



Les entreprises du secteur des foires et salons : une vive croissance et des marges élevées

En 2016, le secteur des foires et salons dégage 4,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Entre 2006 et 2016, ce dernier progresse en moyenne de 4,7 % en valeur par an, malgré une baisse en 2009. Les clients du secteur sont essentiellement des entreprises et un quart du chiffre d'affaires est réalisé avec des clients étrangers. Le taux de marge moyen est nettement supérieur à celui de l'ensemble des services aux entreprises. Il atteint 30 %, variant peu par rapport à 2006. Près de la moitié de cette marge est investie. Le secteur emploie 14 700 salariés en équivalent temps plein (ETP). Les permanents sont très qualifiés : 45 % sont cadres ou professions intermédiaires (en ETP). Le secteur mobilise également de nombreux salariés en contrat de courte durée lors de la tenue des manifestations.

Philippe Gallot, division Services, Insee

En 2016, le secteur des foires et salons (*définitions*) compte 7 800 unités légales (*définitions*) et dégage un chiffre d'affaires de 4,3 milliards d'euros. À titre de comparaison, le chiffre d'affaires du secteur de la régie publicitaire de médias s'élève à 8,1 milliards d'euros. Dans ce secteur concurrent, l'activité porte sur la vente et la revente d'espaces publicitaires pour compte de tiers.

L'activité des foires et salons est destinée aux professionnels et/ou au grand public. Elle a en particulier pour but de contribuer au développement des entreprises ainsi qu'à la diffusion des connaissances scientifiques et techniques. Par ailleurs, elle bénéficie à d'autres secteurs tels que l'hébergement, la restauration et les transports. L'organisation de salons (professionnels ou grand public) et de foires représente 52 % des recettes du secteur et l'organisation de congrès et de séminaires 29 % (*figure 1*). Les autres recettes sont principalement issues de l'exploitation de parcs d'exposition et de centres de congrès ainsi que d'activités connexes à l'organisation d'événements.

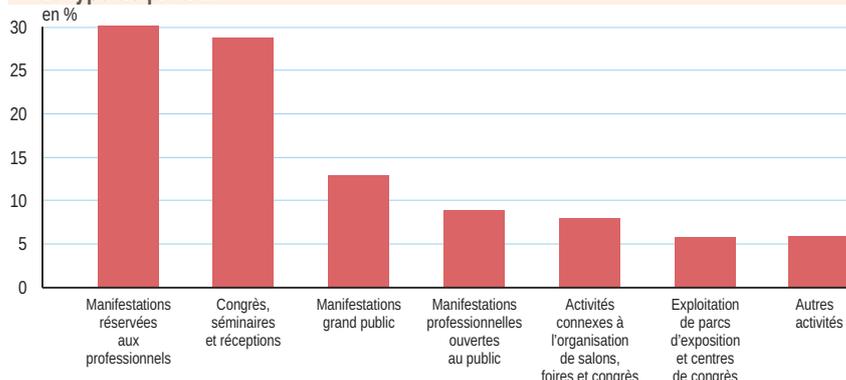
Les clients du secteur sont essentiellement des entreprises (86 % du chiffre d'affaires ; *définitions*). Dans l'organisation de

foires et de salons, la location d'espace aux exposants constitue la principale source de recettes (77 %), loin devant les droits d'entrée payés par les visiteurs (12 %). La part du chiffre d'affaires réalisée avec des unités légales du même groupe est faible (9 % contre 21 % dans l'ensemble des services aux entreprises ; *définitions*). Cela tient en grande partie à la forte spécialisation des entreprises du secteur.

En 2016, 23 % du chiffre d'affaires est réalisé avec des clients étrangers (14 % dans l'ensemble des services aux entreprises). En particulier, la part des exposants étrangers dans les salons professionnels est de 44 % et celle des visiteurs étrangers de 30 % (source Unimev).

Les unités légales du secteur recourent plus fréquemment à la sous-traitance que dans l'ensemble des services aux entreprises

1 Répartition du chiffre d'affaires du secteur des foires et salons en 2016 selon le type de produit en %



Lecture : l'organisation de manifestations réservées aux professionnels représente 30 % du chiffre d'affaires des unités légales du secteur des foires et salons.

Champ : unités légales du secteur des foires et salons (groupe 82.3 de la NAF rév. 2).

Source : Insee, *Ésane*.

(33 % du chiffre d'affaires contre 18 %). Celles appartenant à des petites et moyennes entreprises (PME) du secteur y recourent le plus (38 % de leur chiffre d'affaires).

Fort dynamisme de l'activité

Entre 2006 et 2016, le chiffre d'affaires du secteur progresse fortement en valeur (+ 4,7 % en moyenne annuelle ; *figure 2*) malgré une baisse en 2009 (- 5,5 %). Le budget de communication des entreprises, notamment celui des foires et salons, est en effet sensible à la conjoncture économique. La hausse du chiffre d'affaires est nettement plus marquée que dans l'ensemble des services aux entreprises (+ 2,6 % en rythme annuel). L'écart est encore plus prononcé avec l'ensemble des secteurs jouant un rôle dans la communication des entreprises (+ 1,4 % ; *définitions*). Ainsi, le poids du secteur au sein de cet ensemble s'accroît de 2 points pour atteindre 9 % en 2016. En effet, si l'activité des portails internet progresse fortement au cours de la période (+ 17,4 % en moyenne par an), à l'opposé, celle des agences de publicité est relativement atone tandis que celle des régies publicitaires baisse.

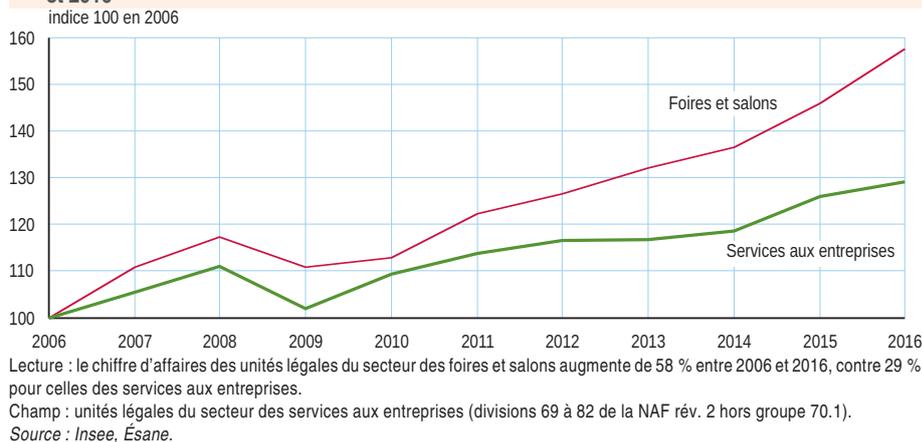
La forte hausse du nombre d'unités légales contribue de façon significative à la progression de l'activité. Elle résulte de la vigueur des créations pures ainsi que de l'évolution de l'activité d'unités légales déjà existantes vers l'organisation de foires et salons. Ces dernières proviennent notamment des secteurs des activités créatives, artistiques et de spectacle, de la publicité et des agences de voyage et voyagistes. Le chiffre d'affaires global du secteur s'accroît ainsi plus rapidement que celui de ses seules unités présentes en 2006 et 2016 (+ 3,5 % en moyenne annuelle pour ces dernières).

Parmi les unités légales présentes dans le secteur en 2006 et 2016, celles qui appartenaient en 2006 à des entreprises de taille intermédiaire (ETI) ou des grandes entreprises sont les plus dynamiques (+ 4,0 % en moyenne annuelle pour le chiffre d'affaires). De même, celles qui appartenaient en 2006 à des groupes français croissent plus rapidement que celles qui appartenaient à des groupes étrangers ou étaient indépendantes. Leur chiffre d'affaires progresse de 5,4 % en rythme annuel (+ 1,4 % pour celles appartenant en 2006 à des groupes étrangers et + 3,0 % pour les unités indépendantes en 2006). En 2016, il représente 41 % du chiffre d'affaires des unités pérennes du secteur.

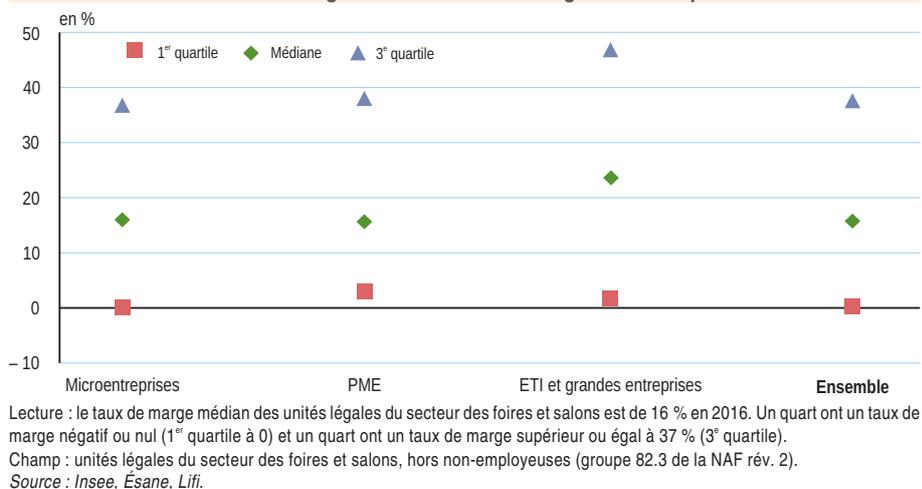
Vigueur de l'activité des congrès et des séminaires

L'activité des congrès et des séminaires ainsi que celle des salons professionnels sont particulièrement dynamiques. La part des congrès et séminaires dans le chiffre d'affaires du secteur s'accroît tandis que celle des salons

2 Chiffre d'affaires du secteur des foires et salons et des services aux entreprises entre 2006 et 2016



3 Distribution des taux de marge en 2016 selon la catégorie d'entreprise



professionnels se maintient. Les congrès et séminaires jouent un rôle important pour les entreprises en matière de formation et de partage de l'information. En 2016, la moitié des congrès ont pour thème la santé (source Unimev). La vigueur de l'activité des salons professionnels est liée à la place centrale qu'ils jouent dans la gestion de la relation-client. Ils permettent aux entreprises de mieux cerner les attentes de la clientèle, de promouvoir leurs produits et de générer d'importantes retombées économiques.

La part des foires et des salons mixtes ou grand public dans le chiffre d'affaires du secteur diminue légèrement. Les évolutions y sont contrastées. L'activité des salons destinés aux passionnés (équitation, automobiles anciennes, mangas...) est soutenue. À l'opposé, la fréquentation des foires généralistes est peu dynamique. Les prix du secteur augmentent de façon modérée (+ 1,4 % en rythme annuel) au cours de la période. La forte hausse du chiffre d'affaires en valeur résulte ainsi principalement de celle du volume d'activité.

Le taux de marge moyen du secteur se maintient à un niveau élevé

Le taux de marge moyen (*définitions*) du secteur est nettement supérieur à celui de

l'ensemble des services aux entreprises (30 % de la valeur ajoutée en 2016 contre 21 %). Il est plus élevé pour les ETI et les grandes entreprises (39 %) que pour les PME (26 %) et les microentreprises (19 %). Ces écarts sont dus à des spécialisations différentes. Les ETI et les grandes entreprises réalisent une part plus élevée de leur chiffre d'affaires dans l'organisation de salons professionnels. À l'opposé, les microentreprises organisent plus fréquemment des congrès et des séminaires.

Un quart des unités légales du secteur ont un taux de marge supérieur ou égal à 37 % tandis qu'un autre quart ont un taux de marge négatif ou nul (*figure 3*). La dispersion des taux de marge est forte quelle que soit la catégorie d'entreprise. Elle est la plus grande au sein des ETI et des grandes entreprises (écart de 44 points entre le premier et le troisième quartiles).

Par rapport à 2006, le taux de marge moyen diminue faiblement (32 % en 2006). Entre 2006 et 2016, les frais de personnel (salaires, traitements et charges sociales) progressent en effet légèrement plus rapidement que la valeur ajoutée (+ 5,0 % par an en moyenne contre + 4,6 %).

De même que le taux de marge, la rentabilité économique (*définitions*) du secteur est élevée (23 % contre 17 % dans l'ensemble des services aux entreprises) et plus forte pour les ETI et les grandes entreprises.

Forte hausse des immobilisations

L'intensité capitalistique moyenne du secteur (*définitions*) atteint 86 000 euros en 2016 par emploi équivalent temps plein, contre 76 000 euros dans les services aux entreprises. Elle est plus forte pour les unités légales qui organisent des salons professionnels ouverts au public, des foires et exploitent des parcs d'exposition et des centres de congrès et plus faible pour celles qui organisent des congrès et des séminaires.

Les immobilisations corporelles et incorporelles du secteur sont de 2,3 milliards d'euros en 2016 (1,3 milliard pour les immobilisations corporelles et 1,0 milliard pour les immobilisations incorporelles). Les constructions représentent 29 % des immobilisations corporelles, les installations techniques 25 %, les installations générales 20 % et les autres immobilisations corporelles 26 %. Les immobilisations incorporelles se composent principalement de fonds commerciaux. Les unités légales appartenant à des ETI ou des grandes entreprises détiennent 74 % des immobilisations incorporelles du secteur alors qu'elles ne représentent que 44 % de sa valeur ajoutée.

Le montant des immobilisations corporelles et incorporelles augmente fortement entre 2006 et 2016 : + 5,8 % en moyenne annuelle, soit + 4,6 % pour les premières et + 7,5 % pour les secondes. En effet, l'investissement corporel brut hors apports est vigoureux ; sa progression est comparable à celle de la valeur ajoutée (+ 4,6 % par an en moyenne).

Le taux d'investissement (*définitions*) du secteur est proche de son niveau de 2006. Il s'établit à 13 % en 2016, soit un niveau inférieur à celui de l'ensemble des services aux entreprises (16 %). Il est toutefois nettement supérieur à celui de l'ensemble des services aux entreprises hors activités de location et location-bail (6 %). Le secteur de la location et de la location-bail est en effet atypique (taux d'investissement de 111 % en 2016), son modèle économique reposant sur des investissements élevés, notamment dans les machines, les biens d'équipement et les véhicules automobiles.

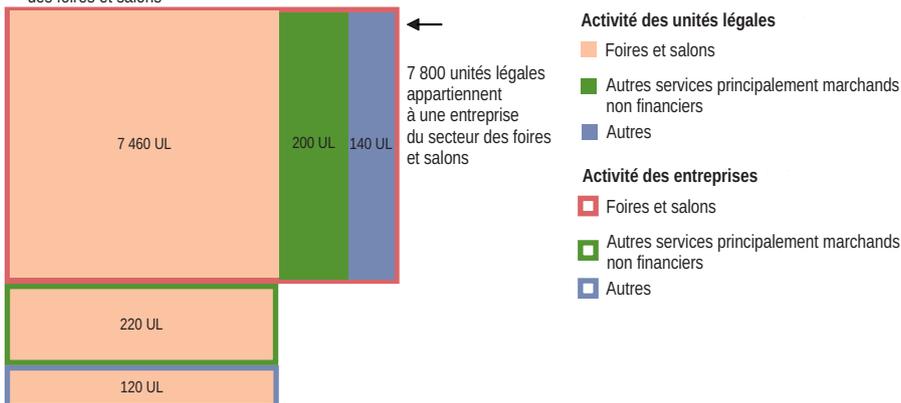
Un secteur modérément concentré

La concentration du secteur est légèrement inférieure à celle de l'ensemble des services aux entreprises : 1 % des unités légales génèrent 52 % du chiffre d'affaires (contre 62 % dans l'ensemble des services aux entreprises).

Les unités légales du secteur détenues par des ETI et par des PME réalisent l'essentiel du chiffre d'affaires (respectivement 37 % et 36 %). Le poids des unités légales appartenant à des grandes entreprises est marginal (2 % du chiffre d'affaires).

4 Unités légales appartenant au secteur des foires et salons et unités légales appartenant à une entreprise de ce secteur en 2016

↓ 7 800 unités légales (UL) du secteur des foires et salons



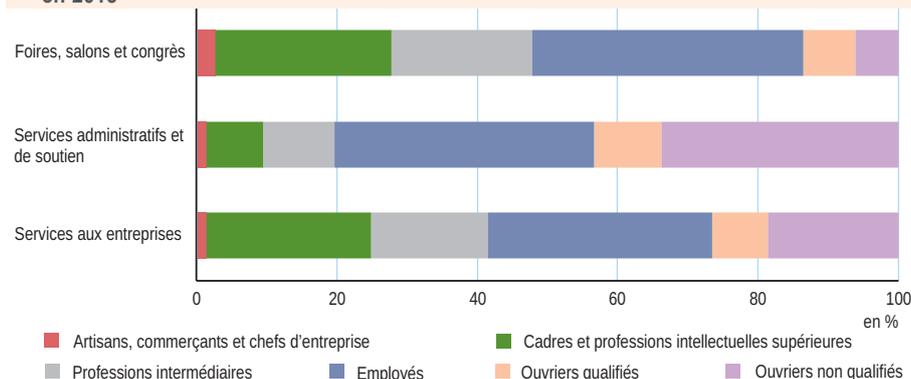
Note : le fait que le nombre d'unités légales appartenant au secteur des foires et salons soit égal au nombre d'unités légales appartenant à une entreprise de ce secteur est une coïncidence.

Lecture : 7 800 unités légales appartiennent au secteur des foires et salons en 2016. Parmi celles-ci, 7 460 appartiennent à une entreprise du secteur, 220 à une entreprise des autres services principalement marchands non financiers et 120 à une entreprise d'un autre secteur.

Champ : unités légales appartenant au secteur des foires et salons et unités légales appartenant à une entreprise de ce secteur.

Source : Insee, É sane, Lifi.

5 Répartition de l'emploi salarié en ETP selon la profession et la catégorie socioprofessionnelle en 2015



Lecture : les employés représentent 39 % des salariés du secteur des foires et salons en équivalent temps plein en 2015.

Champ : salariés du secteur des services aux entreprises (divisions 69 à 82 de la NAF rév. 2 hors groupe 70.1).

Source : Insee, DADS.

Parmi les principales unités légales du secteur figurent notamment les sociétés Reed Expositions France (Livre Paris, Fiac), GL events Exhibitions (Kidexpo Paris) et Comexposium (Foire de Paris, Salon international de l'agriculture).

Les entreprises sont spécialisées

À la différence de l'unité légale, entité juridique, l'entreprise est une entité économique. Elle correspond à un ensemble d'unités légales jouissant d'une certaine autonomie de décision. Ce concept permet notamment de mieux tenir compte des stratégies d'organisation des acteurs économiques, en particulier sous forme de groupes de sociétés.

Les entreprises du secteur des foires et salons sont spécialisées. Elles se composent essentiellement d'unités légales du secteur (7 460 sur un total de 7 800 ; *figure 4*). Leurs autres unités légales ont des activités connexes, comme la vente directe de voyages organisés, l'installation de décors ou la location de stands et de salles.

Par ailleurs, les unités légales des foires et salons qui n'appartiennent pas à des entreprises du secteur sont en nombre restreint (340). Elles appartiennent principalement à des entreprises des secteurs des agences de voyage et voyagistes, de la publicité, des télécommunications et de l'édition.

Forte proportion de cadres et de professions intermédiaires en ETP

En 2016, le secteur emploie 14 700 salariés en équivalent temps plein (ETP). Cet effectif s'accroît de 4,8 % en moyenne annuelle par rapport à 2009, qui est un point bas pour l'activité. Cette hausse est comparable à celle de la valeur ajoutée (+ 4,9 %).

La part des cadres et des professions intermédiaires dans le secteur est plus forte que dans l'ensemble des services aux entreprises (respectivement 25 % et 20 % dans les foires et salons contre 23 % et 17 % dans l'ensemble des services aux entreprises en 2015) et, en

particulier, nettement plus que dans les services administratifs et de soutien (respectivement 8 % et 10 % ; *figure 5*). Les cadres travaillant dans le secteur des foires et salons sont pour une large part des cadres commerciaux, des cadres de services administratifs ou des cadres des relations publiques et de la communication.

Les salariés du secteur sont plus souvent des femmes que dans l'ensemble des services aux entreprises (56 % contre 48 %). De plus, ils sont en moyenne plus jeunes. Seuls 19 % d'entre eux ont plus de 50 ans (25 % dans l'ensemble des services aux entreprises). Le recours au temps partiel est moins fréquent (8 % contre 18 %).

En nombre, l'effectif salarié du secteur en emploi à durée limitée est supérieur à celui en contrat à durée indéterminée (56 % contre 44 %). En effet, les contrats de courte durée (*définitions*) sont fréquents lors du déroulement des événements. Dans près de deux tiers des cas, ces contrats concernent des femmes. Ces dernières ont principalement des postes d'agent d'accueil. Les hommes interviennent plus fréquemment dans la restauration, la sécurité et la manutention. Le recours au contrat de courte durée d'usage est autorisé dans le secteur par le biais de la convention collective (IDCC 2098).

Le salaire horaire moyen atteint 20 euros en 2015, contre 15 euros dans l'ensemble des services aux entreprises, du fait notamment de la part des cadres et des professions intermédiaires.

La France se situe au deuxième rang au sein de l'Union européenne

Au sein de l'Union européenne, le chiffre d'affaires du secteur s'élève à 24,9 milliards d'euros en 2016. La France se situe en deuxième position (17 %) derrière l'Allemagne (33 %), mais devant l'Italie (11 %), le Royaume-Uni (10 %) et l'Espagne (7 %).

La valeur ajoutée rapportée au nombre de salariés en équivalent temps plein y est plus élevée que dans les autres pays de l'Union européenne. Elle atteint en moyenne 90 milliers d'euros, contre notamment 79 milliers d'euros en Allemagne et 80 milliers d'euros au Royaume-Uni. ■

Sources

Les sources mobilisées pour cette étude sont :

- le dispositif d'élaboration des statistiques annuelles d'entreprises (**Ésane**) et celui sur les liaisons financières (**Lifi**) gérés par l'Insee ;
- les déclarations annuelles de données sociales (**DADS**) ;
- les indices des prix de production des services ;
- les statistiques structurelles sur les entreprises (SSE) d'**Eurostat** sur le secteur des foires et salons ;
- les données de l'Union française des métiers de l'événement (**Unimev**).

Définitions

Les **foires et salons** (sous-classe 82.30Z dans la nomenclature NAF rév. 2) recouvrent l'organisation, la promotion et la gestion d'événements tels que des salons et foires commerciales, des congrès et des séminaires. Cette activité comprend également l'organisation de brocantes. Ne sont pas compris dans cette activité l'organisation de foires et salons de nature récréative (93.29Z), la location et l'exploitation de centres de conférences et de lieux d'exposition (68.20B) et l'aménagement de stands (43.32C).

Les **services aux entreprises** regroupent les activités correspondant aux divisions 69 à 82 de la NAF rév. 2. Les données relatives à cet ensemble sont calculées dans cette étude hors activités des sièges sociaux (groupe 70.1 de la NAF rév. 2).

Dans cette étude, les **secteurs jouant un rôle dans la communication** regroupent les activités des agences de publicité (73.11Z), la régie publicitaire de médias (73.12Z), le conseil en relations publiques et communication (70.21Z), l'organisation de foires, salons professionnels et congrès (82.30Z), la production de films institutionnels et publicitaires (59.11B), les activités de centres d'appels (82.20Z), l'édition de répertoires et de fichiers d'adresses (58.12Z), les portails internet (63.12Z), les études de marché et sondages (73.20Z) et le traitement de données,

leur hébergement et les activités connexes (63.11Z).

L'**unité légale** est définie comme une entité juridique (personne morale ou physique) de droit public ou privé. Elle est obligatoirement déclarée aux administrations compétentes (greffes des tribunaux, Sécurité sociale, Direction générale des impôts...) et elle représente l'unité principale enregistrée dans Sirene. Elle ne doit pas être confondue avec la notion d'entreprise au sens de la loi de modernisation de l'économie de 2008, unité statistique dont le contour est plus large et qui constitue une entité économique autonome.

Dans le décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008, l'**entreprise** est la plus petite combinaison d'unités légales constituant une unité organisationnelle de production et jouissant d'une certaine autonomie de décision. Elle se décline en **catégories d'entreprise** selon l'effectif, le chiffre d'affaires et le total de bilan : les microentreprises, les petites et moyennes entreprises (PME), hors microentreprises dans cette étude), les entreprises de taille intermédiaire (ETI) et les grandes entreprises (GE).

Le **taux de marge** est le rapport de l'excédent brut d'exploitation sur la valeur ajoutée.

Le **taux d'investissement** est le rapport des investissements corporels bruts hors apports sur la valeur ajoutée.

L'**intensité capitalistique** est le rapport des immobilisations corporelles brutes sur l'effectif salarié en équivalent temps plein.

La **rentabilité économique** est le rapport de l'excédent brut d'exploitation sur la somme des immobilisations corporelles et incorporelles et du besoin en fonds de roulement.

Les **contrats de courte durée** désignent, dans cette étude, les contrats à durée déterminée, les contrats d'apprentissage, les contrats aidés, le travail occasionnel et le travail à l'acte. Ils ne comprennent pas les contrats de travail temporaire.

Pour en savoir plus

- Bilan chiffré 2016 de la filière des métiers de l'événement, Union française des métiers de l'événement, juillet 2017.

Direction Générale :
88 avenue Verdier
92541 Montrouge Cedex
Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavernier
Rédacteur en chef :
A. Goin
Rédacteurs :
J.-B. Champion, C. Collin, P. Glénat
C. Lesdos-Cauhapé, V. Quénechdu
Maquette : B. Rols
Impression : Jouve
Code Sage IP191742
ISSN 0997 - 3192 (papier) /
ISSN 0997 - 6252 (web)

- **Insee Première** figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee :

<https://www.insee.fr/fr/statistiques?collection=116>

- Pour recevoir par courriel les avis de parution (50 numéros par an) :

<https://www.insee.fr/fr/information/1405555>

Pour vous abonner à **Insee Première** et le recevoir par courrier :

<https://www.insee.fr/fr/information/2537715>

