53 40 84 20
www.secondaxe.com

Le profil des organisateurs

Origine des organisateurs

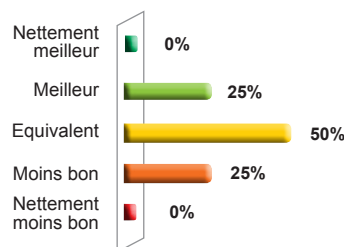
	2015	2014
Nord-Pas de Calais	59,6%	65,8%
Île-de-France	15,0%	9,4%
Nord de la France	2,4%	2,2%
Autre France	3,0%	2,6%
Belgique	10,0%	6,6%
Grande-Bretagne	10,0%	13,4%
Total	100%	100%

*Picardie, Normandie, Champagne-Ardenne

Statut des organisateurs

	2015	2014
Entreprises privées	58,5%	40,5%
Agences/Intermédiaires	2,8%	26,8%
Associations	32,6%	13,2%
Collectivités	6,1%	19,5%
Total	100%	100%

Sentiment sur le niveau d'activité



L'activité est plutôt jugée identique à celle de la même période en 2014.

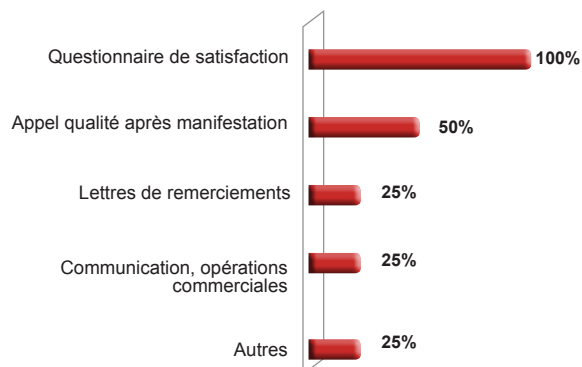
Dans les centres de congrès, **les organisateurs du Nord-Pas de Calais sont majoritaires**. Ils sont globalement moins nombreux qu'en 2014 (-6,2 points). Par contre, ceux venus d'Île-de-France ont fortement augmenté (+5,6 points).

Comme en 2014, la proportion clientèle française /clientèle étrangère est de 80 / 20.

Avec une hausse de 18 points, les entreprises privées représentent plus que jamais l'essentiel du marché. Les associations sont en hausse de 19 points et les agences événementielles en chute de 24 points. Tendance nationale en cette fin d'année : les entreprises ou associations contactent de plus en plus directement les structures pour l'organisation de leurs événements, réduisant ainsi le coût d'organisation.



Un suivi commercial professionnel



Une fois les manifestations terminées, trois centres de congrès sur quatre assurent systématiquement un suivi.

Multiplier et diversifier les actions de suivi commercial permet de fidéliser la clientèle dans un marché très concurrentiel. Cela permet également d'évaluer la prestation proposée aux clients.