

# ANALYSE DU POIDS DE LA FILIÈRE MICE

## PHASE 1

Décembre 2020 – Février 2021



<b>Préalable</b>	<b>3</b>	<b>1.2 Grandes tendances du marché des MICE en France</b>	<b>54</b>
<b>Données de cadrage régionales</b>	<b>4</b>	Principales caractéristiques des destinations de congrès	55
Accessibilité	5	Les centres de congrès & parcs des expositions	56
Données démographiques	6	Grandes tendances de la demande MICE	62
Données économiques	7	<b>Les essentiels</b>	<b>69</b>
Zoom sur la métropole de Nantes	9	<b>1.3 Comparaison avec d'autres destinations</b>	<b>70</b>
Le tourisme	10	Bourgogne Franche-Comté	71
L'offre hôtelière	11	Bretagne	79
La demande hôtelière	12	Synthèse Benchmark	89
Carte d'identité hôtelière des métropoles et agglomérations	13	<b>Les essentiels</b>	<b>92</b>
<b>Les essentiels</b>	<b>15</b>	<b>1.4 synthèse du diagnostic</b>	<b>93</b>
<b>PHASE 1 : État des lieux marché MICE</b>	<b>16</b>	Physionomie du marché MICE	94
<b>1.1 Diagnostic de l'offre MICE des Pays de la Loire</b>	<b>17</b>		
Présentation de l'offre	18		
Typologie des sites réceptifs	19		
Répartition géographique	24		
Caractéristiques de l'offre	32		
<b>Les essentiels</b>	<b>36</b>		
<b>Principaux acteurs MICE des Pays de la Loire</b>	<b>37</b>		
Les Comités départementaux du tourisme	38		
Zoom sur la métropole nantaise	39		
Zoom sur l'agglomération d'Angers	43		
Zoom sur l'agglomération du Mans	46		
Zoom sur l'agglomération de Laval	48		
Zoom sur La Baule	49		
Zoom sur la Vendée	50		
Les agences & l'association Ouest Congrès	52		
<b>Les essentiels</b>	<b>53</b>		

La SPR – Société Publique Régionale Pays de la Loire qui fait partie de l'agence économique des Pays de la Loire, Solutions&co, a souhaité faire réaliser une étude sur le poids économique de la filière tourisme d'affaires / MICE à l'échelle régionale, qui puisse permettre d'ajuster ses actions. Cette étude porte sur la réalisation d'un état des lieux et d'une mise en perspective de la filière, dans un premier temps, et sur l'administration d'une enquête auprès des acteurs régionaux de la filière, dans un second temps.

Coach Omnium, cabinet d'études marketing et économiques, spécialisé dans le tourisme d'affaires, a été sollicité pour la réalisation de cette mission.

**Coach Omnium**, créée en 1991 et basée à Paris, à Nice et en région lyonnaise, est une société totalement indépendante, spécialisée dans les études marketing et économiques pour le tourisme d'affaires / MICE, le tourisme de loisirs, l'hôtellerie, les spas, les casinos et la restauration hôtelière.

Elle est animée par deux associés, par des consultants permanents et chargés d'études, et fait appel à des spécialistes réguliers (sociologues, analystes financiers, experts en ingénierie, consultant en immobilier hôtelier, etc.).

Coach Omnium est également expert auprès de la Caisse des Dépôts, dans le cadre des projets d'investissements pour lesquels elle est sollicitée en hôtellerie, résidences de tourisme, parcs d'expositions et palais des congrès.

[www.coachomnium.com](http://www.coachomnium.com)

## AVERTISSEMENT :

L'ensemble du contenu de cette étude prospective ou de faisabilité n'engage Coach Omnium que dans ses obligations de moyens. Coach Omnium ne saurait être tenu pour responsable de l'avenir du projet étudié, ni des changements éventuels des conditions d'exercice ou de marché, ni des choix stratégiques ou opérationnels de son client commanditaire, ni d'éléments qu'il ne pouvait connaître au moment de la réalisation de l'étude.

Les résultats de cette présente intervention correspondent à une situation donnée au moment où l'étude a été réalisée par Coach Omnium. Ce dossier appartient exclusivement à Coach Omnium et à ses ayants droit selon la Loi N°57-298 du 11 mars 1957 sur la propriété littéraire, commerciale, industrielle et artistique (Journal officiel du 14 mars 1957 et rectificatif du journal officiel du 19 avril 1957). Il ne peut servir qu'à l'usage pour lequel il a été expressément prévu et ne peut être cédé, revendu ou remis même gratuitement à un tiers sans l'autorisation préalable de Coach Omnium.

**MICE** **Coach Omnium** connaît particulièrement bien le marché du tourisme d'affaires de groupe appelé également « MICE » (Meetings, Incentive, Conventions, Events). Le cabinet réalise toute l'année des études sur cette filière depuis sa création, il y a 30 ans. Le tourisme d'affaires représente aujourd'hui près de 40 % de ses interventions d'études et de conseil pour des investisseurs, des hôteliers, des groupes hôteliers, des collectivités (Régions, Départements, CRT, CDT, CCI, Communes, Stations de montagne), ainsi que des centres de congrès ou de conférences.



**DONNÉES DE  
CADRAGE  
RÉGIONALES**

### ACCESSIBILITÉ AUTOROUTIÈRE

- **Six autoroutes** desservent la région Pays de la Loire :
  - l'**A11** qui traverse la région reliant Nantes à Paris en passant par Angers et Le Mans,
  - l'**A87** (Angers – la Roche-surYon),
  - l'**A83** qui relie Nantes à l'A10,
  - l'**A85** qui rejoint l'A11 au Nord Est d'Angers à l'A71 au Nord de Vierzon,
  - l'**A81** entre Laval et Le Mans,
  - l'**A28** entre Alençon et Tours via Le Mans.

### ACCESSIBILITÉ FERROVIAIRE

- La région compte plus de 130 gares ou haltes SNCF.
- Si **7 gares sont desservies par le TGV** en Loire-Atlantique, c'est seulement le cas de 2 gares sur les autres départements et même 1 seule en Mayenne (Laval).
- Les principales gares TGV sont celles de :
  1. **Nantes** (7<sup>ème</sup> gare française hors région Ile-de-France) avec 11,8 millions de voyageurs en 2018 et une vingtaine d'aller-retour quotidiens entre Nantes et Paris,
  2. **Angers** (5,3 M de voyageurs), plus d'une quinzaine d'aller-retours quotidien vers Paris,
  3. **Le Mans** (4,9 M de voyageurs), plus d'une quinzaine d'aller-retours quotidien vers Paris en moins d'1 heure.
- Le réseau TER Pays de la Loire, Aléop en TER depuis 2019, représente 420 circulations de train par jour en pleine semaine et 28 lignes régulières.

### ACCESSIBILITÉ AÉROPORTUAIRE

- Le seul aéroport assurant des vols commerciaux réguliers sur la région est l'**aéroport international de Nantes**. Il dessert de nombreuses destinations en France, en Europe, en Afrique, au Proche-Orient, au Canada. 24 compagnies aériennes y opèrent. C'est le 7<sup>ème</sup> aéroport français (hors aéroports franciliens) en termes de trafic avec 7,2 millions de passagers transportés en 2019, soit une croissance de 172 % en 10 ans. Néanmoins, aucune rénovation ni agrandissement n'ont été entrepris durant ces dernières années et l'aéroport a fait l'objet en 2019 d'une concertation sur son réaménagement.



### ACCESSIBILITÉ MARITIME

- **Nantes-Saint-Nazaire est le premier port** de la façade atlantique française (en millions de tonnes de trafic) et le 4<sup>ème</sup> port maritime. Son activité est commerciale et industrielle, mais aussi touristique avec 12 escales de paquebots et près de 10 000 passagers.
- Les autres ports du littoral régional sont des ports de pêche et de plaisance dont pour les plus grands Pornic (900 places) et les Sables d'Olonne (1 400 places).





### CARACTÉRISTIQUES DU TISSU ÉCONOMIQUE

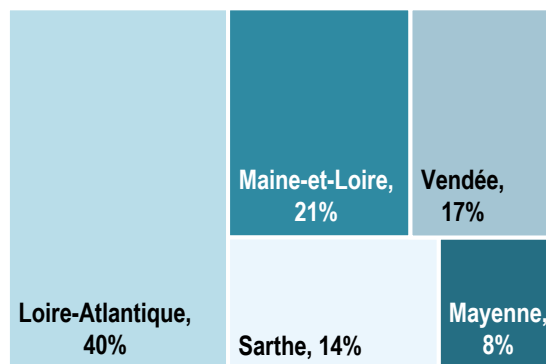
- Si l'économie s'est tertiaisée comme sur l'ensemble du territoire national, la région Pays de la Loire est **une terre industrielle** (2<sup>ème</sup> rang des régions françaises pour sa part d'emploi industriel derrière la Bourgogne Franche-Comté) portée notamment par l'agroalimentaire, mais aussi un tissu diversifié (cf. page suivante).
- **L'agriculture** – bien qu'en net recul (- 30 % d'effectif en 20 ans) – **se distingue** (5<sup>ème</sup> rang régional français pour sa part d'emploi agricole et 10 % du CA national). L'élevage est la première filière ligérienne (58 % de la valeur des biens agricoles produits).
- **L'économie reste majoritairement tertiaire** (près de 80 % des emplois). Les services notamment totalisent 6 emplois sur 10 parmi lesquels les activités de services administratifs et de soutien, les activités financières et d'assurance, l'information et la communication. Nantes compte parmi les premières places financières bancaires de France et Le Mans s'est spécialisée dans les assurances.

### R&D

- 10 pôles de compétitivité, regroupés surtout autour des agglomérations de Nantes et d'Angers, dont trois à vocation mondiale : Mer Bretagne Atlantique, Images & Réseaux et Végépolys.
- 14 780 emplois (ETP) => 8<sup>ème</sup> région française.
- 1 413 M d'€ de dépenses intérieures, soit 1,3 % du PIB => 11<sup>ème</sup> rang national.

### Répartition des emplois régionaux par département

(Source : Insee 2017)



Source Insee

Pays de la Loire

France métropolitaine

### Établissements (données 2017)

	Pays de la Loire	France métropolitaine
Étbl. Actifs	113 846	2 172 233
Dont étbl. > 50 salariés	4 928 4,3 %	79 670 3,7 %
Création entreprises 2019	38 154 dont 25 % dans le commerce	909 488 dont 30 % dans le commerce

### Emplois (données 2017)

	Pays de la Loire	France métropolitaine
Emploi total	1 528 918	26 417 866
dont agriculture	4 %	2,6 %
dont industrie	16 %	12,1 %
dont construction	7,1 %	6,4 %
dont commerce	43,1 %	46,6 %
dont service public	29,7 %	32,3 %
Emploi salarié	1 336 494 (87,4 %)	22 920 992 (86,8 %)
Taux d'activité	57,5 %	57,2 %
Taux de chômage (2T-2020)	6,6 %	7 %

### Niveau de vie (données 2017)

	Pays de la Loire	France métropolitaine
Médiane du revenu disponible	20 980 €	21 110 €
Taux de pauvreté	10,8 %	14,1 %
Salaire net horaire moy.	13,3 €	14,9 €

### SECTEURS INDUSTRIELS CLÉS :

#### Agroalimentaire

1<sup>ère</sup> industrie de la région, elle totalise 48 000 salariés, soit 22,5 % des emplois industriels. Les Pays de la Loire se placent au 2<sup>o</sup> rang des régions françaises en termes d'emplois et au 3<sup>o</sup> rang pour le chiffre d'affaires. Les premières filières reflètent les spécificités agricoles du territoire : la viande, le lait, la boulangerie industrielle (3/4 de l'activité agroalimentaire régionale). Une cinquantaine d'unités comptent plus de 250 salariés.

#### Principaux établissements :

Charal, Socopa, Fleury Michon, Sodebo, Tipiak, la Toque d'Angevaine, Pasquier, Bridor, La Boulangère, ... Bel, Lactalis, Savencia représentent les 2/3 des effectifs salariés régionaux

#### Métallurgie

2<sup>ème</sup> filière industrielle des Pays de la Loire avec plus de 32 000 emplois, soit 13 % de l'emploi industriel régional. On y retrouve notamment des activités de mécanique industrielle, de fabrication de structures métalliques et de portes et fenêtres en métal (1<sup>er</sup> rang français en nombre de salariés).

#### Principaux établissements :

Bouy, Hagland, MK Automotive, Cougnaud Construction, Akena, Alurideau, Groupe Liebot, Saunier Duval, Arconic Fixations, ...

#### Matériel de transports

La filière totalise près de 28 000 emplois, soit 11 % de l'emploi industriel régional via l'automobile, l'aéronautique, les bateaux de plaisance (1<sup>o</sup> rang national), les navires (1<sup>o</sup> rang national), les carrosseries et les remorques (2<sup>o</sup> rang national).

#### Principaux établissements :

Airbus, Stelia, FamatOCEA, STX France, Naval Group, Buisard, Gruau, Renault, ...

#### Caoutchouc et plastique

Cette industrie emploie 10 % des effectifs industriels régionaux (25 000 salariés). La région est spécialisée dans la menuiserie industrielle (bois, PVC, aluminium) et dans la fabrication de pièces techniques en matière plastique à destination des grands donneurs d'ordre régionaux de l'aéronautique et de l'automobile.

#### Principaux établissements :

Michelin, Paulstra, Cougnaud, André Bouvet, FPEE Industries, Wirquin, Daher Aerospace, Jehier, Saint-Gobain Isover, ...

#### Fabrication de machines et équipements

Elle génère près de 17 000 emplois salariés (7 % des emplois industriels régionaux), notamment dans les domaines de la fabrication de machines agricoles et forestières (1<sup>er</sup> rang national), de matériel de levage et de manutention, de machines pour l'industrie agroalimentaire (2<sup>o</sup> rang national).

#### Principaux établissements :

CLAAS, Kuhn, Manitou, Toyota Industrial Equipment, SAH Leduc, Bucher Vaslin, Serap Industries, Defontaine, Valeo, ...

#### Textile, cuir

Cette filière historique représente encore 11 000 salariés (4 % de l'effectif industriel régional) avec une bonne dynamique dans la maroquinerie axée sur le luxe, et les textiles techniques.

#### Principaux établissements :

Medline, Kolmi, Aplix, CWF, Eram, Belamy, Samson, Longchamp, Vuitton, Marofica, ...

#### Fabrication de meubles

Cette industrie s'inscrit dans la filière bois bien représentée en région. Elle totalise sur les Pays de la Loire 14 % des effectifs nationaux.

#### Principaux établissements :

Gautier, Cuisines Design Industries, Agem



# ZOOM SUR LA MÉTROPOLE DE NANTES

## Environnement socio-économique Pays de la Loire

Nous présentons une carte d'identité de la métropole nantaise, capitale régionale

### CHIFFRES CLÉS DÉMOGRAPHIE

Source : Insee

- 24 communes couvrant 523 km<sup>2</sup>,
- 639.000 habitants, dont 48 % sur Nantes,
- 60 % de la population < 45 ans,
- Croissance démographique dynamique (taux annuel de +1,5 % entre 2011 et 2016, contre +0,4 % à l'échelle nationale).

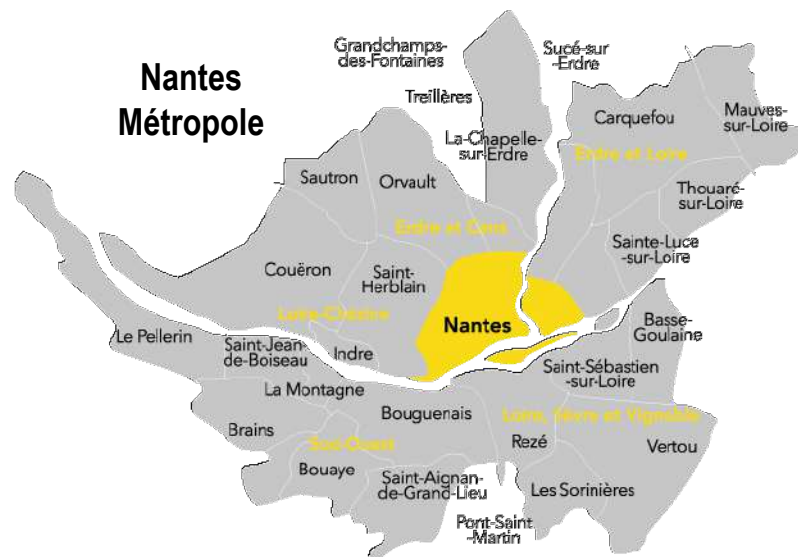
### CHIFFRES CLÉS ÉCONOMIE

Source : Insee

- 344 600 emplois, 8<sup>ème</sup> agglomération en termes d'emplois. Plus de 100 000 emplois créés en 20 ans.
- 62 200 établissements, 46 % des étbts de Loire-Atlantique,
- 85 % des emplois et 88 % des étbl. dans le tertiaire,
- 4<sup>ème</sup> ville étudiante de France avec 53 500 étudiantes (en 2015), des grandes écoles : Audencia Business School, Centrale Nantes, Ecole de Design Nantes Atlantique, Mines Nantes...

### SECTEURS CLÉS :

- Agroalimentaire : 45 000 emplois et 25 000 entreprises dont des leaders (Tipiak, LU, BN, Saint-Michel,...). Un des 1ers pôles nationaux de recherche sur la nutrition et l'alimentation. Le marché d'intérêt national (MIN) de Nantes est le 2<sup>ème</sup> de France.
- Numérique : 26 800 emplois avec le rythme de croissance le plus soutenu de France (+ 40 % d'emplois et +61,4 % entre 2013 et 2018). *Les filières clés : l'e-commerce, les éditions de logiciels (Arpège, Sneda, Vignon, Keosys, Myscript,...), la robotique portée par l'IRT Jules Verne, la réalité virtuelle à travers le Technocampus Smart Factory.*
- Industries Culturelles et Créatives (ICC) : près de 35 000 emplois privés avec une grande diversité des filières : Design et architecture, mode et arts de la scène, création numérique et multimédia, motion design, édition, média et publicité,...
- Aéronautique : 2<sup>ème</sup> pôle d'Airbus en France et plus de 10 000 emplois pour la filière,
- Santé & biotechnologies : 150 entreprises, 51 laboratoires de recherche et 42 plateformes technologiques, plus de 1 000 chercheurs



### QUELQUES GRANDS PROJETS STRUCTURANTS :

- **Restructuration de l'île de Nantes** qui passe par diverses opérations : construction de logements, réhabilitation des ex-Halles Alstom en campus, pépinière d'entreprises, école de Design de Nantes Atlantique, la Creative Factory et food hall, déménagement du MIN (2019), installation du CHU à l'horizon 2026,
- **Euronantes** dont l'aménagement a débuté en 2007 et est toujours en cours de réalisation,
- **Pirmil les Iles** : aménagement d'une zone de 150 ha en front de Loire, au Sud de l'île de Nantes (logements et zones d'activités),
- **Cité des congrès** : projets de reconstruction. Les travaux pourraient débuter en 2023.
- **Pôle industriel d'innovation Jules Verne** qui se développe depuis une quinzaine d'années sur 70 ha (8 500 emplois) et où sera inauguré début 2021 la Manufacturing Académie Jules Verne (centre de formation de 3 000 m<sup>2</sup>).

### Chiffres clés

- 6<sup>ème</sup> région de destination pour les voyages des Français,
- 6,9 Milliards d'Euros de dépenses annuelles,
- 6,3 % du PIB régional,
- 44 300 emplois directs,
- 1,4 millions de lits touristiques dont 24 % en hébergements marchands,
- 80 millions de nuitées touristiques dont 7,4 M dans l'hôtellerie et près de 13 millions dans l'hôtellerie de plein air.

### Focus sur les filières touristiques

#### Patrimoine

13 villes et pays d'art et d'histoire

#### Oenotourisme

40 000 ha de vignobles, 3<sup>o</sup> destination viticole de France, 1,1 M de visiteurs dans les caves

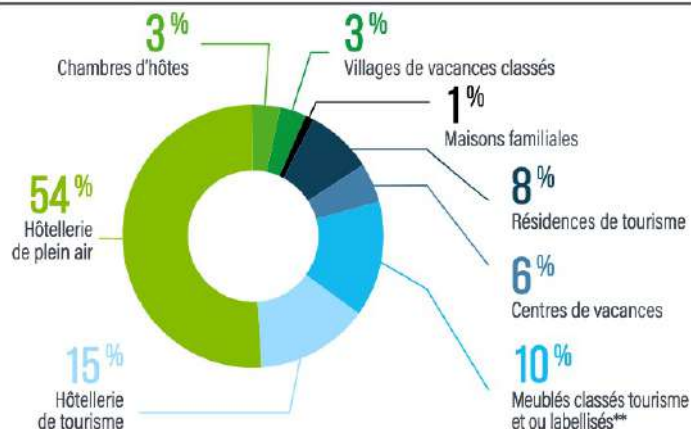
#### Vélotourisme

3 véloroutes : Vélodyssée et la Loire à vélo et la Vélofrancette

#### Nautique & balnéaire

1,152 milliard d'euros, 6 100 salariés, 68 ports, une trentaine de stations balnéaires

RÉPARTITION DES CAPACITÉS D'ACCUEIL RÉGIONAL EN 2019 (HÉBERGEMENTS MARCHANDS)



Source : ORT des Pays de la Loire INSEE

Principaux sites de visite	Visiteurs	Principaux évènements	Spectateurs
Puy du Fou (85)	2,3 M	24H du Mans (72)	252 000
Les Machines de l'île (44)	705 318	Hellfest (44)	180 000
Zoo de La Flèche (72)	407 000	Premiers Plans (49)	76 000
Terra Botanica (49)	334 000	Festival de Poupet (85)	59 820
St-Nazaire, port de tous les voyages	312 215		
Planète Sauvage (44)	266 968		
Château d'Angers (49)	262 936		
Bioparc zoo Doué (49)	241 169		
Océarium (44)	227 219		

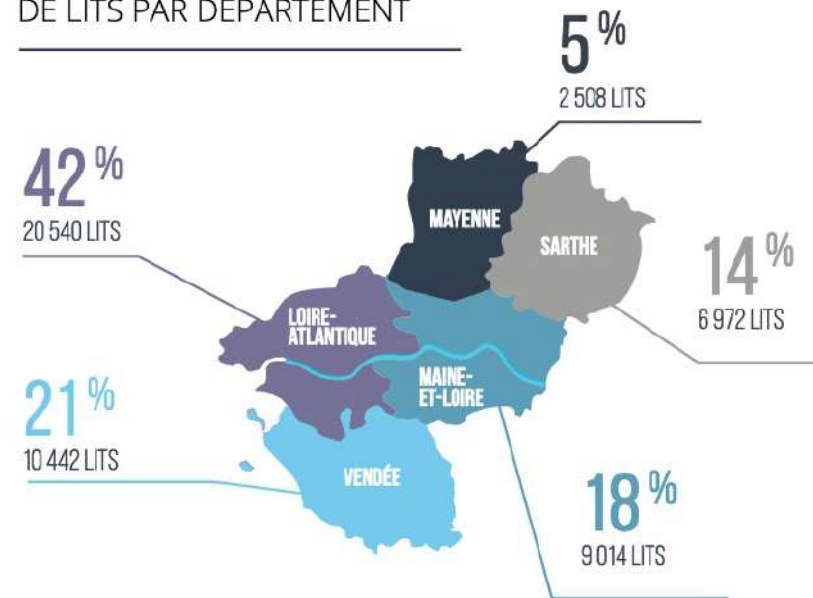
L'hôtellerie est **indispensable à l'accueil d'évènements extra-locaux**. Elle doit être idéalement moyen et haut de gamme, de grande capacité et disponible (les hôteliers préférant souvent favoriser leur clientèle individuelle).

Le marché des MICE s'intéresse surtout à l'hôtellerie 3 et 4\*. Les gammes économiques et luxes sont peu privilégiées pour des questions d'image et de prix.

⇒ **5<sup>ème</sup> région française** (hors Ile-de-France) en termes de capacité hôtelière, y compris pour le parc 3 et 4\*, après les régions AURA, PACA, Occitanie et Nouvelle-Aquitaine.

- L'offre hôtelière est **concentrée sur la Loire-Atlantique**, qui abrite la capitale régionale, l'agglomération de Saint-Nazaire et des stations touristiques littorales, et la Vendée, 1<sup>ère</sup> destination estivale de la façade atlantique. La Loire-Atlantique est le 17<sup>ème</sup> département français en nombre de chambres hôtelières.
- A l'inverse, la Mayenne, territoire rural et peu touristique, compte une offre hôtelière très réduite (au 87<sup>ème</sup> rang des départements français en termes de capacité) et orientée majoritairement sur les gammes économiques.
- La catégorie 3\* domine le parc hôtelier régional (44 %), tandis que le haut de gamme 4\* est peu présent (15 % contre 21 % à l'échelle nationale) et très fortement concentré en Loire-Atlantique (62,5 % dont 35 % dans la métropole nantaise – source Insee).

### RÉPARTITION DU NOMBRE DE LITS PAR DÉPARTEMENT



Source : ORT des Pays de la Loire INSEE

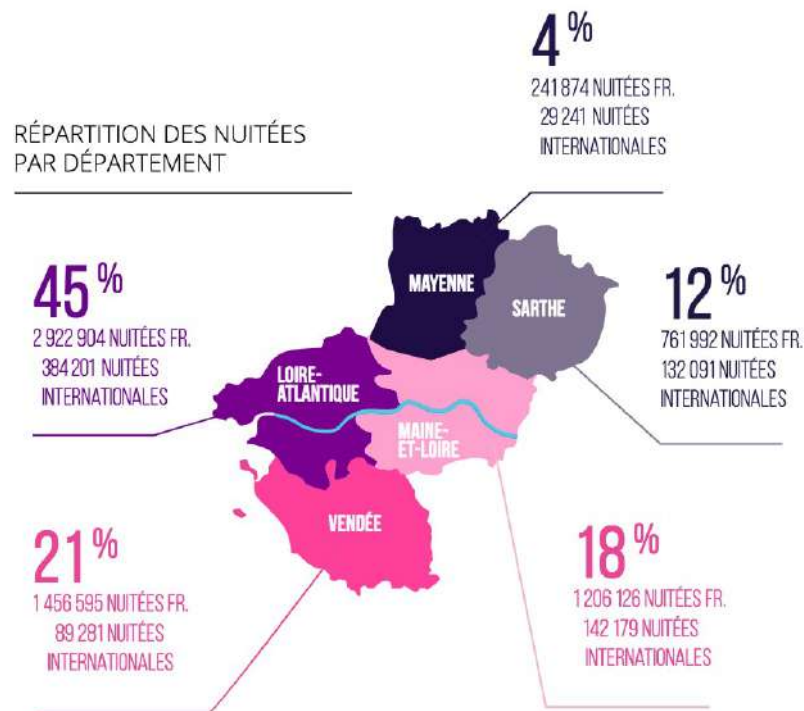
	Loire-Atlantique		Maine-et-Loire		Mayenne		Sarthe		Vendée		Pays de la Loire	
	Étbl.	Lits	Étbl.	Lits	Étbl.	Lits	Étbl.	Lits	Étbl.	Lits	Étbl.	Lits
<b>TOTAL</b>	255	20 540	145	9 014	51	2 508	107	6 972	185	10 442	<b>743</b>	<b>49 476</b>
<b>3*</b>	81	7 680	51	3 816	17	1 072	43	3 756	71	5 700	<b>263</b>	<b>21 524</b>
<b>4*</b>	29	4 612	16	1 372	2	96	6	696	8	596	<b>61</b>	<b>7 372</b>

# LA DEMANDE HÔTELIÈRE

## Environnement hôtelier Pays de la Loire

⇒ 9<sup>ème</sup> région française (hors Ile-de-France) en termes de nuitées hôtelières après les régions AURA, PACA, Occitanie, Nouvelle-Aquitaine, Grand Est, Normandie, Bretagne, Hauts-de-France.

- De manière encore plus marquée que pour l'offre hôtelière, la fréquentation **se concentre essentiellement sur 2 départements** : la Loire-Atlantique et la Vendée.
- En raison de sa façade atlantique, la région est fortement marquée par la saisonnalité : 43 % des nuitées sont réalisées de juin à septembre.
- Les nuitées hôtelières sont majoritairement françaises (89 %).
- Le taux d'occupation était de 57,7 % en 2019 (contre 62 % en moyenne en France, à titre indicatif). Les données 2020 ne sont pas encore disponibles. Il n'a cessé de progresser sur les 4 dernières années (+ 2,3 points). Le taux de remplissage est près de 12 points supérieurs en Loire-Atlantique comparé au département de la Sarthe.
- Les clientèles d'affaires (individuelles et groupes sans distinction) sont majoritaires (56 % des nuitées).
- On observe toutefois d'importantes disparités en fonction des départements avec des proportions de clientèles d'affaires plus élevées dans les départements peu touristiques faute de clientèles de loisirs (en Mayenne : 71 %, dans la Sarthe : 65 %, et dans le Maine-et-Loire : 61 %). A l'inverse en Vendée, département très touristique, la clientèle d'affaires est proportionnellement moins importante (43 %), tandis que la répartition est plus équilibrée en Loire-Atlantique qui attire les 2 typologies de clientèles (56 %).



Données hôtelières par département tenant compte du secret statistique

Source : ORT des Pays de la Loire INSEE

### Taux d'occupation hôtelier 2019





# CARTE D'IDENTITÉ HÔTELIÈRE DES MÉTROPOLLES

## Environnement hôtelier Pays de la Loire

### MÉTROPOLE DE NANTES\*

Nombre d'hôtels : 103  
Nombre de chambres : 5 674  
dont 3\* : 38 %  
dont 4\* : 28 %  
Nuitées : 1,86 M  
Taux d'occupation : 67,4 %  
Part nuitées d'affaires : 66 %

### CU ANGERS LOIRE MÉTROPOLE\*

Nombre d'hôtels : 50  
Nombre de chambres : 2 279  
dont 3\* : 42 %  
dont 4\* : 16 %  
Nuitées : 650 187  
Taux d'occupation : 62 %  
Part nuitées d'affaires : 67 %

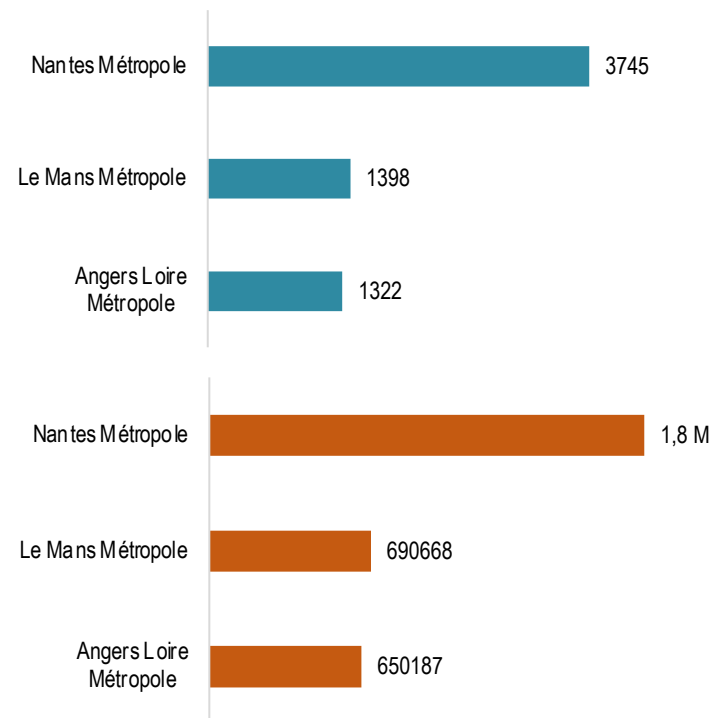
### CU LE MANS MÉTROPOLE\*

Nombre d'hôtels : 45  
Nombre de chambres : 2 496  
dont 3\* : 43 %  
dont 4\* : 13 %  
Nuitées : 690 668  
Taux d'occupation : 55 %  
Part nuitées d'affaires : 68 %

- **La Métropole nantaise ressort comme le premier pôle hôtelier** des Pays de la Loire. Elle totalise 23 % de l'offre hôtelière et un quart des nuitées de l'ensemble de la région.
- Les parcs hôteliers du Mans et d'Angers, qui comptent 2 fois moins d'hôtels que la métropole nantaise, sont comparables en capacité et en fréquentation.
- A noter, l'hôtellerie 4\* est sous-représentée sur Angers et Le Mans comparé à la moyenne nationale (21 % des chambres en 4\*).
- Les clientèles d'affaires (individuelles et groupes confondus) sont majoritaires sur ces 3 métropoles, totalisant les 2/3 des nuitées sur Nantes et Angers.

Nombre de  
chambres  
d'hôtel 3 et 4\*

Nombre de  
nuitées  
hôtelières



\*Sources : ADT, offices de tourisme, Insee – données 2019

# CARTE D'IDENTITÉ HÔTELIÈRE DES AGGLOMÉRATIONS

## Environnement hôtelier Pays de la Loire

### CA ST-NAZAIRE ET L'ESTUAIRE

Nombre d'hôtels : 30  
Nombre de chambres : 1 390  
dont 3\* : 51 %  
dont 4\* : 16 %  
Nuitées : 266.535\*  
Taux d'occupation : 62,9 %\*  
Part nuitées d'affaires : 65 %\*

### CA LA ROCHE SUR YON

Nombre d'hôtels : 15  
Nombre de chambres : 775  
dont 3\* : 48 %  
dont 4\* : 9 %  
Fréquentation hôtelière :  
données non dispo

### CA PRESQU'ILE DE GUÉRENDE

Nombre d'hôtels : 54  
Nombre de chambres : 1 700  
dont 3\* : 35 %  
dont 4\* : 17 %  
Nuitées : 722.400\*  
Taux d'occupation : 57,7 %\*  
Part nuitées d'affaires : 32 %\*

### CA SAUMUR VAL DE LOIRE

Nombre d'hôtels : 42  
Nombre de chambres : 1 042  
dont 3\* : 54 %  
dont 4\* : 19 %  
Fréquentation hôtelière :  
données non dispo

### CA LAVAL AGGLOMÉRATION

Nombre d'hôtels : 23  
Nombre de chambres : 820  
dont 3\* : 35 %  
dont 4\* : 6 %  
Nuitées : 295.500\*  
Taux d'occupation : 51,2 %\*  
Part nuitées d'affaires : 71 %\*

### CA DES SABLES D'OLONNE

Nombre d'hôtels : 25  
Nombre de chambres : 771  
dont 3\* : 44 %  
dont 4\* : 17 %  
Nuitées : 285.835  
Taux d'occupation : 61,7 %  
Part nuitées d'affaires : 31 %

### CA CLISSON SÈVRE ET MAINE

Nombre d'hôtels : 4  
Nombre de chambres : 132  
dont 3\* : 41 %  
dont 4\* : 32 %  
Nuitées : 46.673\*  
Taux d'occupation : 60,6 %\*  
Part nuitées d'affaires : 54 %\*

### CA DU CHOLETAIS

Nombre d'hôtels : 22  
Nombre de chambres : 816  
dont 3\* : 36 %  
dont 4\* : 8 %  
Nuitées : 279.710  
Taux d'occupation : 62 %  
Part nuitées d'affaires : 64 %

### CA MAUGES COMMUNAUTÉ

Nombre d'hôtels : 11  
Nombre de chambres : 240  
dont 3\* : 32 %  
dont 4\* : 0 %  
Fréquentation hôtelière :  
données non dispo

### CA PORNIC PAYS DE RETZ

Nombre d'hôtels : 16  
Nombre de chambres : 453  
dont 3\* : 28 %  
dont 4\* : 40 %  
Nuitées : 196.362\*  
Taux d'occupation : 61,8 %\*  
Part nuitées d'affaires : 19 %\*

Les 2 autres principaux pôles hôteliers des Pays de la Loire sont ceux de **Saint-Nazaire** et de la **Presqu'île de Guérande**, qui viennent renforcer encore l'offre et la fréquentation hôtelière de la Loire-Atlantique. Les CA de la Roche-sur-Yon et de Laval, préfectures de département, restent des petits pôles hôteliers avec une offre hôtelière haut de gamme très réduite. Ils sont comparables à celui de la CA des Sables d'Olonne, importante destination touristique de la façade atlantique.

Sources : ADT, offices de tourisme, Insee 2019

\*CA St-Nazaire : les données de fréquentation sont celles de St-Nazaire et non de l'agglomération.

\*CA Laval Agglo : données de la Mayenne car il n'existe pas de données infra-départementales.

\*CA Clisson Sèvre et Maine : zonage « vignoble de Nantes » incluant aussi la CC Sèvre et Loire.

\*CA Pornic Pays de Retz : zonage « Littoral Sud »

\*CA Presqu'île de Guérande : la zone d'étude est plus large que la seule CA.

## Accessibilité



- 4 gares TGV dont les principales : Nantes, Angers, Le Mans.



- 1 aéroport international : 7,2 M de passagers en 2019.



- Nantes-Saint-Nazaire, premier port de la façade atlantique.

## Socio-économique



- 5<sup>ème</sup> région française par sa superficie et 8<sup>ème</sup> par sa population (3,7 M d'habitants).



- 2<sup>ème</sup> rang des régions françaises pour sa part d'emploi industriel => principaux secteurs : agroalimentaire, métallurgie, matériel de transports.



- 8<sup>ème</sup> région française en termes d'emplois en R&D et 11<sup>ème</sup> en dépenses intérieures.



- Forte concentration démographique et économique sur la Loire-Atlantique (37 % de la population et 40 % des emplois).

## Touristique



- 6<sup>ème</sup> région de destination des Français.
- 6,9 Milliards d'Euros de dépenses annuelles.
- 6,3 % du PIB régional.
- Les filières clés : patrimoine, œnotourisme, vélotourisme, balnéaire et nautique.

## Hôtelière



- 5<sup>ème</sup> région française (hors Ile-de-France) en termes de capacité hôtelière.
- 9<sup>ème</sup> région française (hors Ile-de-France) en termes de nuitées hôtelières.
- 3 principaux pôles hôteliers :
  - métropole de Nantes (5 674 chambres, 1,86 M de nuitées\*),
  - agglomération Angers (2 279 chambres 637 730 nuitées\*),
  - agglomération du Mans (2 496 chambres, 690 668 nuitées\*).

\* Données 2019

**PHASE 1**  
**ETAT DES LIEUX**  
**MARCHÉ MICE**





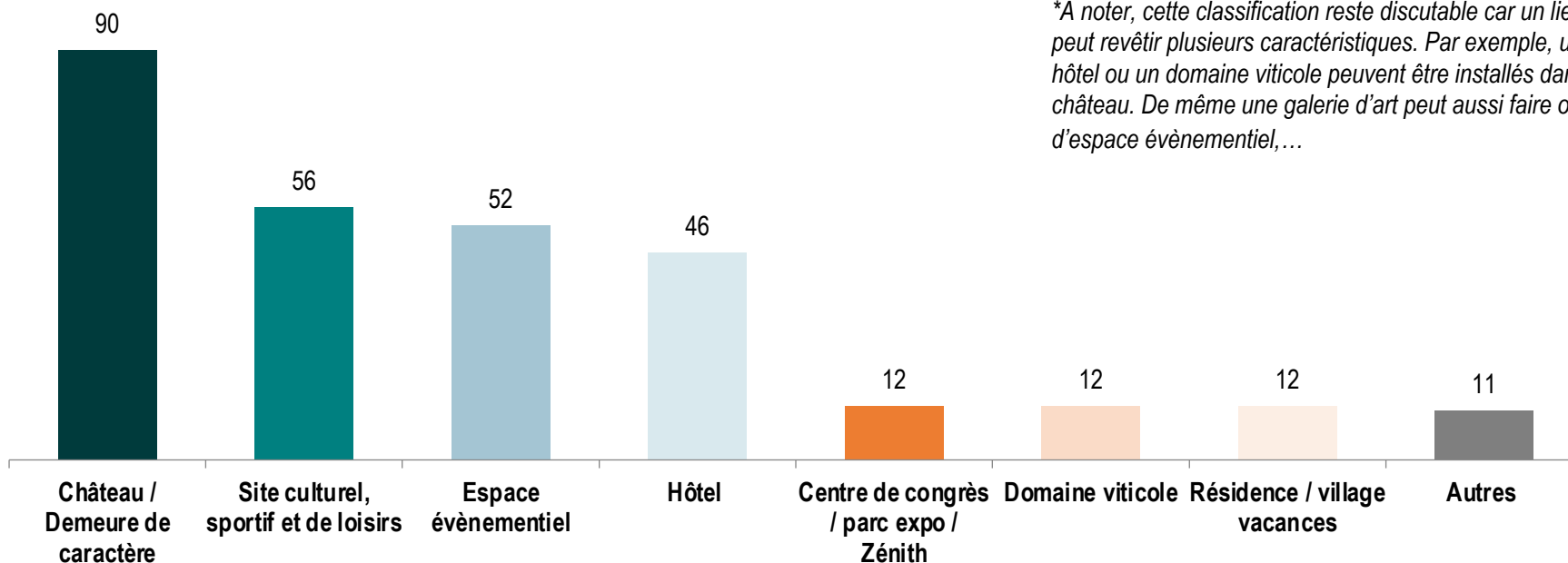
## DIAGNOSTIC DE L'OFFRE MICE DES PAYS DE LA LOIRE

# PRÉSENTATION DE L'OFFRE

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

- Nous recensons **291 espaces réceptifs professionnels** disposant d'une capacité minimale de 100 places en plénière dans la région Pays de la Loire, tous types confondus. Parmi ces sites, certains communiquent davantage sur la cible des événements privés tels que la Cour de Montys à Haute-Goulaine, la Nouvelle Grange de la Chevalerie à Longuenée-en-Anjou ou C'est ici à Saint-Nazaire pour n'en citer que quelques-uns.
- Nombreux sont à l'heure actuelle temporairement fermés et il est potentiellement envisageable que certains ne rouvrent pas.
- Ce recensement a été établi par Solution&co, complété et enrichi par Coach Omnium sur la base des Agences de Développement Touristiques, bureaux des congrès et offices de tourisme de Vendée, Sarthe, Angers, Laval, Nantes, Le Mans, La Baule, les Sables-d'Olonne, Saint-Nazaire, Saumur, Pornic et des sites et guides dédiés (Bedouk, 1001salles, Kactus, Aleou, Réunir).
- Si ce recensement n'est probablement pas exhaustif, il donne un juste aperçu de l'offre en présence. Les salles qui auraient pu être omises sont mal référencées et ont un sérieux handicap concurrentiel en termes de visibilité commerciale, sachant qu'Internet constitue de loin le premier outil de recherche d'un nouveau lieu (utilisé par 59 % des organisateurs de manifestations), le second mode de recherche étant le bouche-à-oreille (*Extrait de l'étude MICE 2020, Coach Omnium*).
- Nous avons exclu de ce recensement les salles des fêtes ou autres salles polyvalentes louées par les mairies et intercommunalités. Elles sont, pour la plupart, plutôt réservées à l'usage des habitants ou des associations locales et sont souvent équipées de manière peu professionnelle. Les entreprises s'y intéressent peu.

Nous avons répertorié ces sites en **8 catégories\*** :



*\*A noter, cette classification reste discutable car un lieu peut revêtir plusieurs caractéristiques. Par exemple, un hôtel ou un domaine viticole peuvent être installés dans un château. De même une galerie d'art peut aussi faire office d'espace évènementiel,...*

# TYPOLOGIE DES SITES RÉCEPTIFS

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

### • LES CHÂTEAUX / DEMEURES DE CARACTÈRE

Cette catégorie est la première représentée, elle constitue **près du tiers des sites réceptifs régionaux** de plus de 100 places assises. Les châteaux et demeures de caractère ont, en effet, les faveurs des entreprises qui sont 1/5 à y recourir dans le cadre de leurs manifestations, procurant dépaysement, charme et une certaine valorisation des participants. Par ailleurs, l'accueil d'évènements est bon moyen pour les exploitants / propriétaires de châteaux de développer l'activité du site.

Parmi les 90 châteaux recensés, 21 abritent des hôtels, 1 un village vacances et nombre d'entre eux comptent des gîtes et/ou chambres d'hôtes. Certains sont également ouverts à la visite.

A noter que les capacités restent réduites : pour plus de 80 % des châteaux et demeures de caractère, la plus grande salle ne dépasse pas les 300 places assises.

### • LES SITES CULTURELS, SPORTIFS ET DE LOISIRS

Cette catégorie regroupe des structures très variées dont la vocation première n'est pas l'accueil d'évènements professionnels, mais qui utilisent leurs espaces disponibles et capacité pour diversifier leur activité.

- **MUSÉES** implantés dans des agglomérations pour la plupart :

*Les musées des Beaux Arts et Jean Lurcat à Angers,*

La *Cité du Lait à Laval* met à disposition des entreprises son auditorium de 108 places,

*L'Espace Air Passion à Marcé* compte une grande salle de 200 m<sup>2</sup> et propose aussi la privatisation de l'ensemble des 3 500 m<sup>2</sup> du musée,

*L'Escal'Atlantic à Saint-Nazaire* dispose de différents espaces événementiels (bar, salle à manger rappelant le Normandie des années 1930, le salon du Port). L'ensemble des 3 700 m<sup>2</sup> du musée peut être privatisé pour accueillir des évènements jusqu'à 450 personnes en théâtre,

*La Hab Galerie à Nantes* est une galerie d'art contemporain de 1 400 m<sup>2</sup> située sur l'île de Nantes,

*Le musée d'Arts de Nantes* dispose notamment d'un auditorium de 154 places et d'un espace événementiel de 400 m<sup>2</sup>. Il accueille une quarantaine d'évènements par an en dehors des heures d'ouverture aux visiteurs, notamment dans le cadre de soirées de prestige et de réunions dans l'auditorium.

Abbaye de Fontevraud



Château Le Prieuré



Escal'Atlantic Saint-Nazaire





# TYPOLOGIE DES SITES RÉCEPTIFS

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

### - SALLES DE SPECTACLES / CONCERTS / THÉÂTRES

#### *La Compagnie du Café Théâtre et la Ware House à Nantes,*

La **Carrière à Saint-Herblain** originellement salle municipale, cédée à une société d'exploitation privée en 2019 en raison d'un déficit d'exploitation,

**Le Théâtre Foirail Camifolia à Chemillé-en-Anjou** compte plusieurs espaces dont 1 auditorium de 400 places et un grand espace pouvant accueillir 1 300 places assises,

**Le Théâtre de Thalie à Montaigu**, 800 places.

**Vendéspace** à Mouilleron-le-Captif en périphérie de La Roche-sur-Yon, complexe sportif et culturel de 21 000 m<sup>2</sup> dont l'activité reste peu orientée sur le MICE. Il compte 3 salles dont la plus grande couvre 5 000 m<sup>2</sup> et peut recevoir 2 500 personnes assises.

**Antarès au Mans**, le plus grand équipement multifonction sport/spectacle de la région. Sa jauge maximale est de 1 400 places assises.

### - SITES DE LOISIRS

Des **cinémas** (*Gaumont, UGC, Pathé*), qui peuvent louer leurs salles / auditoriums à des entreprises, les salles étant toutefois dédiées en premier lieu à la projection cinématographique.

Des **casinos** (St-Brévin l'Océan, Pornic). Ces derniers ayant pour obligation de proposer des animations et de participer à l'activité touristique et au développement culturel de leur destination, ils s'équipent d'espaces réceptifs – voire de théâtre – qu'ils peuvent louer aux entreprises pour favoriser leur rentabilité. Le casino de St-Brévin compte un auditorium de 258 places.

Des **discothèques, cabaret, kartings, bowlings, bateaux de croisière**.

Des **Zoos, parcs animaliers et aquariums** : Océarium du Croisic (l'accueil d'événements professionnels n'est toutefois pas du tout mis en valeur sur le site), Planète Sauvage à Port-Saint-Père, le Domaine de Perscheray, l'Aquarium de Vendée à Talmont-Saint-Hilaire, le Zoo de la Flèche.

Des **parcs de loisirs** notamment Terre Botanica à Angers (5 espaces dont 1 auditorium de 325 places).

**201 Forest Avenue** à St-Hilaire-de-Riez, espace contemporain qui abrite un bowling, un laser game, un club de remise en forme, un espace détente, un restaurant, un bar et un espace de réception de 250 m<sup>2</sup>.

Le Puy du Fou avec sa marque MICE « **Puy-du-Fou Congrès** ». Ce dernier propose 19 salles de réunions pour une capacité d'accueil maximale de 3 000 participants assis.

Théâtre Foirail – Chemillé-en-Anjou



Espace Antarès au Mans



Terra Botanica Angers





# TYPOLOGIE DES SITES RÉCEPTIFS

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

### - ÉQUIPEMENTS SPORTIFS

Des **golfs** à Nantes, Pornic, Les Hauts-d'Anjou et à Sablé-sur-Sarthe,

Des **hippodromes** à Pornichet et à Angers,

L'**Arena du Mans** compte 43 espaces qui peuvent accueillir des événements jusqu'à 500 personnes assises,

Le **stade de Nantes** FC Nantes met à disposition 4 espaces dont le plus grand couvre 645 m<sup>2</sup>,

Le **Circuit Automobile des 24H du Mans** et le **Porsche Expérience Centre** s'orientent vers l'événementiel professionnel,

Le **Pôle Européen du Cheval – Boulerie Jump** – dans l'agglomération du Mans propose 4 espaces à la location dont le Grand Hall (manège) et sa tribune de plus de 950 places.

### • LES ESPACES ÉVÉNEMENTIELS

Ils constituent une **catégorie hétéroclite** : centres de séminaires, gîtes de groupe pouvant accueillir des réceptions, espaces réceptifs de traiteur, centres de rencontres ... Les espaces proposant les plus grandes capacités sont Athlétis à les Ponts-de-Cé dans l'agglomération d'Angers (5 espaces couvrant 1 500 m<sup>2</sup> pour le plus grand), l'Enclos des Sources à La Milesse dans l'agglomération du Mans (salle de 1 100 m<sup>2</sup>) et l'espace de rencontres et de culture l'Odyssée à Orvault dans la métropole nantaise (jusqu'à 900 m<sup>2</sup>).

Cette catégorie inclut l'**Espace Mayenne à Laval** qui sera inauguré en juillet 2021 et constituera le site événementiel de la Mayenne, visant des événements professionnels, sportifs et culturels (cf. présentation plus détaillée page 45),

### • LES HÔTELS

Ils totalisent 16 % de l'offre et même 20 % si l'on y ajoute les sites qui ont été classés en « châteaux / demeures de caractère ». C'est le premier type de structure choisit par les entreprises pour se réunir en raison de sa praticité notamment et d'une offre développée, intéressant 40 % des organisateurs de manifestations professionnelles en France (contre 91 % au début des années 1990 toutefois). Les clientèles de groupe affaires (MICE) constituent l'une des 4 cibles de l'hôtellerie au côté des clientèles individuelles de loisirs, des clientèles individuelles d'affaires et des groupes de tourisme.

### Porsche Expérience Centre



### Mmarena du Mans

### Radisson Nantes



# TYPOLOGIE DES SITES RÉCEPTIFS

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

Parmi les 46 hôtels recensés, **20 sont classés 3\*** et **21 sont en 4\***. Ces gammes sont les premières demandées par les entreprises pour des raisons d'image, de niveau de prestations et de confort. La catégorie économique (1/2\*) est évitée car elle n'est pas assez valorisante et l'offre en salle y est assez limitée. Tout comme les hôtels de luxe trop « clinquants », si ce n'est pour certains secteurs comme la finance ou le luxe. Dans notre recensement, un seul établissement est classé 5\*, le Resort Barrière de La Baule, qui offre en outre de grande capacité (11 salles, 300 places assises pour la plus grande), cette chaîne travaille activement sur le marché des MICE.

**35 % des hôtels recensés sont affiliés à une chaîne intégrée.** Ils sont alors souvent implantés en milieu urbain, notamment dans la métropole nantaise et l'agglomération du Mans. Accor est largement présent à travers les enseignes Mercure (5 unités), Novotel (2), Ibis et Ibis Style (2). A noter, les hôtels de chaînes n'ont plus la préférence des entreprises pour y tenir leur réunion (75 % disent ne pas favoriser un type d'hôtel plus qu'un autre). Néanmoins, dans les faits, ce sont souvent les hôtels de chaînes qui présentent les plus grandes capacités en espace de réunions (ce qui n'est pas le cas dans les Pays de la Loire) et en chambres. Ils disposent également de la puissance commerciale et de la notoriété du groupe.

**Les capacités en espace séminaires sont très variables :** de 2 petites salles de 100 m<sup>2</sup> au Best Western de la Cité & Spa à Guérande à l'espace congrès de 3 200 m<sup>2</sup> du Westotel Nantes Atlantique de la Chapelle-sur-Erdre, soit 60 salles de réunions de 20 à 730 m<sup>2</sup> et 2 auditoriums de 150 et 500 places. A noter, les Jardins de l'Anjou à Mauges-sur-Loire, complexe hôtelier, orienté vers l'accueil de groupes social et familial à la base, a élargi ses publics. Il propose de très grandes capacités : 120 chambres d'hôtels ainsi que des hébergements de groupes et de sportifs, 16 salles de séminaires de 20 à 160 m<sup>2</sup>, ainsi qu'une salle de congrès de 1 100 m<sup>2</sup> et de multiples équipements sportifs.

### • LES CENTRES DE CONGRÈS / PARCS D'EXPOSITION / ZÉNITH

Ce sont les sites phares du marché des MICE de par leur capacité, leur aura régionale, nationale voire internationale, les retombées qu'ils génèrent pour la destination,... Les Pays de la Loire comptent :

**7 centres de congrès** implantés à Nantes, Carquefou (métropole nantaise), Le Mans et Angers, ainsi que dans des stations balnéaires réputées (La Baule, Les Sables-d'Olonne, Saint-Jean-des-Monts). A noter, la Roche-sur-Yon ne dispose pas de centre de congrès, ni Laval où devrait toutefois ouvrir en juillet 2021 l'Espace Mayenne.

**4 parcs des expositions** à Angers, Le Mans, Nantes et Segré (49). Exponantes et ses 66 000 m<sup>2</sup> dominent largement l'offre régionale par sa capacité.

**1 Zénith à Saint-Herblain**, agglomération de Nantes, inauguré en 2006. Il accueille entre 85 et 100 manifestations par an (toutes confondues) et entre 330 000 et 430 000 spectateurs. C'est le 2<sup>ème</sup> Zénith de France en fréquentation, après celui de Paris et le 3<sup>ème</sup> en termes de capacité (4 900 places assises). Son activité reste largement dominée par les spectacles et concerts et sa configuration est mieux adaptée à ce type d'événements.

Westotel Nantes Atlantique



Cité Internationale des congrès Nantes



Centre de congrès Angers





# TYPOLOGIE DES SITES RÉCEPTIFS

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

### • LES DOMAINES VITICOLES

Les Pays de la Loire comptent **une douzaine de domaines viticoles** qui exploitent leurs espaces disponibles et profitent du charme de leur site et des activités œnologiques qui peuvent y être associées pour viser un public évènementiel. Ils sont essentiellement situés dans le Maine-et-Loire où l'on retrouve les vignobles d'Anjou et de Saumur, ainsi que dans le vignoble du Pays Nantais.

Pour la majorité la capacité en espaces évènementiels reste modérée, entre 100 et 200 m<sup>2</sup>. Deux domaines implantés à Saumur présentent des capacités relativement importantes : les Caves Ackerman et les Caves Bouvet Ladubay qui peuvent recevoir jusqu'à 250 personnes assises chacune.

### • LES RÉSIDENCES DE TOURISME / VILLAGES DE VACANCES

Sur le même modèle que l'hôtellerie, ces structures disposent sur place de toutes les prestations : salles, restauration, hébergement, activités, ... ce qui en fait des lieux pratiques, avec toutefois le potentiel obstacle, d'être très connotés tourisme de loisirs, ce qui peut freiner certains organisateurs d'évènements professionnels. Ils sont surtout implantés sur la Côte Atlantique de la Loire-Atlantique et de la Vendée.

Peu disposent de très grands espaces évènementiels : le Club Belambra de Saint-Jean-des-Monts (8 salles pouvant accueillir jusqu'à 250 personnes assises), le Domaine Port aux Rocs au Croisic (7 salles, jusqu'à 300 places assises) et le Domaine des Gifettes à Luçon (5 espaces, jusqu'à 450 places assises).

### • LES AUTRES LIEUX

Cette catégorie rassemble divers types de structures :

**Des centres d'hébergement et d'accueil** : le Centre du Vignaud aux Rives-d'Autise (85), le Centre Bouëssé La Garenne aux Mûrs-Erigné, centre d'accueil de séjours de la Fédération des Œuvres Laïques du Maine-et-Loire, JF Accueil et Formations à Cholet,

**Des Écoles** : ESSCA School of Management et le groupe ESEO à Angers qui mettent à disposition des entreprises leurs amphithéâtres, ainsi que la **Halle 6 Ouest** (550 m<sup>2</sup>) du Pôle Universitaire implanté sur l'île de Nantes et ouverte en 2019,

**Un espace de co-working** : le 144 à Nantes,

**Un restaurant** à Nantes : Insula,

**De l'hôtellerie de plein air** : Village les Rives de Grand Lieu à Saint-Philbert-de-Grand-Lieu (44), le Domaine de l'Oiselière à Chauché (85), Les Blancs Chênes à la Tranche-sur-Mer.

Caves Bouvet Ladubay



Club Belambra Saint-Jean-des-Monts



# RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

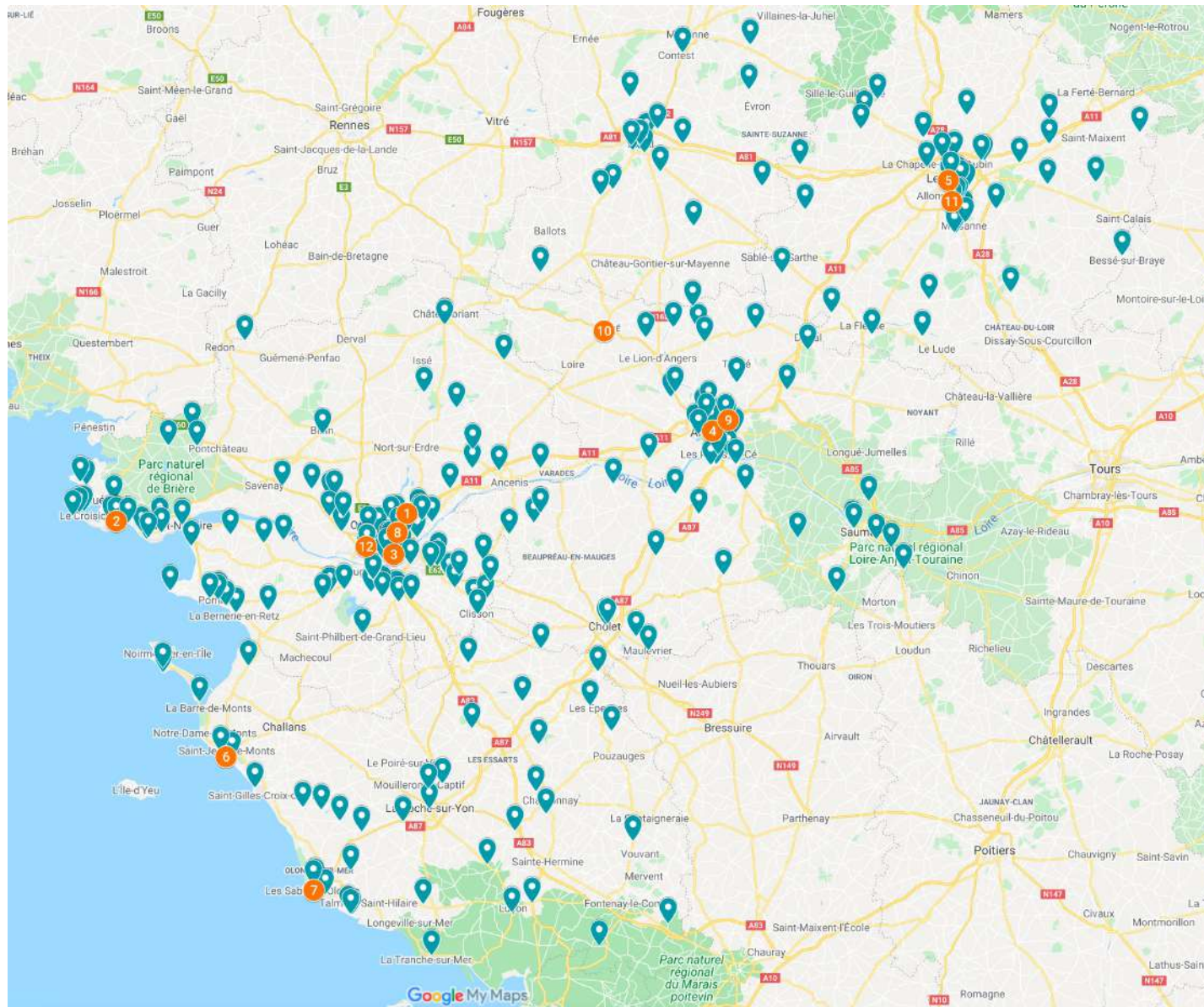
### L'OFFRE RÉGIONALE

Si l'offre est présente sur tout le territoire régional, on observe des concentrations sur les principales agglomérations – Nantes, Angers, Le Mans – et sur la côte Atlantique.

C'est également sur ces zones que sont implantées les principales structures MICE : centres de congrès et parcs des expositions, à l'exception du parc des expos de Segré, plus isolé, dans le Maine-et-Loire.

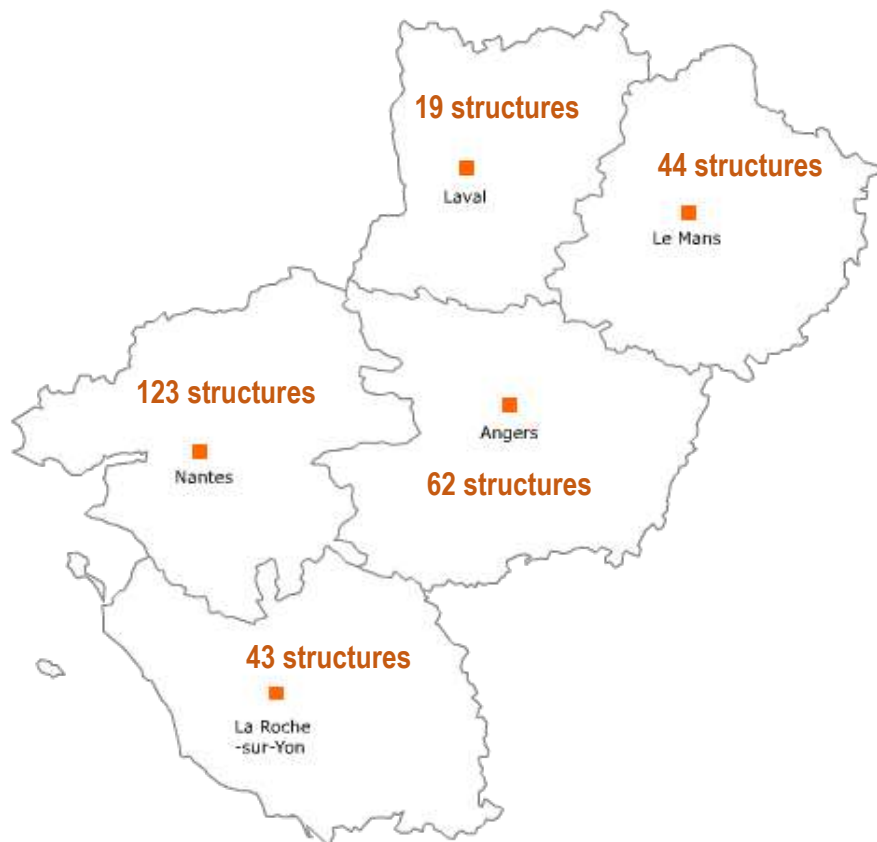
### Les centres de congrès, parcs des exposition, zénith

- 1 La Fleuriaye
- 2 Atlantia la Baule
- 3 Cité des Congrès
- 4 Jean Monnier
- 5 Palais des Congrès Le Mans
- 6 Odyssea - St Jean Monts
- 7 Les Altantes
- 8 Exponantes
- 9 Parc des expos Angers
- 10 Parc des expositions de Segré
- 11 Centre des Expos Le Mans
- 12 Zénith de Nantes





### L'OFFRE DÉPARTEMENTALE



© combrisis.com

**La Loire-Atlantique** totalise à elle seule plus de 40 % de l'offre régionale en lieu d'accueil de manifestations professionnelles.

En Loire-Atlantique, la métropole nantaise domine le marché MICE (54 prestataires), soit 43 % de l'offre départementale et, dans une moindre mesure, la côte Atlantique : 25 prestataires répartis sur les intercommunalités de la Presqu'île de Guérande, la CARENE, le Sud Estuaire et Pornic Pays de Retz. L'offre plus diffuse est essentiellement composée de châteaux et de domaines viticoles.

Le **2<sup>ème</sup> département** par son offre en espaces événementiels est **le Maine-et-Loire**, avec une forte concentration sur la préfecture (27 structures). Les autres destinations sont les agglomérations de Saumur et Cholet. Là encore, l'offre dispersée est surtout composée de Châteaux.

Les départements de la Sarthe et de la Vendée disposent d'une offre équivalente en nombre de structures, mais avec des caractéristiques divergentes.

**Dans la Sarthe**, la moitié des prestataires sont implantés dans l'agglomération du Mans.

**En Vendée**, l'offre est beaucoup plus dispersée. La préfecture abrite peu d'espaces réceptifs, si ce n'est notamment le grand complexe départemental Vendéspace, mais orienté surtout sur les événements sportifs et culturels. Les principaux équipements sont concentrés dans les stations balnéaires de la côte atlantique – notamment pour les centres de congrès – et aux Épesses pour le Puy du Fou.

**La Mayenne** abrite une **offre événementielle très limitée**, que ce soit en nombre de structures ou en capacité. Le seul équipement de grande envergure ouvrira prochainement, il s'agit de l'Espace Mayenne multifonctionnel.

# RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

### L'OFFRE DE LOIRE-ALTANTIQUE

- Châteaux / demeures
- Domaines viticoles
- Espaces
- Hôtels
- Résidences / VV
- Sites de loisirs/sportifs
- Autres sites

### Centres de congrès, parcs expo, zénith

- 1 La Fleuriaye
- 2 Atlantia la Baule
- 3 Cité des Congrès
- 4 Exponentes
- 5 Zénith de Nantes

123 structures





# RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

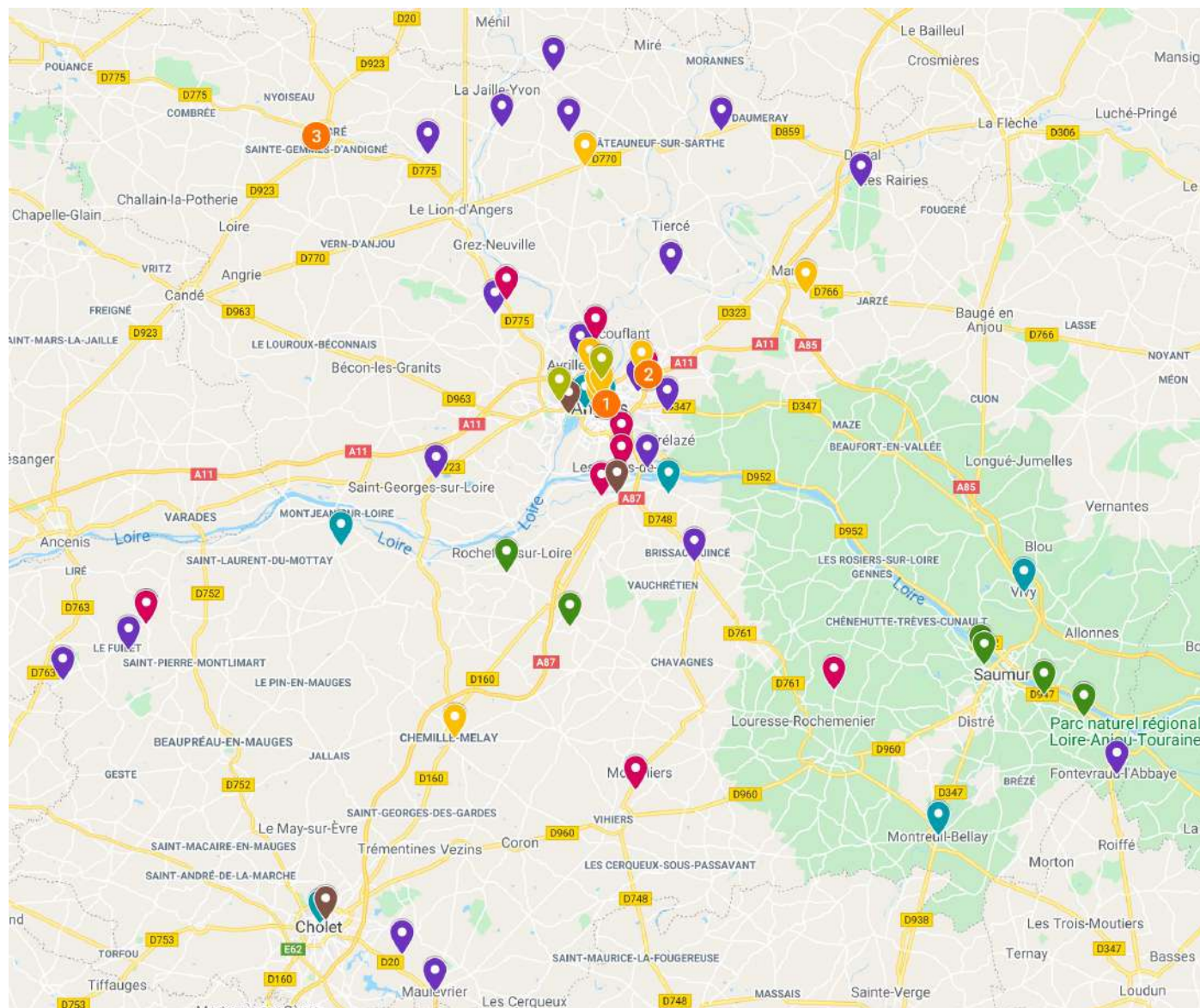
### L'OFFRE DU MAINE-ET-LOIRE

- Châteaux / demeures
- Domaines viticoles
- Espaces évènementiels
- Hôtels
- Résidences / VV
- Sites de loisirs/sportifs
- Autres sites

### Centres de congrès, parcs expo

- 1 Jean Monnier
- 2 Parc des expos Angers
- 3 Parc des expositions de Segré

62 structures



# RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

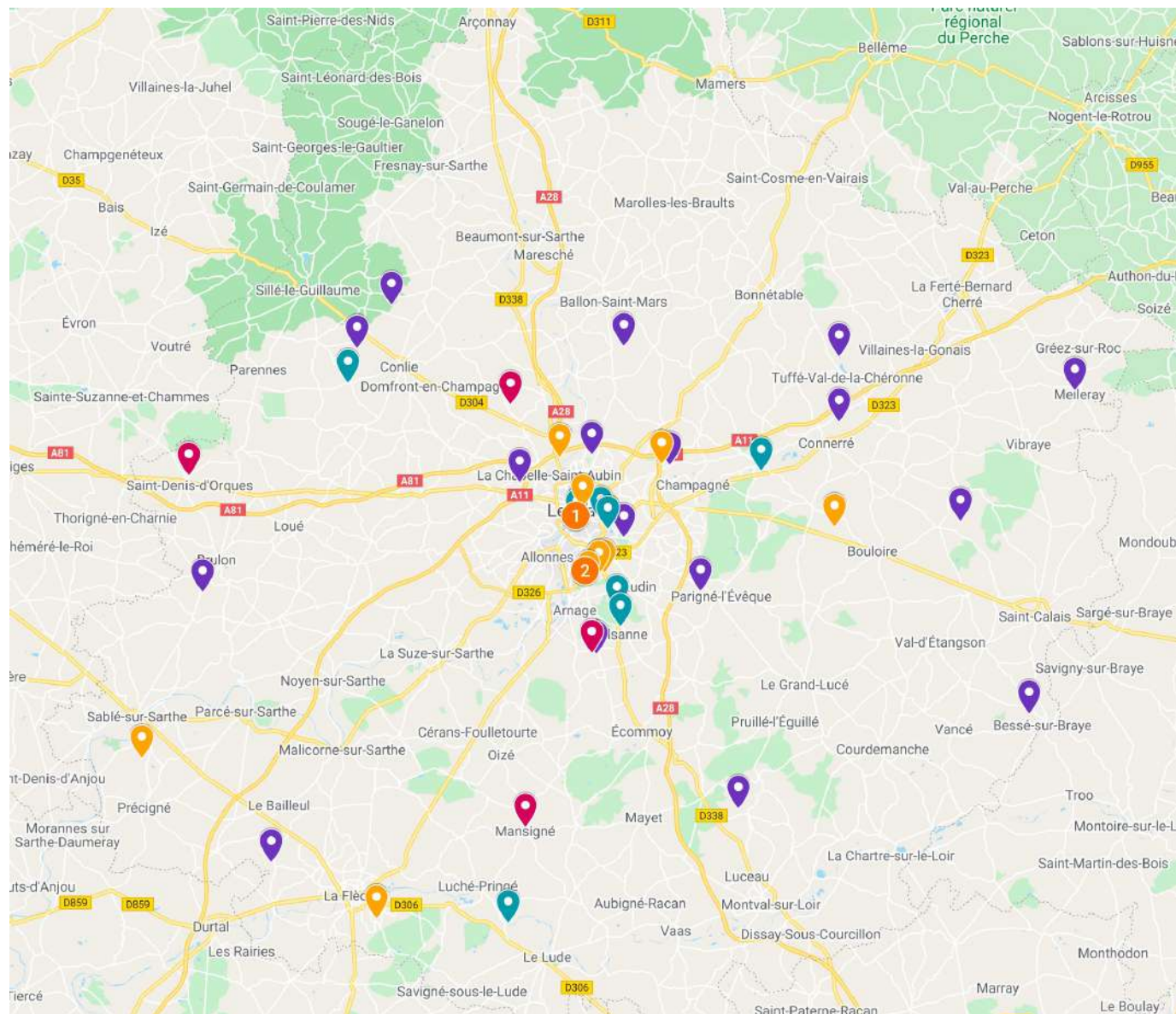
### L'OFFRE DE LA SARTHE

- 📍 Châteaux / demeures
- 📍 Espaces événementiels
- 📍 Hôtels
- 📍 Sites de loisirs/sportifs

### Centres de congrès, parcs expo

- 1 Palais Congres Le Mans
- 2 Centre des Expos Le Mans

44 structures





# RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

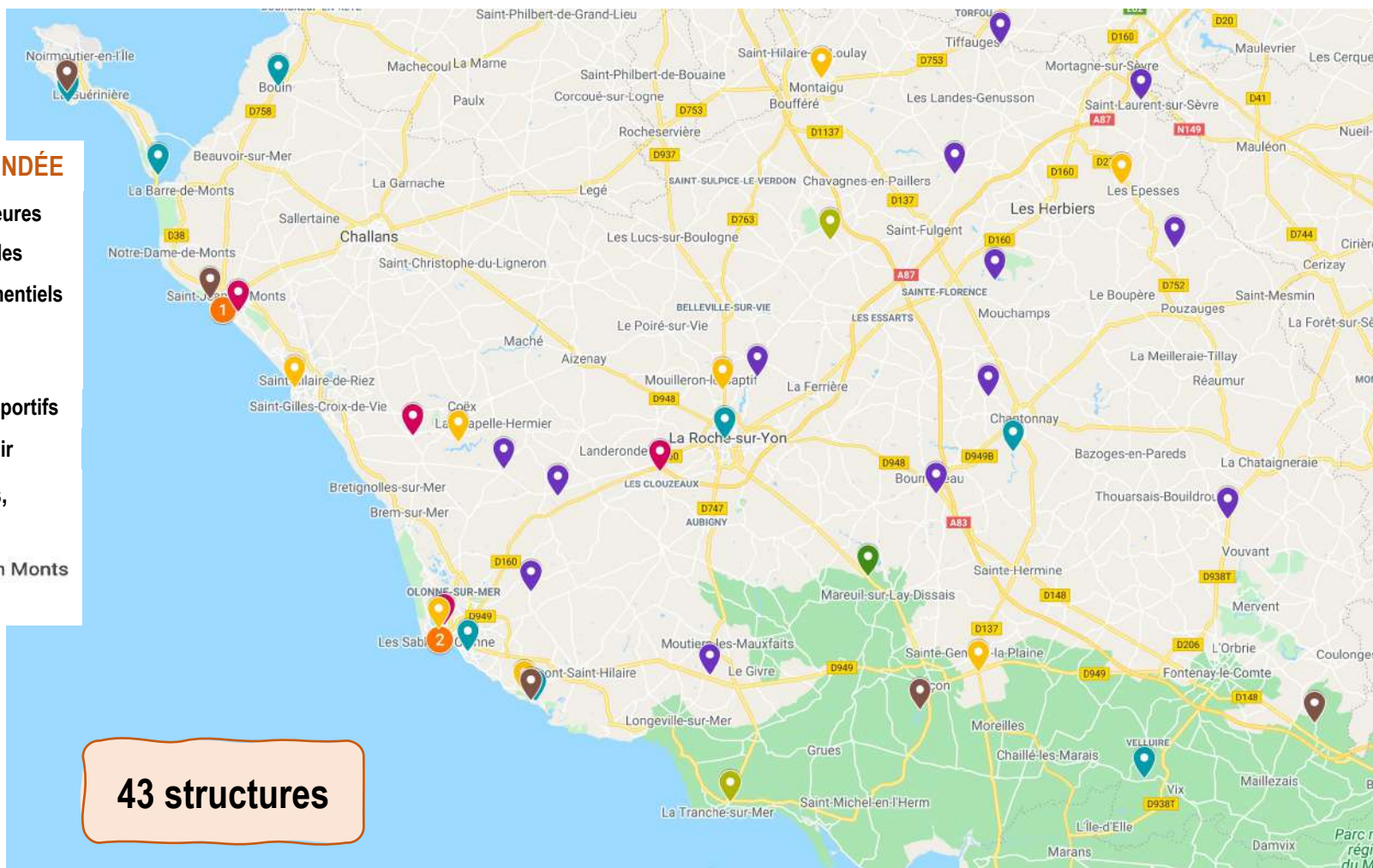
## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

### L'OFFRE DE LA VENDÉE

- Châteaux / demeures
- Domaines viticoles
- Espaces événementiels
- Hôtels
- Résidences / VV
- Sites de loisirs/sportifs
- Hôtels de plein air

Centres de congrès,  
parcs expo

- 1 Odyssea - St Jean Monts
- 2 Les Altantes



43 structures

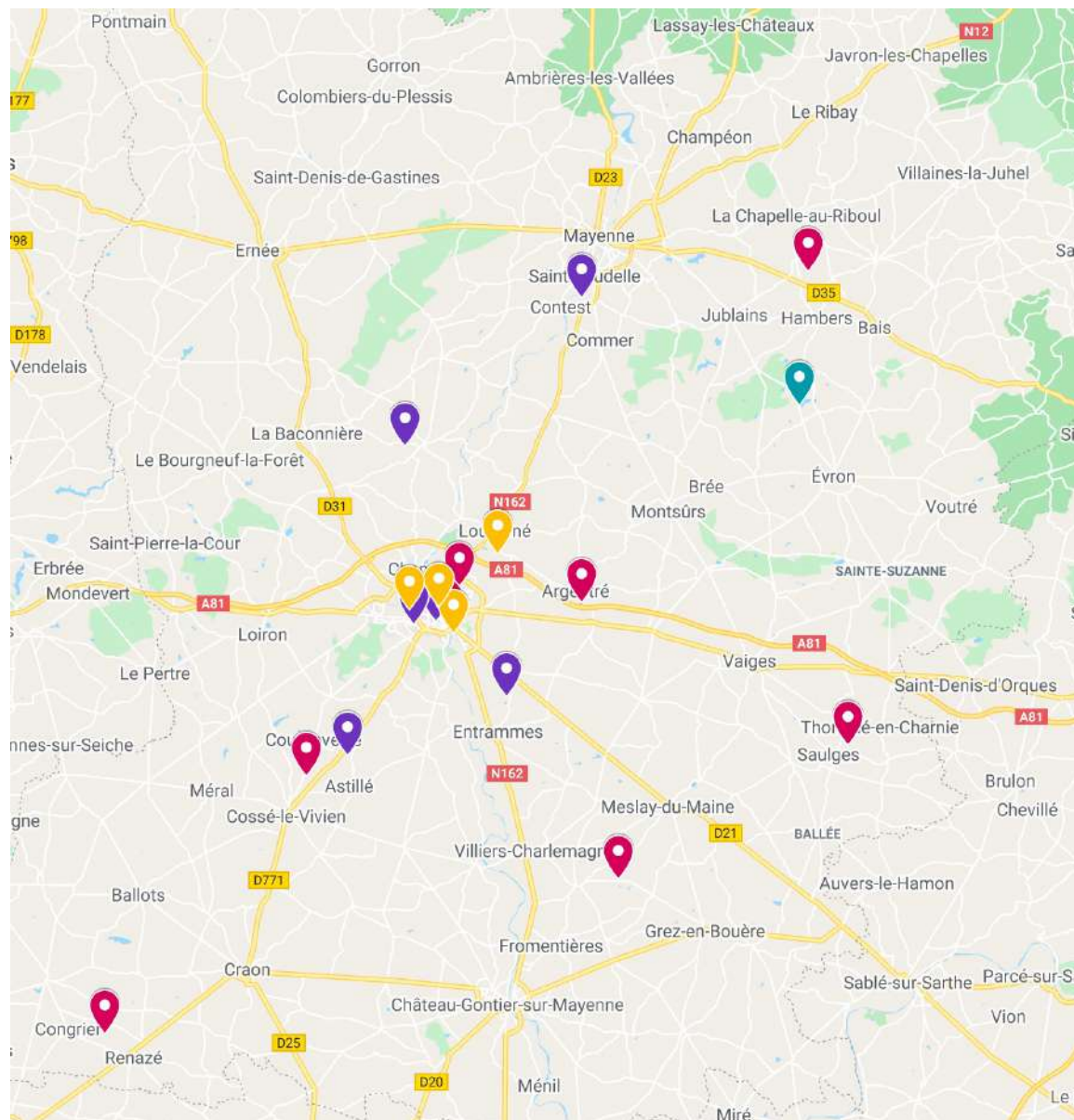
# RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

### L'OFFRE DE LA MAYENNE

- Châteaux / demeures
- Espaces événementiels
- Hôtels
- Sites de loisirs/sportifs

19 structures

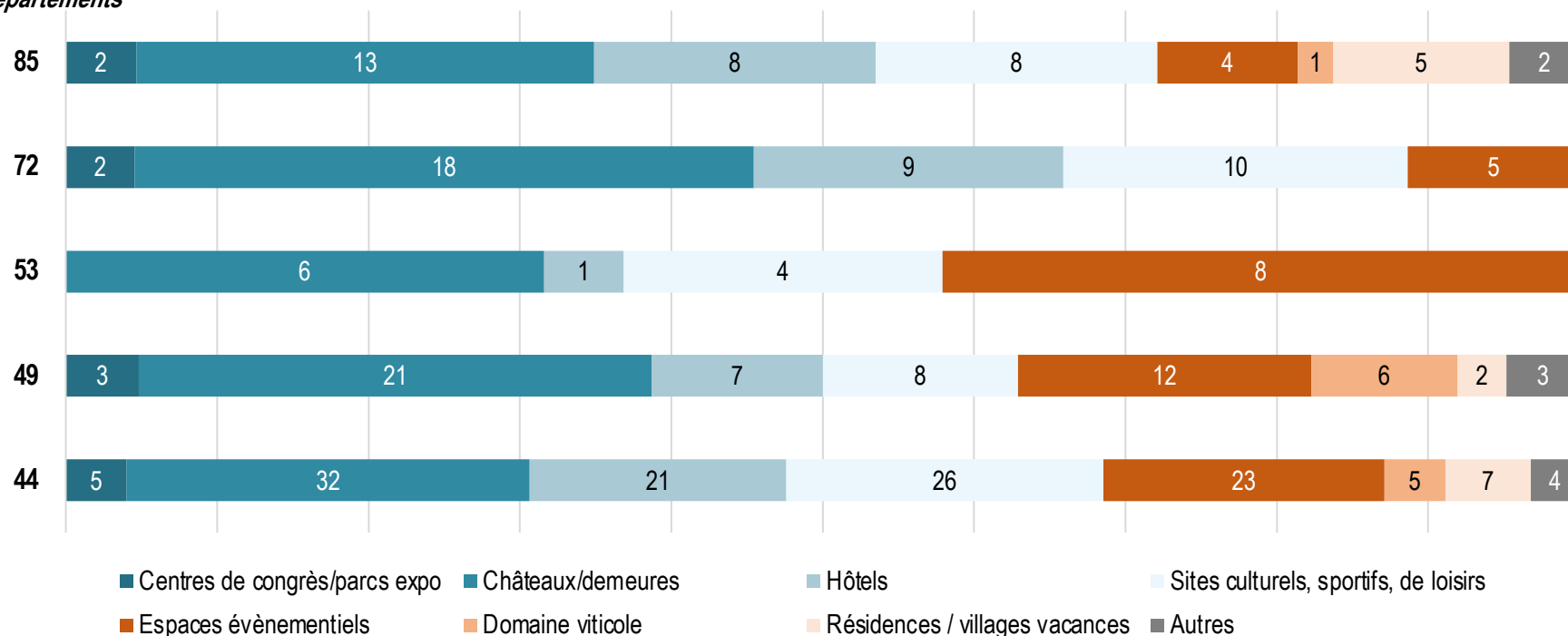


# RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

### TYPE DE STRUCTURES PAR DÉPARTEMENT

#### Départements



En Loire-Atlantique et dans le Maine-et-Loire, l'offre est hétérogène, tous les types de structures sont bien représentés. Ces 2 départements concentrent plus particulièrement, le parc des centres de congrès / parcs expositions des Pays de la Loire, les domaines viticoles, les résidences de tourisme / villages vacances et les espaces évènementiels.

Dans la Sarthe, les châteaux et demeures de caractère dominant l'offre en espaces réceptifs, suivi par les sites sportifs avec notamment le complexe sportif et culturel Antarès, le stade MMARENA, les espaces des 24H du Mans et du pôle européen du cheval.

En Mayenne, on retrouve essentiellement des châteaux et demeures et des espaces évènementiels aux capacités limitées.

En Vendée, les prestataires sont variés. Le département, axé sur un tourisme balnéaire, se démarque par une bonne représentativité des villages vacances et des sites de loisirs. A noter, Vendée Expansion a mené une étude sur le tourisme d'affaires en 2018, actualisée en 2019, comprenant une enquête menée auprès de 170 établissements : [https://www.vendee-expansion.fr/publications/documents/etudes-thematiques/Chiffres\\_cles\\_2019\\_Tourisme\\_Affaires\\_Vendee.pdf](https://www.vendee-expansion.fr/publications/documents/etudes-thematiques/Chiffres_cles_2019_Tourisme_Affaires_Vendee.pdf).



# CARACTÉRISTIQUES DE L'OFFRE

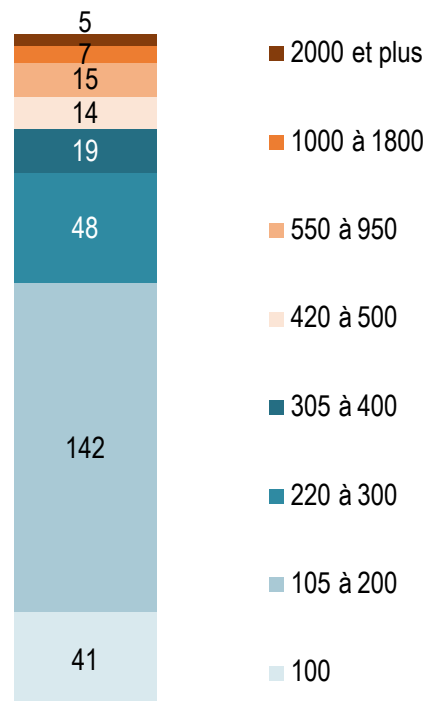
## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

### LES CAPACITÉS

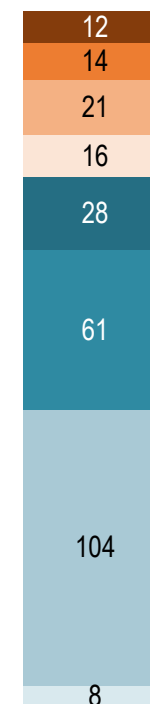
- Pour plus de 60 % des structures, les capacités d'accueil ne dépassent pas les 200 places en plénière, pour leur plus grand espace. Et parmi elles, 40 % n'ont qu'1 ou 2 salles. Les châteaux et demeures de caractère constituent plus du tiers de cette offre.
- Parmi les structures disposant d'espace de taille intermédiaire (entre 200 et 400 places assises), plus de la moitié est composée d'hôtels et de châteaux / demeures de caractère.
- Seuls 14 % des prestataires des Pays de la Loire offrent une capacité supérieure à 400 places en plénière, soit une quarantaine de structures. Dans lesquels, on retrouve bien sûr les centres de congrès et parcs des expositions, mais aussi des salles de spectacles, des cinémas, des complexes sportifs et culturels, quelques hôtels (Westotel de Nantes, les Jardins de l'Anjou à Mauges-sur-Loire, les Jardins de l'Atlantique à Talmont-Saint-Hilaire qui présentent également un grand nombre salles) et sites de loisirs (le Puy du Fou, les 24H du Mans, Escal'Atlantique à Saint-Nazaire, le Pôle Européen du Cheval dans la Sarthe ou encore l'Hippodrome de Pornichet).
- Les principaux sites en termes de capacité sont des parcs expositions de Nantes, Angers et Le Mans.
- Les capacités sont logiquement plus importantes en configuration cocktail. 18 % des sites peuvent accueillir plus de 500 personnes en cocktail.
- Parmi les établissements qui peuvent proposer une configuration en U, les capacités sont très largement comprises entre 30 et 50 participants. Au-delà il semble difficile de former un U, sauf à en agencer un double pour accueillir 70 à 80 personnes.

### Répartition des structures MICE en fonction de la capacité max du plus grand espace (hors barnum)

#### En configuration conférence

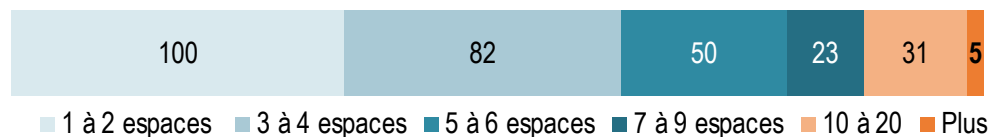


#### En configuration cocktail\*



\*Calcul sur 265 structures car certaines n'accueillent pas de cocktail (hôtels, cinémas, villages vacances)

### Nombre d'espaces dédiés par structure





# CARACTÉRISTIQUES DE L'OFFRE

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

### LES AUDITORIUMS

- L'auditorium est un outil idéal pour des congrès et conventions. Il est souvent préféré à la salle plénière car jugé plus confortable et pratique pour ce type de manifestation, exception faite de la période actuelle de pandémie qui impose une distanciation physique plus facile à mettre en place dans une salle plénière.
- Seuls 12 % des prestataires régionaux disposent d'un ou plusieurs auditoriums, soit **36 structures**.
- Près de la moitié d'entre eux sont des sites de loisirs : cinémas, musées, théâtres – sachant que ces sites sont dédiés en premier lieu à une clientèle grand public.
- On retrouve également :
  - les centres de congrès
  - quelques espaces événementiels : centres de séminaires, grands espaces culturels et de rencontre tels que l'Odysée, l'Espace Mayenne, le Laval Virtual Center qui organise un salon international autour des techniques immersives depuis 1999
  - des châteaux et demeures, notamment l'Abbaye de Fontevraud qui dispose en plus de son auditorium de 400 places, de 10 salles dont la plus grande couvre 1 000 m<sup>2</sup>, et le Château de la Forêt au Cellier ouvert en 2019.
  - quelques hôtels
  - les écoles d'Angers dont la cible MICE n'est pas prioritaire.
- Les plus grandes capacités d'auditoriums se retrouvent logiquement dans les centres de congrès, notamment la Cité des Congrès de Nantes, le Palais des congrès du Mans, ainsi qu'au Puy du Fou qui dispose de 2 auditoriums de 500 et 3 000 places.

### L'offre en auditoriums dans les structures MICE des Pays de la Loire – hors cinémas

Sites	Nombre auditoriums et capacités	Sites	Nombre auditoriums et capacités
Cité des congrès Nantes	3 de 450, 800 et 2.000 places	Groupe ESEO - Angers	4 de 63 à 336
Palais des congrès du Mans	4 de 45, 75, 230, 1.400 places	Terra Botanica - Angers	1 de 325 places
Centre de congrès Jean Monnier - Angers	1 de 1 200 places	Salons d'affaires de la CCI - Nantes	1 de 306
Puy du Fou	2 de 500 et 3 000 places	Casino JOA Saint-Brévin	1 de 258 places
L'Odysée - Orvault	1 de 900	Domaine le Martinet - Bouin	1 de 180 places
Centre de congrès la Fleuriaye - Carquefou	1 de 814 places	Maubreuil Séminaires - Carquefou	1 de 170
Les Atlantes – Sables d'Olonne	1 de 795 places	Château de la Forêt – Le Cellier	1 de 150 places
Westotel Nantes	2 de 150 et 500 places	Musée d'arts de Nantes	1 de 140 places
Espace Mayenne	1 de 493	Domaine des Lys - Ancenis	1 de 130 places
Théâtre de Thalie - Montaigu	1 de 480 places	La Cité du Lait - Laval	1 de 108 places
ESSCA School of Management - Angers	6 de 42 à 420 places	Hôtel Loire & Sens – Juigné-sur-Loire	1 de 100 places
Abbaye de Fontevraud	1 de 400 places	Escal'Atlantique – St-Nazaire	1 de 96 places
Théâtre Foirail Camifolia – Chemillé-en-Anjou	1 de 400 places	Musée des Beaux Arts - Angers	1 de 90 places
Odysée - St-Jean-de-Monts	1 de 392 places	Laval Virtual Center - Change	1 de 80

# CARACTÉRISTIQUES DE L'OFFRE

## Les espaces réceptifs professionnels en Pays de la Loire

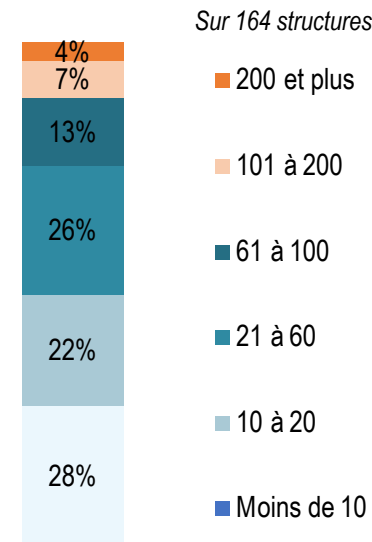
### L'OFFRE EN HÉBERGEMENT

- **Plus de la moitié des prestataires disposent d'une offre en hébergement.**
- Il s'agit d'hôtels, de villages vacances et résidences de tourisme, de campings, mais aussi de châteaux, demeures de caractère et domaines viticoles – les ¾ d'entre eux proposent des hébergements sous la forme d'hôtellerie, de chambres d'hôtes, de gîtes, d'hébergements insolites et des espaces événementiels.
- La moitié des établissements réceptifs disposent d'une offre en hébergement de petite capacité – moins de 20 clés – et seulement 11 structures comptent plus de 100 chambres :
  - des hôtels notamment ceux du Puy du Fou (400 chambres),
  - des villages de vacances. Avec ses 777 chambres sous la forme de maisons, la résidence Pierre & Vacances Port Bourgenay offre, de loin, la plus grande capacité,
  - Maubreuil Séminaires à Carquefou qui a ouvert en 2016, est le centre de formation du CIC et du Crédit Mutuel, mais il réalise 30 % de son activité avec des sociétés extérieures. Il dispose d'un hôtel de 105 chambres ouvert à une clientèle extérieure depuis 2020.

### LES TARIFS

- Un cinquième des établissements recensés communique sur le tarif des forfaits journées d'études, seule formule qui permette une comparaison car les prix de location des salles varient considérablement en fonction des capacités, des types d'espace, de leurs équipements,... et ne sont donc pas assimilables.
- Ce sont surtout les hôtels qui affichent leur tarif car la journée d'études est une formule courante dans l'hôtellerie.
- Il s'agit d'un tarif « à partir de », c'est le prix de base. Le montant de la journée d'études s'échelonne entre 32 et 100 € HT, la fourchette est donc large.
- Pour les séminaires résidentiels, les tarifs varient de 105 à 250 € HT.

### Nombre de chambres par structure



#### Tarifs moyens par personne, à partir de :

- **Journée d'études : 56 € HT**

Location salle, 2 pauses, déjeuner.

- **Séminaire résidentiel : 170 € HT**

Location salle, 2 pauses, déjeuner, dîner, chambre single, petit déjeuner.

Au plan national, **nos études Coach Omnium** indiquent que 48 % des entreprises organisatrices de MICE dépensent plus de 61 € HT par personne en journée d'études. 61 % dépensent plus de 151 € HT par personne / jour en séminaire résidentiel.

### LES DÉMARCHES ÉCO-RESPONSABLES

- **Elles sont plutôt rares** parmi les espaces réceptifs des Pays de la Loire. On ne retrouve que 3 sites écolabellisés : Hostellerie le Bon Pasteur à Angers, Ethic étapes Lac de Maine à Angers et le Domaine de l'Oiselière à Chauché en Vendée. Le Puy du Fou a obtenu le label Green Globe dès 2012. Certains sites s'intéressent au sujet sans pour autant rechercher une labellisation ou certification, comme le Domaine Land Rohan à Vigneux-de-Bretagne ou le parc Echologia à Louverné.
- Les centres de congrès / parcs expositions sont en revanche plutôt engagés dans les démarches responsables. Le Palais des congrès Atlantia à La Baule a été le premier site de province en 2015 à obtenir la certification Iso 20121, le Palais des congrès du Mans est certifié Iso 20121 et « Charte Qualité et Développement Durable de France Congrès ». Angers Expo Congrès a engagé une démarche de responsabilité sociétale (RSE) qui s'appuie sur les lignes directrices de la norme ISO 26000. Sur Nantes, EXPONANTES a été le premier parc des expositions certifié Iso 14001 en Europe (en juin 2010). Il est également certifié ISO 26000 et Iso 20121. La Cité des Congrès est certifiée ISO 9001, ISO 20121 et « Charte Qualité et Développement Durable de France Congrès ». C'est également à Nantes qu'est né le label « événement éco-engagé » (cf. ci-dessous). A noter, le tout nouveau Espace Mayenne n'affiche rien sur son engagement en la matière.



#### Les certifications spécifiques à l'évènementiel :

**La Charte Qualité et Développement durable France Congrès** certifie les centres de congrès respectant des engagements (25) répertoriés selon 3 grands principes : accompagner le client pour un événement réussi, communiquer et sensibiliser sur l'écoresponsabilité, agir en faveur de la préservation de l'environnement.

**La certification QualiCongrès** délivrée par l'AFAQ est une marque de qualité des prestations des centres de congrès. Parmi les conditions de la certification Qualicongrès figurent l'obligation de mettre à disposition un chargé d'événement joignable pendant la manifestation, ainsi qu'un personnel qualifié et des aides logistiques ou encore des réponses rapides aux demandes de devis.

**Iso 20121**, certification internationale consacrée à l'évènementiel qui prône la consommation responsable pendant les événements, le but étant d'en maîtriser les impacts économiques, sociaux et environnementaux. 93 entreprises événementielles ou événements uniques sont certifiés en France et 56 sont en processus de certification.

**Label « événement éco-engagé »** délivré par le réseau Éco Événement REEVE initié en 2012 par la Mission Développement Durable et Climat de Nantes Métropole dont le principe est d'obtenir un « événement qui intègre les enjeux environnementaux et sociétaux dans son organisation et dans ses relations avec les parties prenantes. »

**Green Globe** : ce label international particulièrement exigeant s'applique à tout le secteur touristique et à l'évènementiel. Il s'intéresse aussi bien à la politique environnementale qu'au système de management du développement durable.

**Safe V** est l'un des plus récents labels destiné à l'évènementiel. Il a été mis en place en 2020 par le Bureau Veritas et VIParis en collaboration, en réaction à la crise sanitaire liée à la pandémie de Covid-19 et à la nécessité de rassurer le public tout en certifiant la crédibilité des sites événementiels.



- **291 espaces réceptifs** (capacité minimale de 100 places en plénière) dont 30% de châteaux / demeures de caractère.
- 7 centres de congrès, 4 parcs des expositions, 1 zénith.

## Répartition géographique



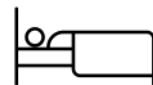
- Concentration sur les principales agglomérations – Nantes, Angers, Le Mans – et sur la côte Atlantique.
- **42 % de l'offre régionale en Loire-Atlantique** vs 7 % en Mayenne.

## Capacités



- Capacités d'accueil < 200 places en plénière pour plus de 60 % des structures.
- **Capacité > 400 places** en plénière pour 14 % des structures.
- Auditorium(s) chez 12 % des prestataires => capacité < 500 places pour plus de la moitié.

## Offre en hébergement



- Concerne **plus de la moitié** des sites réceptifs, majoritairement de petite capacité (< 20 clés).

## Tarifs



- Tarifs moyens en journée d'études : 56 € HT\*.

\* Reflète la moyenne d'un cinquième des établissements recensés.

## Engagements éco-responsables



- Engagements pour la majorité des **centres de congrès / parcs expositions**, mais plus rares parmi les autres sites réceptifs.





## LES PRINCIPAUX ACTEURS MICE DES PAYS DE LA LOIRE

# LES COMITÉS DÉPARTEMENTAUX DU TOURISME

## Les principaux acteurs et sites MICE

Des 5 Agences de Développement Touristique, **la Sarthe et la Vendée sont les seuls à disposer d'un espace dédié congrès /séminaires**. Les autres ont des espaces dédiés « groupes tourisme » uniquement.

### Congrès & séminaires en Sarthe

Créé sous l'égide de Sarthe Tourisme en partenariat avec la CCI du Mans et de la Sarthe, il s'agit d'un espace B to B de mise en relation entre l'offre et la demande.

Site dédié : [www.congres-seminaires-sarthe.com](http://www.congres-seminaires-sarthe.com).

#### **Son contenu :**

- Recensement et présentation (via des fiches descriptives imprimables) de sites et lieux de séminaires par thématique « lieux de caractère », « pleine nature », « séminaire de direction », « sites de loisirs ou insolite », « standing ».
- Recensement et présentation de 3 agences réceptives et services.
- Edition de 2 chartes techniques dédiées aux agences et lieux d'événement téléchargeables sur le site. Les professionnels associés à la démarche s'engagent à se conformer à ces chartes.

### Businessland Sarthe

Ce collectif a été créé par 11 acteurs du tourisme, du sport et des loisirs afin de simplifier la tâche des clients organisateurs. Sa mission est la mise en relation des organisateurs avec le ou les sites du collectif les plus adaptés aux demandes/attentes des clients.



Site dédié : [www.business-land.fr](http://www.business-land.fr)

#### **Son contenu :**

- Recensement des 10 sites évènementiels : présentation succincte et coordonnées,
- Présentation succincte de l'Office de Tourisme du Mans et des capacités hôtelières,
- Des suggestions de déroulés d'événements.

### Congrès & séminaires Vendée tourisme

Agence réceptive immatriculée auprès d'Atout France. Elle assure la gestion d'événements professionnels dans leur globalité, y compris la mise en place de plateforme dédiée à la réservation en ligne de congressistes.

Onglet rattaché au site du CDT = [www.vendee-tourisme.com/affaires](http://www.vendee-tourisme.com/affaires)

#### **Son contenu :**

- Recensement et présentation de sites et lieux de séminaires : « hébergements avec lieux de réception », « espaces évènementiels », ainsi que des sites et activités de loisirs et 5 agences de communication,
- Présentation d'une vidéo promotionnelle,
- Présentation d'actualités et nouveautés MICE,
- Présentation de quelques réalisations de l'équipe.

Une charte confiance sanitaire a été mise en place en 2020 par Vendée Tourisme et Vendée Destination Affaires pour rassurer les clients et participants sur l'engagement des structures qui les reçoivent.



Afin de mieux connaître le marché et d'améliorer l'attractivité de la Vendée en matière de tourisme d'affaires, une enquête a été menée en 2018 auprès de 170 établissements vendéens, soit 106 hôtels et 14 centres de congrès, espaces évènements et sites de loisirs.

# ZOOM SUR LA MÉTROPOLE NANTAISE

## Les principaux acteurs et sites MICE

### LA CITÉ DES CONGRÈS

La Cité des Congrès est gérée par une SPL en délégation de service public. Elle a été inaugurée en 1992. Elle est située dans le centre ville au sein du quartier International d'affaires Euronantes.

#### L'offre :

#### Espaces congrès

- Grand Auditorium : 2 000 places
- Auditorium 800 : 800 places
- Auditorium 450 : 450 places
- Salle 300 : 300 places
- Salle 200 : 200 places
- Salle de conseil : 100 places
- Foyer bas : 5 salles de 30 à 80 places
- Foyer haut : 8 salles de 30 à 100 places

#### Espace expositions

- Grande Halle : 2 500 m<sup>2</sup>
- Mezzanine : 500 m<sup>2</sup>
- Espace polyvalent R0 : 600 m<sup>2</sup>
- Espace polyvalent R2 : 600 m<sup>2</sup>
- Grande Galerie : 900 m<sup>2</sup>
- Foyer Grand Auditorium : 1 000 m<sup>2</sup>

Elle propose des forfaits clé en main à partir de 49 € HT par jour et par personne.

La Cité des Congrès est engagée dans une démarche RSE et a clôturé en 2019 un cycle de certification de 3 ans sur la base des normes ISO 9001 et ISO 20121. Elle est également certifiée Charte Qualité et Développement Durable France Congrès, AIPC Quality Standards niveau « Or ».

Elle fera prochainement l'objet d'une **restructuration** visant la création de bureaux, d'un café coworking, d'une terrasse, ainsi que la réfection de l'étanchéité, pour un budget de 4M€. Le **vaste programme d'origine de modernisation et d'extension de 40 M€** qui avait été voté en octobre 2019 **ne verra donc pas le jour**, mais « des opérations de gros entretiens et de grosses rénovations » restent prévues entre 2021 et 2026 pour une enveloppe de 20 M€.

Activité 2019 :	MICE	6 328 K€
Chiffre d'affaires = 10,983 M d'€ en 2019, en progression constante depuis 3 ans. Il se répartit ainsi :	Productions économiques	427 €
	Accueil culturel	2 596 K€
	Productions culturelles	1.631 K€

Taux d'occupation : 50 %



La Cité des Congrès se positionne en tant que producteur, coproducteur et coréalisateur de festivals, de saisons musicales et d'événements. Ainsi, elle produit 2 festivals : les Utopiales (Festival International de Science-Fiction) et Atlantide (Festival littéraire), 3 événements musicaux : Jazz en Phase le parcours, Baroque en Scène lancée en 2012, les Éclats Francophones initiés en 2013.



# ZOOM SUR LA MÉTROPOLE NANTAISE

## Les principaux acteurs et sites MICE

### EXPONANTES

Exponantes, propriété de Nantes Métropole, est gérée et commercialisée par la SA Exponantes, dont l'actionnaire majoritaire est la CCI de Nantes Saint-Nazaire depuis 2011.

Le parc des expositions Exponantes est voisin du Stade de la Beaujoire, à hauteur de la sortie 40 du boulevard périphérique (Porte de la Beaujoire), au Nord de la ville.

#### L'offre :

66.000 m<sup>2</sup> de surface d'exposition, dont 38.000 m<sup>2</sup> couverts. Il comprend 4 halls et 10 salles de réunions modulables.

Salle 500	500 m <sup>2</sup>	Hall 1	2 500 m <sup>2</sup>
Pavillon de Presse	250 m <sup>2</sup>	Hall 2	3 100 m <sup>2</sup>
Salle Erdre	465 m <sup>2</sup>	Hall 4	5 100 m <sup>2</sup>
Salle Loire	430 m <sup>2</sup>	Grand Palais niveau 1	5 500 m <sup>2</sup>
Espace traiteur Le Vallon	500 m <sup>2</sup>	Hall XXL	12 500 m <sup>2</sup>

En juin 2010, EXPONANTES a été le premier parc des expositions certifié Iso 14001 en Europe. Il est également certifié ISO 26000 et Iso 20121, et est très engagé en termes de démarche environnementale (gestion des déchets, optimisation des ressources et des énergies, valorisation de la biodiversité, prévention des pollutions).

Il propose des forfaits clé en main à partir de 44 € HT par jour et par personne pour les séminaires comprenant entre 50 et 90 personnes.

#### La modernisation d'Exponantes

D'importants travaux de modernisation et d'extension ont été réalisés en 2013 sur le parc des expositions avec une augmentation de 8 000 m<sup>2</sup> de la surface couverte, via la réalisation d'un nouveau Hall XXL et d'un espace d'accueil supplémentaire. Les espaces paysagers ont été revus et un restaurant de 400 places assises a été créé. Ont également été engagés un renouvellement du mobilier, un changement de l'ensemble des sanitaires, la mise en place d'une nouvelle signalétique, l'installation du wifi et de la fibre optique,...

#### Activité 2019 :

Exponantes accueille chaque année plus de **85 évènements** : salons professionnels et grand public — le cœur de cibles —, gros congrès que ne peut accueillir la Cité des Congrès pour des questions de disponibilité ou de capacité, des évènements d'entreprise (conventions, séminaires, soirée de gala,...).



Parmi les manifestations accueillies : Les Florales Internationales de Nantes, le Carrefour International du Bois, Technotrans, le Jumping International de Nantes, le Salon des Solutions Techniques Territoriales, le Congrès National de l'Ordre des Experts Comptables, le congrès national des Avocats, le congrès national des Pompiers... Les principaux secteurs d'activité représentés dans les grands congrès relèvent des secteurs régaliens.

Le marché est essentiellement français et un bon laboratoire pour les salons grands publics. « *Nantes est un ersatz de la France. Quand les parisiens cherchent à délocaliser un salon, ils s'intéressent facilement à Nantes.* »

Exponantes est également producteur de salons de référence en France : La Foire Internationale de Nantes, Serbotel (métiers de bouche-hôtellerie-restauration), le Salon de l'Industrie et de la Sous-Traitance du Grand Ouest, Créativa, le Salon Européen des Pêches, le salon Habitat Déco (aménagement-déco-habitat durable), Salon de l'Antiquité et Collections, Salon du Mobilier... ainsi que le festival Art to Play.

# ZOOM SUR LA MÉTROPOLE NANTAISE

## Les principaux acteurs et sites MICE

### LE VOYAGE À NANTES – service groupes entreprises

La SPL Voyage à Nantes, créée en 2011, a pour objet la promotion culturelle et touristique de la destination. Son modèle est atypique dans la mesure où elle gère 3 délégations de services publics distincts : Nantes Tourisme (l'office du tourisme) qui recouvre la Hab Galerie, le Château des Ducs de Bretagne et les Machines de l'Île qui produit et organise le festival d'art contemporain « le Voyage à Nantes ».

Au sein de cette SPL, un service « groupes entreprises », de 5 à 6 salariés, est dédié à la commercialisation des espaces réceptifs. Sur 28 millions d'€ de budget annuel, 1,5 million provient de la location d'espaces.

#### Ses missions :

- la commercialisation des espaces réceptifs auprès des entreprises, ainsi que des offres qui gravitent autour : visites guidées, croisières, traiteurs,...
- la promotion : participation à des salons (Réunir, Heavent), édition d'une brochure, campagne web, partenariat, Eductour,...

#### L'offre

Les Machines de l'Île : site industriel réagencé couvrant 5 000 m<sup>2</sup> et pouvant accueillir jusqu'à 1 500 personnes en banquet et 3 000 en cocktail.

La Hab Galerie : galerie d'art contemporain située dans les anciens hangars de stockage et de murissement des fruits, au cœur d'un lieu de vie nantais (bars, restaurants,...). Elle couvre 1 400 m<sup>2</sup> et peut accueillir jusqu'à plus de 800 personnes en cocktail.

Le Château des Ducs de Bretagne : espaces d'exposition du Harnachement (400 m<sup>2</sup> maximum) + des salons séminaires de 60 à 150 m<sup>2</sup>.

*Le Château des Ducs de Bretagne et Les Machines de l'Île sont les 2 premiers sites de visites de la Loire-Atlantique avec respectivement 1,5 million et 738 000 visiteurs en 2019.*



#### L'activité :

Les Machines de l'Île : une cinquantaine d'évènements par an, essentiellement des dîners de gala et des cocktails en complémentarité des congrès et conventions se déroulant à la Cité des Congrès ou à Exponantes, ainsi que quelques salons. Les clients émanent à 50 % de la région et à 50 % de la région parisienne.

La Hab Galerie : une vingtaine d'évènements par an, surtout des soirées, des cocktails et plus rarement des conventions (jusqu'à 400 personnes).

Le Château des Ducs de Bretagne : une cinquantaine de manifestations par an, sous la forme de séminaires, conventions d'entreprises réunissant une centaine de personnes. Les clients proviennent à 80 % de la région et à 20 % de la région parisienne.

L'activité MICE de ces sites est très dépendante de leur programmation culturelle, qui prime. Ainsi, la Hab Galerie est disponible environ 4 mois par an seulement, surtout en hiver, ce qui offre une complémentarité avec les Machines de l'Île, davantage prisées en été car ouvertes. Le bâtiment Harnachement du Château des Ducs de Bretagne accueille régulièrement des expositions, limitant les espaces séminaires disponibles.

#### Bilan de la SPL Voyage à Nantes en 2018

Produits d'exploitation = 32 M d'€ dont plus de la moitié en subventions,  
Charges d'exploitation = 32,5 M de charges d'exploitation.

# ZOOM SUR LA MÉTROPOLE NANTAISE

## Les principaux acteurs et sites MICE

Le **bureau des congrès** est rattaché à l'agence de développement économique, cas atypique, car il est généralement plutôt rattaché à l'Office du Tourisme. Il est récent puisqu'il existe depuis 4 ans seulement dans son format actuel.

**Ses missions** : l'information et le conseil, l'aide à la réalisation de dossiers de candidatures, la mise en relation.

### Ses principales actions :

- Informations et conseils sur l'offre de Nantes en termes d'accueil d'événements professionnels,
- Mise en relation entre clients et prestataires,
- Organisation de visites de repérage,
- Proposition de programmes culturels / touristiques pour les participants et accompagnants,
- Aide à la rédaction de dossiers de candidature.

### Le Club MICE

Structure attenante au Convention Bureau, le Club MICE (association à but non lucratif) rassemble environ 80 membres : institutions et équipements (Nantes Métropole, Voyage à Nantes, Cité des Congrès, Exponantes,...) et acteurs privés (exploitants d'espaces MICE, agences réceptives et événementielles, agences d'hôtes d'accueil, traiteurs, hôteliers, transporteurs,...).

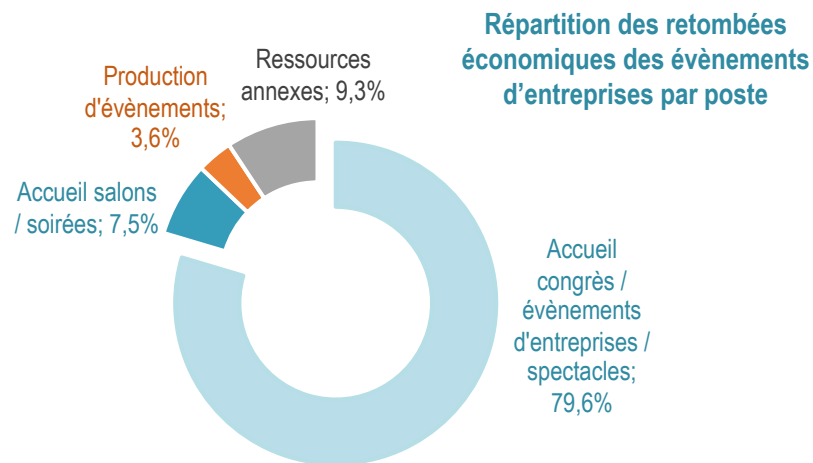
Ses objectifs visent au renforcement de la visibilité de l'offre en termes d'accueil d'événements professionnels et promouvoir cette offre à l'échelle nationale, voire internationale.

D'après le directeur du bureau des congrès, les filières économiques clés du territoire ne sont pas assez exploitées, malgré un très bon développement et structuration des réseaux « d'ambassadeurs » : scientifiques locaux ayant une aura internationale suffisante pour attirer des congrès et conventions internationales. Pour autant, il n'existe pas de club des Ambassadeurs sur Nantes, structure qui regroupe des personnalités des sphères économiques, industrielles, universitaires et de la recherche, membres de réseaux ou d'association qui puissent participer à l'essor de Nantes sur le plan international.

Nantes s'est maintenue en 2019 à la **7<sup>ème</sup> place nationale du classement ICCA** (International Congress and Convention Association) derrière Paris, Lyon, Marseille, Toulouse, Nice et Bordeaux, mais devant des grandes métropoles comme Lille ou Strasbourg. Nantes a accueilli 22 événements internationaux qualifiants (au regard des critères du classement ICCA) sur les 595 recensés en France en 2019.

Nombre de manifestations recensées :

- 64 congrès pour 95 747 congressistes  
- soit 1 496 participants en moyenne
- 56 soirées d'entreprises pour 457 994 visiteurs
- 82 événements corporate pour environ 56 000 participants  
- soit 683 participants en moyenne



### Premiers secteurs d'activités représentés : la santé et les sciences.

Les principaux congrès qui se sont tenus en 2019 relevaient de ces secteurs : Titanium (1 000 participants), Congrès mondial IASP (International Association of Science Parks and Areas of Innovation – 800 participants), Congrès européen des orthodontistes (300).



# ZOOM SUR L'AGGLOMÉRATION D'ANGERS

## Les principaux acteurs et sites MICE

### CENTRE DE CONGRÈS JEAN MONNIER

Construit en 1983, il a été **renové, reconfiguré et étendu** (extension de 400 m<sup>2</sup>) d'octobre 2017 à avril 2019 et rouvert au public en mai 2019.

Un hôtel 4\* est intégré au centre de congrès.

#### Localisation :

Le Centre de congrès est situé en centre ville et desservi par le tram.

#### L'offre :

- Auditorium : 1 200 places,
- Nouvel auditorium modulable de 154 à 266 places,
- 18 salles de réunion de 10 à 420 places,
- 4 000 m<sup>2</sup> d'espaces modulables d'exposition,
- Une nouvelle terrasse avec vue panoramique.

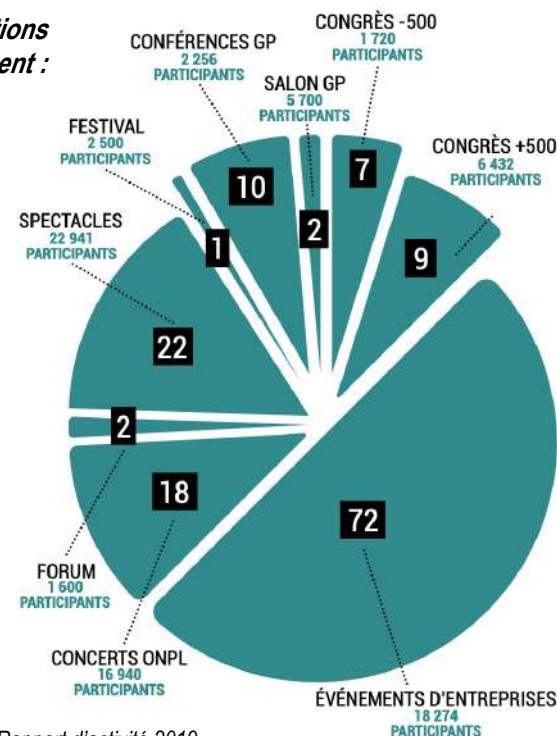
Il propose des forfaits clé en main à partir de 23 € HT par jour et par personne (hors déjeuner).



#### Activité 2019 :

Le Centre de congrès Jean Monnier, qui n'a rouvert qu'en mai 2019, a accueilli 143 manifestations, plus de 78 300 visiteurs et 140 jours d'occupation (sur 233 jours d'ouverture dont les 2 mois estivaux), soit un taux d'occupation de 61 %.

#### Répartition des manifestations par type d'évènement :



Rapport d'activité 2019

Quelques évènements marquants accueillis en 2019 : le congrès international Greensys (plus de 400 chercheurs et 200 professionnels de l'horticulture), Cities to Be (2 000 congressistes), Union Nationale de l'Outil en main (850 participants), Journées francophones de la recherche en soin (400 personnes).

# ZOOM SUR L'AGGLOMÉRATION D'ANGERS

## Les principaux acteurs et sites MICE

### PARC DES EXPOSITIONS

Il a été inauguré en 1985. Les 4 espaces d'exposition étant très modulables, il peut être exploité d'un seul tenant ou séparément.

L'offre hôtelière à proximité est réduite et essentiellement économique.

#### Localisation :

Il est situé au Nord-Est d'Angers, à l'intersection des autoroutes A11 et A87, sur la commune de Verrières-en-Anjou.

#### L'offre :

Il couvre 30 000 m<sup>2</sup> d'un seul tenant avec des espaces indépendants et interconnectés,

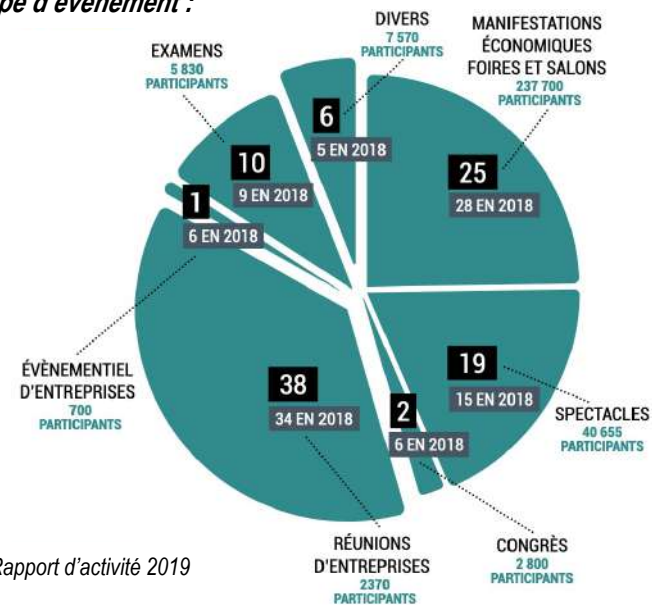
- 4 halls d'exposition connectés de 2 800, 4.000, 4 800 et 11 400 m<sup>2</sup>,
- Une salle de type « Zénith » : Amphithea de 4 000 m<sup>2</sup> (900 à 3 700 places),
- 9 salles de réunions (de 20 à 350 places),
- 6 000 places de parking.



#### Activité 2019 :

Le parc des expositions a accueilli 101 manifestations, 297 625 visiteurs (dont 20 % pour des événements professionnels et le reste pour des manifestations grand public), 5 527 exposants. 18 salons ont été organisés par des sociétés extérieures représentant 101 200 visiteurs. Il a été occupé 264 jours, soit un taux d'occupation proche de 41 %.

#### Répartition des manifestations par type d'évènement :



En 2019, il a accueilli le SEPEM Industrie qui a réuni 582 exposants et 5 000 visiteurs.

# ZOOM SUR L'AGGLOMÉRATION D'ANGERS

## Les principaux acteurs et sites MICE

### SPL ANGERS LOIRE TOURISME EXPO CONGRÈS

#### La SPL :

Créée au 1<sup>er</sup> janvier 2018, elle est issue de regroupement des 2 SEM Angers Loire Tourisme et Angers Expo Congrès.

- ⇒ Actionnariat entièrement public : Ville d'Angers, Communauté Urbaine, Angers Loire Métropole, Département de Maine-et-Loire, Région des Pays de la Loire,
- ⇒ Une équipe d'environ 100 personnes.
- ⇒ Sa vocation : faire d'Angers une destination touristique et de rencontres professionnelles.

#### Ses missions :

- ⇒ Gérer et exploiter le Parc des Expositions et le Centre de congrès Jean Monnier,
- ⇒ Gérer l'Office de Tourisme et le Convention Bureau,
- ⇒ Accueillir des événements de tous types (professionnels et grand public),
- ⇒ Organiser, développer et produire des événements participant à la promotion du territoire, soit 6 salons (le SIVAL, Salon des Vins de Loire, Foire d'Angers, Salon de l'Habitat Immobilier Décoration, Salon du Cheval).

#### Membre de :

Coésio (destination francophone de congrès), France Congrès Évènements.

#### Engagements durables :

Destination Angers adhère à la charte de Développement durable de France Congrès et propose des événements éco-conçus à travers des équipements et installations générales environnementales, des prestations de services orientés bio et équitables (traiteurs,...), des partenariats solidaires, des pratiques vertes et un outil d'évaluation carbone (ADERE).

Angers Expo Congrès a engagé une démarche de responsabilité sociétale (RSE) et s'appuie tout particulièrement sur les lignes directrices de la norme ISO 26000 pour structurer ses pratiques managériales et sociétales.

### CONVENTION BUREAU

Le Convention bureau est rattaché à l'Office de Tourisme Destination Angers et fait partie des missions de la SPL Angers Loire Tourisme Expo Congrès.

#### Ses missions :

- ⇒ Promouvoir la destination sur le marché des rencontres et événements professionnels,
- ⇒ Accompagner et faciliter l'organisation d'événements professionnels,
- ⇒ Détecter les projets innovants et incuber de nouveaux congrès (incubation et création de 4 nouveaux événements internationaux en 2019),
- ⇒ Contribuer au développement et au rayonnement des filières économiques stratégiques (végétal, électronique & numérique, santé) et émergentes.
- ⇒ Piloter et gérer la centrale d'hébergements (plateforme dédiée aux organisateurs et aux participants).

#### Ses actions promotionnelles :

- ⇒ Voyage de presse,
- ⇒ Publications dans la presse et des magazines spécialisés,
- ⇒ Présence sur des salons (IBTM, Smart Cities, Heavent Meetings),
- ⇒ Accueil de délégations,
- ⇒ Newsletters, web, réseaux sociaux.

#### Membre :

ICCA, Cluster Affaires Atout France et AIW (Angers International Welcome)

Destination Angers se positionne sur la « ville accessible, à taille humaine ».





# ZOOM SUR L'AGGLOMÉRATION DU MANS

## Les principaux acteurs et sites MICE

### PALAIS DES CONGRÈS & DE LA CULTURE

Inauguré en 1980, le Palais des Congrès va faire l'objet d'un projet de rénovation et d'extension voté en septembre 2020. Un appel d'offre d'assistance MO a été lancé en octobre 2020.

#### Localisation :

Situé au centre ville, à 5 min à pied de la gare.

#### Une double vocation

- Les rencontres professionnelles,
- La culture : organisation de spectacles, concerts, expositions.

#### L'offre : sur 5.500 m<sup>2</sup>

- Auditorium modulable en 45 – 727 – 1 400 places,
- 3 amphithéâtres de 45 – 75 – 230 places,
- 10 salles de commissions de 10 à 300 personnes,
- 2 espaces d'exposition,
- Un restaurant (jusqu'à 900 couverts assis ou 1 400 personnes en cocktail).

#### Activité 2019 :

Chiffre d'affaires	31/05/2019	31/05/2018
Manifestations d'affaires	770 K€	629 K€
Location producteur	231 K€	183K€

La saison culturelle 2018-2019 : 24 spectacles qui ont rassemblé 12 677 spectateurs et engendré 184 K€ de billetterie.

**Engagement durable** : certification Iso 20121 (management responsable) et premier site à avoir été certifié « Charte Qualité et Développement Durable de France Congrès ».

### CENTRE DES EXPOSITIONS

Inauguré à la fin des années 1960, le Centre des expositions pourrait également faire l'objet d'une rénovation et extension avec la construction d'un nouvel espace d'exposition entre 3 et 5 000 m<sup>2</sup> et d'autres salles plus restreintes pouvant accueillir entre 100 et 300 personnes.

#### Localisation :

Situé à 6 km du centre ville, à hauteur de la sortie 7 de la D323 (contournement Sud du Mans). Il n'est pas desservi par le Tram.

#### L'offre :

6 espaces interconnectables couvrant plus de 18 000 m<sup>2</sup> :

- Rotonde : 5 000 m<sup>2</sup>, d'un seul tenant sans poteau
- Forum : 2 500 m<sup>2</sup>,
- Hall D : 3 900 m<sup>2</sup>,
- Hall C : 3 780 m<sup>2</sup>,
- Hall B : 2 730 m<sup>2</sup>,
- Oasis : 820 m<sup>2</sup>

+ des salles de réunion

+ un restaurant intégré : Thierry Breton Traiteur.

#### Activité 2019 :

Chiffre d'affaires	31/05/2019	31/05/2018
Foire du Mans	1 768 K€	1 764 K€
Salons auto-produits	501 K€	497 K€
Location d'espaces	2 749 K€	2 521 K€
<b>Total</b>	<b>5 102 K€</b>	<b>4 885 K€</b>

# ZOOM SUR L'AGGLOMÉRATION DU MANS

## Les principaux acteurs et sites MICE

### SEML LE MANS ÉVÈNEMENTS

#### La SEML :

Créée en 1998

⇒ Détenue à 80 % par les pouvoirs publics. Actionnaire majoritaire : ville du Mans. Autres actionnaires principaux : département, le Mans Métropole, Caisse des Dépôts.

⇒ Une équipe 43 employés.

⇒ Sa vocation :

- l'organisation, la gestion, la promotion, la commercialisation de tout équipement et de toute activité à vocation culturelle, événementielle, de tourisme d'affaires et de loisirs,
- la conception, la réalisation, la commercialisation de produits et d'activités dans le cadre de la promotion et du développement du territoire.



#### Ses missions :

- ⇒ Exploitation du centre des expositions du Mans,
- ⇒ Gestion immobilière des bâtiments du centre des expositions du Mans,
- ⇒ Organisation de salons professionnels et grand public (salons d'Habitat, de l'Auto moto retro, Foire du Mans, Foire d'Alençon),
- ⇒ Gestion des activités du Palais des congrès et de la culture du Mans,
- ⇒ Accompagner les organisateurs d'événements professionnels,
- ⇒ Gestion des activités du Parc des expositions d'Alençon – ANOVA, mais la DSP ne devrait pas être renouvelée en 2021,
- ⇒ Gestion de l'office du tourisme du Mans en DSP renouvelée au 1<sup>er</sup> janvier 2019 pour une durée de 4 ans et demi.

#### Membre de :

Coésio, France Congrès Évènements, Unimev

Le Mans Évènements se positionne et se singularise sur le thème de « l'Éco Business Class » qui signifie une qualité d'accueil et un savoir-faire « business class » au prix d'une classe économique.

Chiffre d'affaires de 7,698 M € en 2019. L'exercice 2019/2020, clôturé à fin mai, affiche une chute de - 20 % par rapport à l'année précédente.

Chiffre d'affaires	31/05/2019	31/05/2018
Foire et salons CEM	2 269 K€	2 261 K€
Activités autres (TBT...)	502 K€	439 K€
Saisons culturelle & servitudes	1 145 K€	1 4961 K€
Rencontres d'affaires (CEM + PCC)	3 333 K€	3 003 K€
Activité OT accueil/info/promo	566 K€	501 K€
Activité OT commercial	272 K€	354 K€
Activité Anova	781 K€	511 K€
Foire d'Alençon	405 K€	400 K€
<b>Total</b>	<b>9 273 K€</b>	<b>8 965 K€</b>

### OF COURSE LE MANS

L'Office de Tourisme du Mans, géré par Le Mans Évènements, s'intéresse au marché MICE.

#### Ses missions relatives au MICE :

⇒ Accompagner les organisateurs dans l'accueil et la gestion de leurs événements.

#### Ses actions promotionnelles relatives au MICE :

⇒ Mise en avant des 43 lieux de séminaires et de congrès partenaires de l'Office de Tourisme,

⇒ Priorité donnée aux actions de promotions nationales, avec la présence sur des salons du Tourisme et des Séniors.

# ZOOM SUR L'AGGLOMÉRATION DE LAVAL

## Les principaux acteurs et sites MICE

### ESPACE MAYENNE

Site événementiel multifonctionnel (culturel, professionnel et sportif) qui devrait être inauguré en juillet 2021 et pallier l'absence d'une infrastructure de grande envergure en Mayenne.

#### Localisation :

Au sein de l'éco quartier Ferrié, à 4 km du centre ville et 5 km de l'A81, à hauteur de la D900 (rocade périphérique de Laval).

#### L'offre :

Le bâtiment couvre près de 11 000 m<sup>2</sup>.

- 1 salle de 1 000 à 4.500 places,
- 1 salle secondaire de 1 900 places assises max dont 800 en gradins,
- 1 amphithéâtre avec gradin amovible (jusqu'à 493 places),
- des espaces de réception de 230 à 1 000 m<sup>2</sup>,
- 3 salles de séminaires modulables – 20 à 200 personnes,
- 1 terrasse couverte de 117 m<sup>2</sup>
- 10 000 m<sup>2</sup> d'espaces extérieurs exploitables,
- 675 places de parking.

Le site dispose d'un mur d'escalade de 16m de haut homologué pour les compétitions internationales.

### SPL Espace Mayenne

#### La SPL :

Créée en décembre 2018

⇒ Détenu à 80 % par Laval Agglomération et à 20 % par le Conseil Départemental de la Mayenne.

#### Sa mission :

⇒ Exploitation, programmation, gestion et exercice des opérations d'entretien de l'Espace Mayenne.



Espace Mayenne

*Le parc des expositions de Mayenne, à Saint-Berthevin, est définitivement fermé. Il a été en partie détruit par un incendie de novembre 2019.*

### LAVAL TOURISME & CONGRÈS

Service de l'Office de Tourisme de Laval, géré par une association.

#### Ses missions :

⇒ Accompagner les organisateurs dans la gestion de leurs événements : repérage des lieux, montage du dossier de candidature, centrale de réservation hôtelière, gestion des inscriptions et équipements techniques, proposition d'un kit d'accueil, coordination des prestataires,...

Laval Tourisme a édité une plaquette téléchargeable « destination affaires 2020 »

**Membre de Congrès-Cités** (réseau de 21 villes françaises)

Laval Tourisme & Congrès se positionne et se singularise autour des valeurs du « **Slow Tourisme** » qui permet d'inscrire les événements professionnels dans une démarche de développement durable via l'accessibilité, le cadre naturel et préservé, la proposition d'éco-séminaires, la consommation locale favorisant les circuits courts, des teambuilding et incentive dans le respect de l'environnement, la compensation des émissions de CO2.

A noter, la construction de l'Espace Mayenne ne s'inscrit pas dans une démarche de certification environnementale, alors même que Laval Tourisme & congrès met en avant le « Slow Tourisme ».

# ZOOM SUR LA BAULE

## Les principaux acteurs et sites MICE

### PALAIS DES CONGRÈS ATLANTIA

Inauguré en 1987, il a été entièrement réhabilité et rénové en 2013-2014.

#### Localisation :

Localisé dans La Baule, à 2 km de la gare.

#### L'offre :

Il couvre 3 500 m<sup>2</sup>

- 1 grand espace en RDC de 240 m<sup>2</sup>,
- 1 auditorium de 900 places,
- 1 espace Brière de 965 m<sup>2</sup> sécables en 3,
- 1 espace expo de 300 m<sup>2</sup>,
- Des salles de réunions de 23 à 60 m<sup>2</sup>,
- 1 salle de 235 m<sup>2</sup>,
- 1 terrasse extérieure couverte de 285 m<sup>2</sup>.

#### Engagement responsable

Atlantia est précurseur dans les démarches responsables. Il a obtenu la Charte Qualité et Développement durable France Congrès en 2011, puis a été le premier site de province en 2015 à obtenir la certification Iso 20121.

#### Gestionnaire :

SPL Atlantia créée en 2013. Les actionnaires sont la ville de La Baule Escoublac et la CA Presqu'île de Guérande Atlantique.

#### Activité :

1,471 M€ en 2019 dont plus de 90 % générés par l'activité professionnelle.

**Membre de :** Coésio, Atout France, ICCA, France Congrès Évènements, Ouest Congrès, Unimev.

### LA BAULE ÉVÈNEMENTS

Service d'accompagnement à l'organisation d'évènements : montage de dossier, sélection des lieux et des activités, coordination, gestion de l'évènements et l'accueil des participants,...



LA BAULE ÉVÈNEMENTS  
CRÉATEURS D'EXPERIENCES

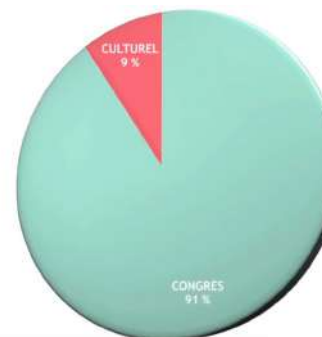
### LA BAULE PRESQU'ILE DE GUÉRANDE TOURISME

Service congrès et évènements professionnels de l'Office de tourisme dédié à la promotion de la destination.

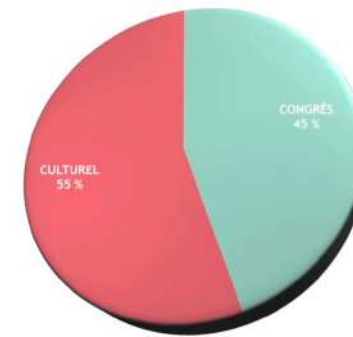
#### Ses services :

⇒ Gestion des hébergements via une centrale de réservation.

Répartition du CA d'Atlantia par activité



Répartition des jours d'occupation d'Atlantia par activité



Rapport d'activité 2018



# ZOOM SUR LA VENDÉE

## Les principaux acteurs et sites MICE

La Roche-sur-Yon, préfecture de la Vendée, ne semble pas s'orienter sur le marché des MICE : pas de bureau des congrès, ni pages ou brochures dédiées sur le site de l'Office du Tourisme et le Parc des Expositions des Oudairies à la Roche-sur-Yon est devenu une Halle des Sports.

La zone de la Malboire, toute proche, est néanmoins pressentie pour la construction d'un nouveau parc des expositions entre 2023 et 2025.

Les Palais des congrès de Vendée sont implantés sur la côte, aux Sables d'Olonne et à Saint-Jean-des-Monts, jouant justement sur le caractère balnéaire de ces destinations en termes d'attraits et d'image. Le Puy du Fou s'oriente également largement sur le marché des MICE, diversifiant ainsi ses publics.

### PALAIS DES CONGRÈS ODYSSÉA

#### Localisation :

Situé à Saint-Jean-des-Monts, face à l'Océan.

#### L'offre :

Il est composé de 10 espaces événementiels,

- 1 auditorium de 392 places,
- L'espace Golly de 415 m<sup>2</sup> sécable en 3 parties,
- 1 espace de 1 000 m<sup>2</sup> avec vue sur la mer,
- 4 salles de réunions de 40 à 150 m<sup>2</sup>,
- 1 salle panoramique de 100 m<sup>2</sup>,
- 1 espace cocktail et une terrasse panoramique.

La dernière rénovation du Palais des congrès date de 2009.

#### Gestionnaire :

SEML St-Jean Activités qui gère également la base nautique, en DSP renouvelée en 2019 pour 5 ans.

#### Activité 2019 :

Entre 50 et 100  
manifestations accueillies

Envergure : départementale  
/ régionale

Durée moy. : 1 à 2 jours



### CENTRE DE CONGRÈS LES ATLANTES

#### Localisation :

Situé aux Sables d'Olonne, en surplomb de la grande plage, à 1 km de la gare.

#### L'offre :

Il a été inauguré en 1998 et couvre 5 000 m<sup>2</sup>,

- 1 auditorium de 800 places,
- 1 espace accueil de 320 m<sup>2</sup>,
- 1 espace polyvalent de 1 200 m<sup>2</sup>,
- Des salles de réunions de 25 à 60 m<sup>2</sup>,
- 1 salle circulaire de 100 m<sup>2</sup> avec vue sur l'océan,
- 1 espace cocktail de 100 m<sup>2</sup>.

#### Gestionnaire :

SPL Destination Les Sables d'Olonne créée en 2017 qui gère également l'Office du Tourisme.

#### Activité 2019 :

Plus de 300 manifestations  
accueillies

Nbre moy. de participants :  
400 à 500

Envergure : départementale  
/ régionale



# ZOOM SUR LA VENDÉE

## Les principaux acteurs et sites MICE

### LE PUY DU FOU

Nous nous intéressons à ce parc de loisirs qui a mis en place une filière MICE dédiée – *Puy du Fou congrès* créée en 2008 et dispose d'une offre étoffée et très bien équipée en espaces de réunions via un tout récent centre de congrès – le théâtre Molière - et des salles réparties sur le site.

#### Localisation :

Situé aux Épesses en Vendée, à 7,5 km de l'A86 (sortie 28).

#### Gestionnaire :

Association loi 1901 qui organise la Cinéscénie et détient la SAS qui gère le Grand Parc.

#### L'hébergement :

5 hôtels thématiques de 100 chambres.

#### Animations sur mesure :

visite des coulisses, feu d'artifices, participation au quotidien des soigneurs d'animaux, épreuves sportives dans les décors du parc, initiation à la cascade ou au flamenco, animations en soirées,...

#### L'offre MICE :

Espaces	m <sup>2</sup>	Conférence	U
<b>Centre de congrès : le Théâtre Molière</b>			
8 salles de 39 à 47 m <sup>2</sup>	348	40	20
Salles 1 à 3	617	200	-
Salon Lully	450	500	-
Salle des Auriges	220	180	40
Salle François 1 <sup>er</sup>	90	80	26
Salle Blanche de Castille	26	14	12
Salle Saint-Louis	45	40	18
L'Orangerie	750	500	-
Le Grand Carrousel	2 200	2 900	-



Certification Green Globe depuis 2012.

**Chiffres clés du Puy du Fou Congrès**  
200 événements accueillis par an  
220 entreprises et 23 000 participants reçus en 2019

**Chiffres clés du Puy du Fou**  
CA 2019 = 120 M€  
Nombre de visiteurs 2019 = 2,3 millions\*



\*La méthode de calcul de la fréquentation consiste en un cumul des entrées du Grand Parc et de la Cinéscénie, public sensiblement identique.

# LES AGENCES & L'ASSOCIATION OUEST CONGRÈS

## Les principaux acteurs et sites MICE

### LES AGENCES

Nous recensons une **petite quarantaine d'agences** événementielles et réceptives dans les Pays de la Loire. La plupart ne sont pas uniquement spécialisées sur le tourisme d'affaires, mais s'intéressent aussi aux événements privés ou aux voyages individuels.

**L'offre est concentrée sur les départements Sud de la région :** Loire-Atlantique, Maine-et-Loire et Vendée et notamment sur les principales agglomérations.

Elles travaillent avec des prestataires techniques : son/lumière, hôtesse d'accueil, traiteurs, animations, activités team building

### OUEST CONGRÈS

Association regroupant 9 Palais des Congrès du Grand Ouest, parmi lesquels 4 en Pays de la Loire : La Baule, Angers, Nantes et Le Mans.

Son objectif est l'élévation des compétences.

Les 9 membres mutualisent leurs moyens pour organiser des rencontres, inviter des experts et échanger sur différents sujets afférents aux grandes tendances et aux métiers de l'événementiel.

Ils satisfont tous à la Charte Qualité de Ouest Congrès formalisant les différents engagements des membres.

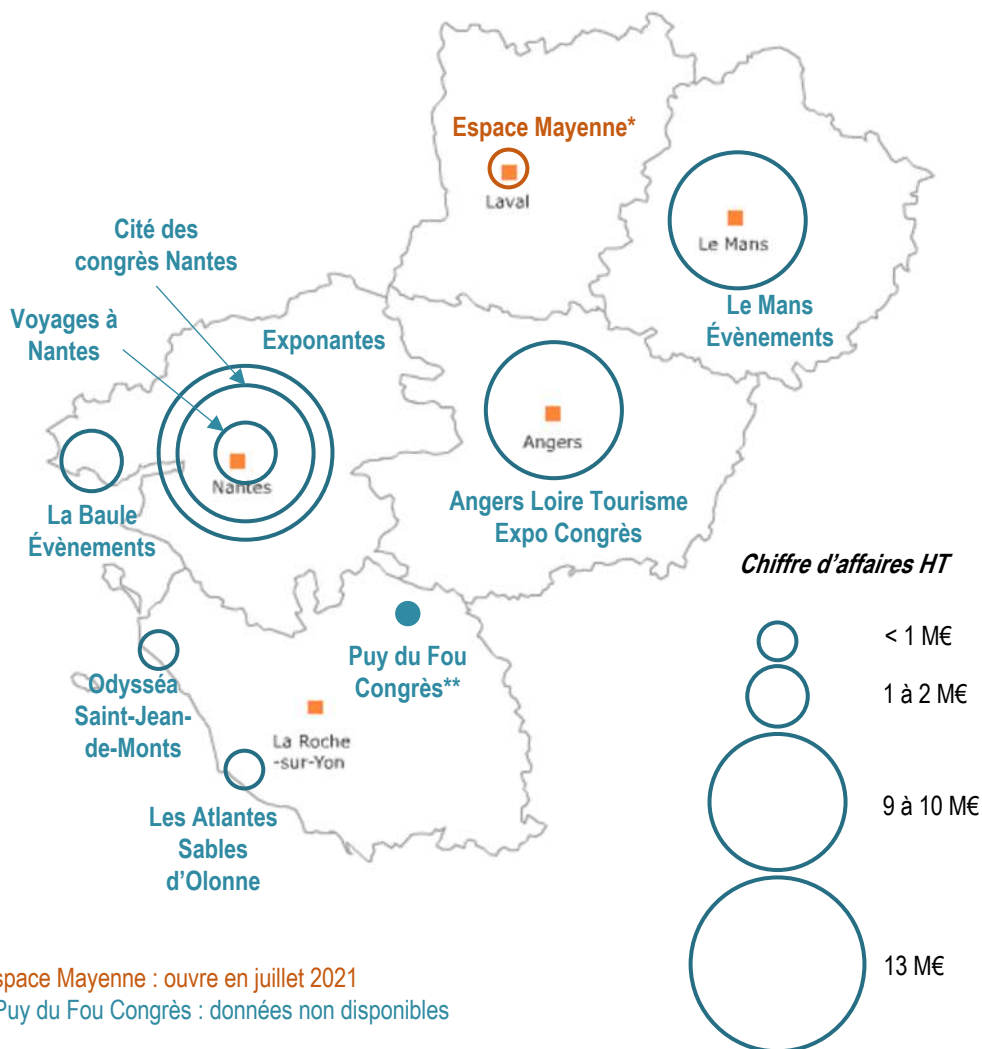
Il ne s'agit en aucun cas d'un club ou d'une agence de promotion.



### Les agences événementielles et réceptives



## Les gros opérateurs



\*Espace Mayenne : ouvre en juillet 2021

\*\* Puy du Fou Congrès : données non disponibles

## Agences de développement touristique



## Bureau des congrès



## Autres acteurs







## GRANDES TENDANCES DU MARCHÉ MICE EN FRANCE

### LA DESTINATION FORME UN TOUT OÙ CHAQUE ÉLÉMENT EST INTERDÉPENDANT

Les Centres de Congrès sont le fer de lance du tourisme d'affaires et évènementiel des destinations. Mais, ils sont dépendants de leur environnement.

#### L'IMAGE DE LA DESTINATION



La **notoriété** et le **rayonnement** de la destination sont essentiels sur le marché des MICE. Les **congrès et évènements sont faits pour communiquer** et, si possible, une bonne / belle image. La destination comprend également l'humain, la qualité de l'accueil y participe donc.

#### L'ACCESSIBILITÉ



Elle **doit être facile et rapide** en voiture, train et avion. C'est un des premiers critères de sélection des organisateurs de manifestations. On raisonne moins en kilomètres qu'en temps de trajet.

#### L'HÔTELLERIE



Elle est **indispensable à l'accueil d'évènements extra-locaux**. Elle doit être idéalement moyen et haut de gamme, de grande capacité et disponible (les hôteliers préférant souvent favoriser leur propre clientèle individuelle, voire de séminaires).

#### LES SERVICES ET AUTRES PRESTATIONS



**Plus des 3/4 des Centres des congrès proposent une offre de services** en plus de la location de salle(s), à commencer par une **offre intégrée en restauration**, mais aussi des cabines de traduction, des animations, des systèmes de transferts,... et travaillent donc de concert avec des prestataires extérieurs : traiteur/restaurateur, boulangers, traducteurs, transporteurs, techniciens, artistes, fleuristes, agents de sécurité, photographes, entreprises de nettoyage,...

# LES CENTRES DE CONGRÈS & PARCS EXPO

## Caractéristiques de l'offre

En France métropolitaine, **200 établissements** peuvent accueillir des grands événements professionnels, dont **110 centres de congrès**, **60 parcs des expositions**, **15 sites à la fois centres de congrès et parcs des expositions** et **une vingtaine d'établissements multimodaux**. Les deux plus grands sites français sont Paris Nord Villepinte et Paris Expo Porte de Versailles avec plus de 200 000 m<sup>2</sup> de superficie disponible.



Aujourd'hui, il est plus difficile qu'avant de définir un lieu uniquement comme centre de congrès ou parc des expos, car nombreux sont les sites qui se diversifient, se positionnant aussi bien sur la partie congrès, qu'expositions, salons, concerts, spectacles, etc. multipliant ainsi les cibles et donc potentiellement les recettes.

L'offre se concentre plus spécifiquement sur 2 régions :

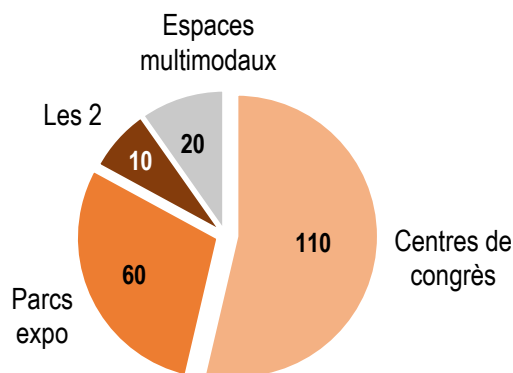
- En termes de répartition géographique, certaines régions sont plus fournies en centres de congrès / parcs expo :
- Île-de-France : 27 établissements,
- Auvergne-Rhône-Alpes : 25 établissements,
- Nouvelle-Aquitaine : 25 établissements,
- Occitanie : 23 établissements,
- Provence-Alpes-Côte d'Azur : 20 établissements,
- Grand Est : 20 établissements,
- Bretagne : 19 établissements.

Dans les autres régions, on recense entre 8 et 12 établissements, sans compter la Corse avec un seul Palais des Congrès à Ajaccio.

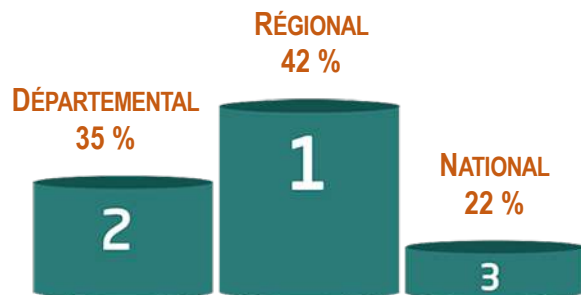
# LES CENTRES DE CONGRÈS & PARCS EXPO

## Caractéristiques de l'offre

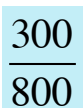
### Répartition des établissements français



### Envergure des manifestations accueillies



Plus de 50 % des établissements ont une superficie totale **supérieure à 5 000 m²**.



Près la moitié des auditoriums possèdent entre **300 et 800 places**.



Environ 85 % des centres de congrès **possèdent au moins 1 auditorium**.



Recrudescence des **créations et rénovations de centres de congrès – parcs des expositions** qui datent pour près de la moitié de plus de 30 ans.



Plus du quart des établissements **labellisés ou certifiés**.



La norme **ISO 14001** est la mieux représentée.

### Nombre d'établissements



**GLEvents est le plus gros opérateur** en France. Il gère 35 équipements sur 13 destinations, dont les récents MEETT à Toulouse, parc expositions de Strasbourg.

Les autres principaux gestionnaires de sites sont :



- **VIParis** – opérateur de sites en Île-de-France, détenu par la filiale de la CCI Paris - Île-de-France et du groupe Unibail-Rodamco,



- **S-PASS** qui exploite 28 sites en France (y compris des Zéniths et théâtres), dont le récent Carré des Docks au Havre et le CO'MET à Orléans).



# LES CENTRES DE CONGRÈS & PARCS EXPO

## Evolution de l'offre

Parmi les gros projets d'investissement en région :

### MEETT – Toulouse

Il s'agit du plus gros investissement de ces dernières années en matière de création de lieu évènementiel (310 M€). C'est un projet hybride qui rassemblera un centre de convention de 15 000 m<sup>2</sup>, un parc des expositions de 40 000 m<sup>2</sup>, des hôtels, des restaurants, un village d'entreprises, des bureaux, des commerces, des logements, ...  
Gestionnaire : GLEvents.

### Co'MET – Orléans

Cet ensemble modulable comprendra un Zénith de 10.000 places, le parc des expositions et le palais des congrès. La livraison est prévue pour 2021. Le volet environnemental tient une place importante avec l'utilisation d'énergies vertes.  
Budget : 110 M€.

### PEX Strasbourg

Le futur Parc des Expositions de Strasbourg se trouvera dans la zone du Wacken, faisant partie d'un projet de quartier d'affaires plus large. Il sera composé de 5 halls, dont une première partie doit être livrée au printemps 2021, et la globalité d'ici 2022. En attendant, un parc éphémère a été mis en place, constitué de 2 halls. Budget : 86 M€.

### Rochexpo – La Roche-sur-Foron

Le 3<sup>e</sup> parc d'expo de la région AURA va connaître un grand projet de développement et de modernisation basé sur la notion de « tiers-lieu » pour travailler et profiter de services bien-être sportifs pendant le salon : Rochexpo 2030.  
Budget : 30 M€.

Plus de **330** millions d'euros d'investissement en 2017



**2018**

Une année d'investissement record réalisée avec

Plus de **450**

millions d'euros investis

#### CONSTRUCTION OU RECONSTRUCTION

- 1 Centre des congrès de Paris Saclay Massy (2018)
- 2 Centre des congrès Robert Schuman de Metz (2018)
- 3 Parc des expositions de Toulouse (2020)
- 4 Parc des expositions de Strasbourg (2020)
- 5 Juraparc de Lons-le-Saunier (2018)
- 6 Carré des papes à Avignon (2018)
- 7 Iconic - Cap d'Agde centre de congrès et casino (2020)
- 8 CO'MET parc des expositions, centre des congrès, zénith et salle de sport d'Orléans (2019 - 2021)
- 9 Grande Halle d'Auvergne de Clermont-Cournon (2020)

#### RÉNOVATIONS OU EXTENSIONS

- 10 Parc des expositions de Bordeaux (2018)
- 11 Eurexpo Lyon (2018)
- 12 Paris Expo Porte de Versailles à Paris (2025)
- 13 Parc des expositions de Nancy (2020)
- 14 Parc des expositions de Colmar (2019)
- 15 Palais des festivals de Cannes (2019)
- 16 Parc des expositions du Bourget (2023)
- 17 Rochexpo parc des expositions de La Roche-sur-Foron (2030)
- 18 Parc des expositions à Montluçon (2019)
- 19 Parc des expositions Gayant Expo à Douai (2018)
- 20 Centre des congrès Angers (2019)
- 21 Parc des expositions Savoieexpo Chambéry (2022)
- 22 Palais des congrès Saint Malo Grand Large (2019)
- 23 Parc des expositions Béziers (2018)
- 24 Digne-les-bains palais des congrès (2019)
- 25 Le Touquet palais des congrès (2018)

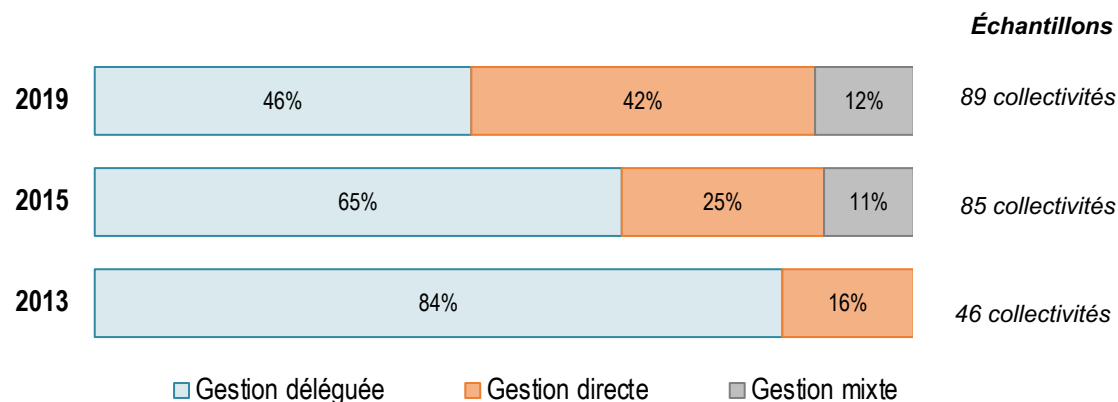
## LES RÉNOVATIONS ET CONSTRUCTIONS DE CENTRES DE CONGRÈS / PARCS D'EXPOSITIONS



# LES CENTRES DE CONGRÈS & PARCS EXPO

## Les différents modes de gestion

### RÉPARTITION DES CENTRES DE CONGRÈS ET ZÉNITH PAR MODE DE GESTION



**Gestion déléguée** = la collectivité délègue à une personne morale de droit privé la gestion de l'équipement via des contrats de long terme, dont les caractéristiques sont une mission globale (exploitation, entretien), un financement privé et une prise de risque.

*SEM, sociétés à capitaux privés, entreprises publiques nationales et leur filiales.*

**Gestion directe** = la collectivité gère directement le service en régie : elle assume alors le fonctionnement du service avec ses propres moyens et agents.

*Collectivités, EPIC, EPCC, CCI, SPL*

**Gestion combinée** = les collectivités peuvent recourir à une gestion directe et une gestion déléguée pour un même service public. Par exemple, elles assument le fonctionnement technique de l'équipement et délèguent la commercialisation à une société privée.

**Source** : Atlas de la gestion des services publics locaux dans les villes ou intercommunalités de plus de 30.000 habitants – Institut de la gestion déléguée

D'après l'Atlas 2019 de la fondation IGD (Institut de la Gestion Déléguée) :

- ⇒ La **compétence** de gestion des centres de congrès **reste majoritairement communale**, à 70 %,
- ⇒ La **gestion déléguée recule au profit de la gestion directe**. Les collectivités reprennent de plus en plus la main sur leurs infrastructures, notamment dans le cadre de SPL, acteur relativement récent sur le marché (2010) qui a le vent en poupe, comme les SEM l'ont eu dans les années 1990. C'est, par exemple, le choix fait par la métropole de Grenoble lorsqu'elle a récupéré Alpexo. Le choix du mode de gestion des centres de congrès varie fortement selon la taille du territoire ; l'équilibre économique est moins assuré dans les plus petites collectivités qui conservent souvent une gestion publique directe.
- ⇒ **Plus de 10 %** des villes de l'échantillon 2019 mènent une réflexion **sur un changement potentiel de leur mode de gestion**.

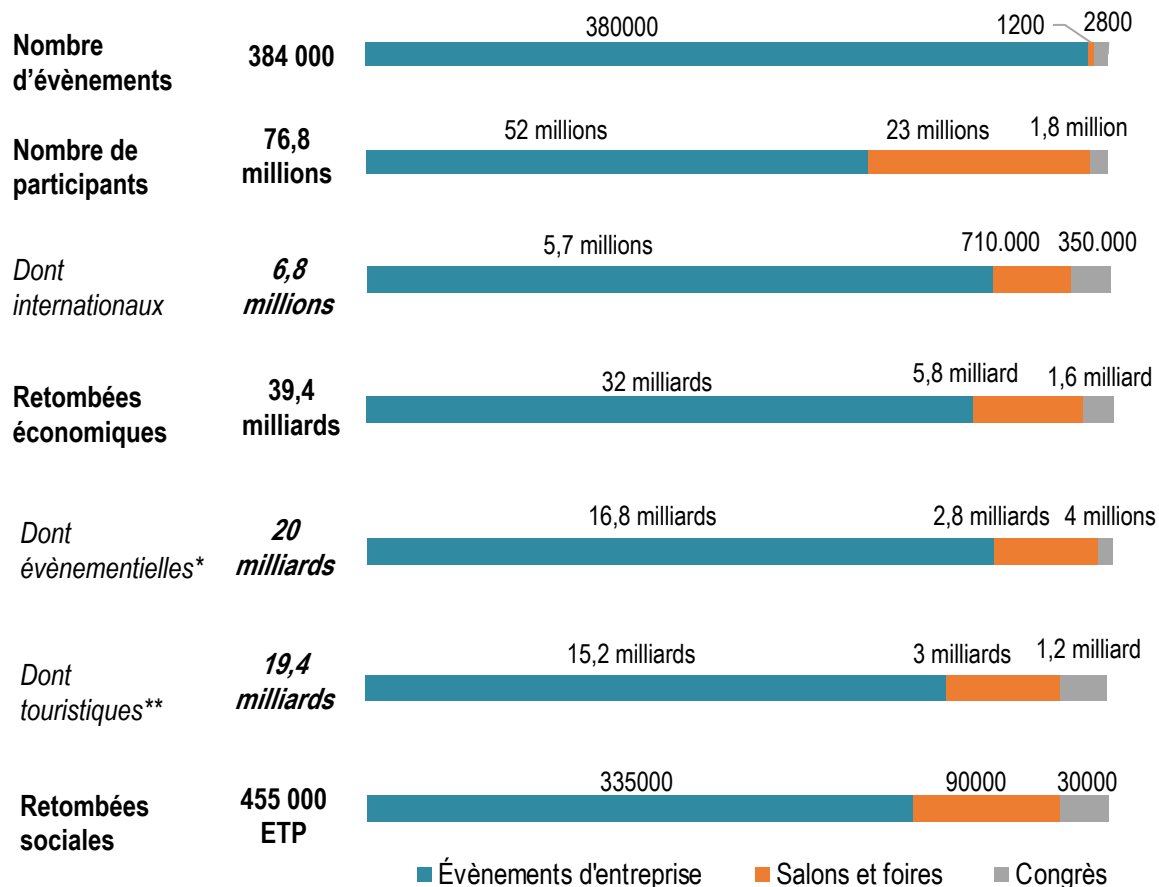
La **gestion commune** de centres de congrès, parcs des expositions et autres équipements publics au sein d'une structure unique (SPL, EPIC, SEM) vise à **favoriser les interactions**, à **rationaliser la gestion des équipements** et à **accroître la visibilité de la destination**. Plusieurs SEM ont été créés à cette fin. Pour n'en citer que quelques-unes : la Rochelle Evénements, Quimper Événements, Bordeaux Events, Only Lyon, Strasbourg Events, Montpellier Events... ou encore Brest'AIM qui pilote une dizaine d'équipements majeurs de Brest métropole (Océanopolis, les ports de plaisance, la goélette La Recouvrance, le Quartz, Brest Arena, Brest Expo, la patinoire, les parkings). C'est également le cas de la SPL Angers Expo Congrès créé en 2018 pour réunir l'office de tourisme, le parc expo et le centre de congrès, de l'EPIC A Chalon qui regroupe 4 entités (l'office de tourisme, le port de plaisance, le parc des expositions et les spectacles) ou encore la SPL Hello Dôle créée en 2016 qui prend en charge l'office de tourisme, la Commanderie et Dolexpo.

# LES CENTRES DE CONGRÈS & PARCS EXPO

## Leur activité

Les données fournies sur cette page sont issues des études « Event Data Book 2019 - 2020 » menées par UNIMEV en collaboration avec le Fafiec et l'Etat. 70 sites y ont contribué.

### POIDS DE LA FILIÈRE ÉVÈNEMENTIELLE EN FRANCE EN 2019



La filière événementielle génère **39,4 milliards d'Euros de retombées économiques**, soit un budget par participant de:

- 260 € pour les dépenses directes,
- 252 € pour les dépenses indirectes, dont environ la moitié pour l'hébergement et 20 % pour la restauration.

\*Dépenses au bénéfice des entreprises événementielles : dépenses totales de l'organisateur, des exposants et autres créateurs de contenus, en prestations de production des programmes événementiels (location, conception et aménagement des espaces ; production intellectuelle et matérielle de contenus et d'animations ; accueil, sécurité, sûreté, assurance, communication et promotion, réception et restauration, déplacement, manutention,...

\*\*Dépenses au bénéfice des entreprises touristiques : dépenses totales de l'ensemble des participants en prestations d'accueil touristique (voyages et séjours), hors programmes événementiels : transport d'accès à la destination, transport local, hébergement local, restauration locale et autres commerces locaux.

# LES CENTRES DE CONGRÈS & PARCS EXPO

## Leur activité

Les données fournies sur cette page sont issues des études « Event Data Book 2019 - 2020 » menées par UNIMEV en collaboration avec le Fafiec et l'Etat. 70 sites y ont contribué.

### SALONS PROFESSIONNELS

- 370 salons
- 4,5 M de visiteurs, -3,9 % / 2017
- 99.000 exposants, +1,2 % / 2017
- 23,5 milliards d'€ de transaction

### SALONS GRAND PUBLIC & MIXTE

- 750 salons
- 12,5 M de visiteurs, -0,9 % / 2017
- 101.000 exposants, +2,2 % / 2017
- 1,121 M de m2 d'exposition, +0,6 %

Les salons évoluant dans des secteurs correspondants aux tendances et enjeux sociétaux intéressant le grand public sont ceux qui s'en sortent le mieux :

- l'agro-alimentaire,
- Tendances biologiques et de bien-être,
- Salons de passion : voitures anciennes, sports de plein air, aérien,...
- Communautés geek (Games Week, Japan Touch à Lyon).

### FOIRES - EXPOSITIONS

- 80 foires-expositions,
- 6 M de visiteurs dont 97 % viennent de la région, -4,2 % / 2017
- 30 000 exposants, -5 % / 2017

Le modèle historique des foires et expositions est en perte d'attractivité depuis quelques années.

Depuis 2012, les parcs d'exposition affirment une stratégie d'autoproduction d'évènements permettant une diversification de l'offre et une sécurisation de leur activité.

### CONGRÈS

- 2 800 congrès et 1,8 million de congressistes,
- 51 % des congrès accueillent moins de 500 participants et, à l'inverse 26 % réunissent plus de 1 000 participants, situation qui pourrait évoluer avec la crise sanitaire,
- France = 3<sup>ème</sup> pays d'accueil en nombre de congrès internationaux (595) et Paris, en 1<sup>ère</sup> position mondiale (classement ICCA).
- Premier secteur générateur de congrès en France : la santé, loin devant les secteurs de la recherche scientifique et sociale et des nouvelles technologies.

### ÉVÈNEMENTS D'ENTREPRISES ET D'INSTITUTIONS

- 400 participants en moyenne par évènement, mais 512 en région,
- 30 % des évènements réunissent moins de 100 personnes et 25 % plus de 500,
- 2/3 des évènements ont une audience régionale,
- 4 % des évènements ont une dimension internationale,
- Durée moyenne de 1,6 jour,
- 20 % portent sur le secteur de l'assurance, banque et services financiers, 11 % sur les secteurs de l'industrie, de la recherche et de l'informatique, 8 % dans les domaines de la santé, de la pharmacie et de la biotechnologie.

	Parc des expositions	Centre de congrès
Taux d'occupation en région	35,6 %	26,3 %
Part du CA lié à :		
- la production d'évènements	45 %	5 %
- l'accueil d'évènements	49 %	85 %
- redevances, concessions,...	6 %	10 %



# GRANDES TENDANCES DE LA DEMANDE MICE

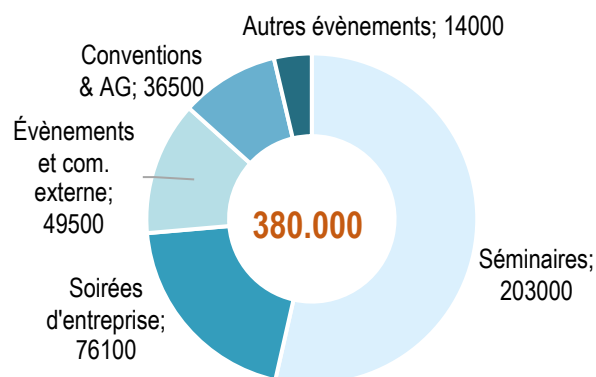
## Les évènements d'entreprises et d'institutions

### LES ÉVÈNEMENTS D'ENTREPRISES ET D'INSTITUTIONS

#### Les retombées économiques :

- => **32 Milliards d'€** répartis plus ou moins équitablement entre
- les entreprises de production d'évènements (accueil, aménagement, prestation de contenu, traiteurs, location de site...)
  - les entreprises d'accueil touristique des participants (transports, hébergements, restauration, commerces)
- => 335 000 emplois en équivalent temps plein.

#### Le volume et la typologie des évènements :



#### La fréquentation des évènements :

- => **52 millions de participants**, dont
- 60 % résidant dans la région où se tient l'évènement,
  - 29 % résidant dans une autre région,
  - 11 % d'origine étrangère, *mais qui totalisent 44 % des retombées de dépenses personnelles des participants.*

(\* ) cette étude ne reflète cependant pas l'ensemble du marché des MICE, car la moitié des réunions qui se tiennent en France ont moins de 50 participants.

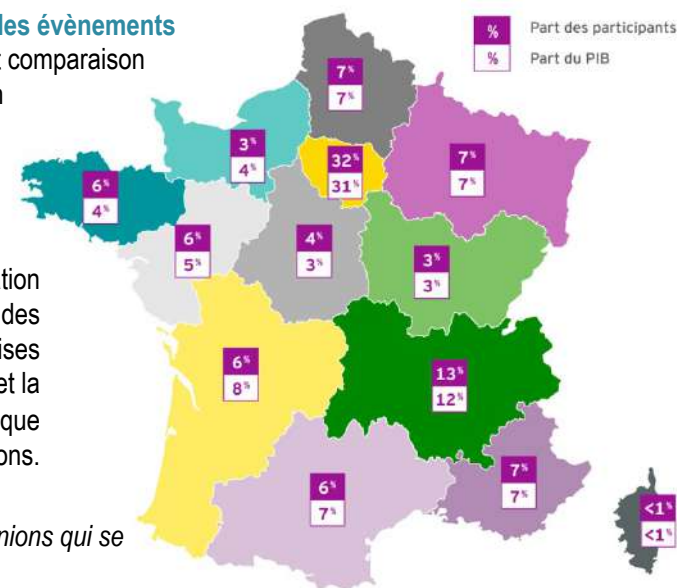
Une étude inédite a été réalisée en 2019 – à l'initiative de la Banque des Territoires, la DGE, le Ministère de l'Europe et des affaires étrangères, l'UNIMEV, l'Office de Tourisme et des congrès de Paris, Atout France, l'Évènement –, portant sur les évènements d'entreprises et d'institutions réalisés en 2018 et **rassemblant au moins 50 participants (\*)** à l'extérieur de leurs locaux. L'étude s'appuie sur 8 000 lieux d'accueil et 3 enquêtes (auprès des participants, des gestionnaires de lieux et des entreprises et institutions donneurs d'ordre).

#### Les 1ères motivations des participants

	Français	Internationaux
Développer mon réseau	46 %	16 %
Le contenu, dont	50 %	82 %
M'informer ou me former	20 %	20 %
Faire un bilan ou élaborer une stratégie	13 %	18 %
Autres motivations	4 %	2 %

#### Répartition géographique des évènements

en nombre de participants, et comparaison avec le PIB de chaque région

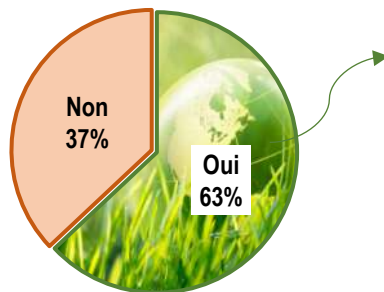


On observe une corrélation entre la participation à des évènements d'entreprises et d'institutions, et la dynamique économique des régions.

### CE QU'IL FAUT RETENIR DE L'ÉVOLUTION DU SECTEUR

- L'activité des MICE se présente en montagnes russes, étant **très dépendante de la situation économique, politique, sociétale... et plus récemment sanitaire**. Si l'on observe des périodes de recul de la demande – comme en 2008-2009 (crise financière) – elle finit toujours par repartir à la hausse – comme ce fut le cas en 2010-2011 après la crise économique – car les entreprises ont besoin de se réunir, de mobiliser les troupes, d'informer et de développer leur réseau,...
- Les dépenses des entreprises françaises et étrangères établies en France avoisinent annuellement les 8 Milliards d'Euros (hors 2020).
- La crise économique de **2008-2009 a néanmoins profondément changé les habitudes et pratiques de consommations** des organisateurs et commanditaires de MICE. On organise des manifestations de plus en plus courtes (phénomène qui s'accroît depuis le début du millénaire), on se déplace de moins en moins loin, on évite les destinations trop prestigieuses ou *bling-bling* pour des questions morales, on surveille scrupuleusement les dépenses avec la montée en puissance des services achats dans les processus de décision, on multiplie les demandes de devis, on se réunit davantage en interne pour les séminaires « courants » en s'équipant de salles professionnelles et parallèlement on opte moins pour les hôtels au profit d'autres types de structures notamment les centres de congrès et les châteaux.
- Les **comportements pourraient encore être amenés à évoluer avec la crise sanitaire actuelle** qui a vu se développer les réunions virtuelles et de nouvelles organisations du travail. Des solutions hybrides sont développées par certaines entreprises et prestataires événementiels, telle que par exemple la société Mprod basée à Nantes qui a créé un studio pour permettre aux entreprises d'organiser leurs événements à distance (l'évènement en petit comité est filmé et retransmis en direct sur le net). Dans le contexte de distanciation sociale, les entreprises pourraient recourir plus que jamais à leurs salles en interne (40 % en sont équipées). Parallèlement, elles pourraient aussi s'intéresser davantage aux sites au vert, ressourçant, apaisant. Mais tout ceci n'est que supposition et nous ne pouvons prédire l'impact que la crise sanitaire aura sur le marché des MICE à moyen et encore moins à long terme. La crise sanitaire a donné lieu à la création d'un nouveau label dans le monde de l'évènementiel, SAFE V mis en place par VIParis et le Bureau Veritas (cf. page 34).

### DÉMARCHES ENVIRONNEMENTALES chez les prestataires MICE interrogés\*



#### SI OUI :

- 59 % Tris des déchets / recyclage
- 10 % Ampoules économie d'énergie
- 5 % Moins de lessive
- 5 % Certificat ISO
- 4 % Compost

Plusieurs réponses possibles

Parallèlement, **environ 1/5<sup>e</sup> des établissements** de congrès et d'expositions ont acquis au moins une certification concernant le **développement durable** ou l'environnement. Parmi la panoplie des labels et normes existantes (HQE, certifications ISO 20121 et ISO 26000, Ecolabel, LEED, BREEAM...), la **certification ISO 14001 est la mieux représentée** (25 établissements de congrès). Et la plupart des projets de construction, rénovation ou développement de palais des congrès et parcs expo incluent un volet environnemental.

### CE QU'IL FAUT RETENIR DES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DE LA DEMANDE

- **Activité en dents de scie**, sans prévisibilité et sans visibilité, encore confirmée en 2020 par la crise du Covid-19 qui a mis à l'arrêt l'ensemble du marché,
- Maintien des **manifestations de courte durée** et hausse des journées d'études, au détriment du résidentiel, avec une perte moyenne d'1 journée en 10 ans,
- D'où l'importance de l'**accessibilité et de la desserte** des lieux événementiels, 1<sup>ers</sup> critères de choix (82 % des entreprises le mentionnent),
- **Réduction des distances / temps de transport** : les entreprises viennent de moins loin, une caractéristique qui pourrait potentiellement s'accroître à l'issue de la crise du Covid-19,
- Une emprise de plus en plus forte de la négociation avec une mise en concurrence et la participation des services achats dans le choix du lieu,
- Réduction des activités périphériques, même si 4 commanditaires sur 10 continuent d'en programmer,
- **Hôtels moins demandés** depuis 10 ans pour la tenue de manifestations, concernant 40 % des commanditaires contre 80 % en 2011,
- Un **intérêt croissant pour les lieux originaux** (les 2/3 des organisateurs en recherchent parfois ou régulièrement) pour casser la lassitude et étonner, notamment pour les châteaux & lieux d'exception,
- **Forte utilisation de salles dans les entreprises**, au détriment des prestataires MICE. Plus de 4/10 entreprises possèdent des salles en interne, contre 14 % en 2008,
- Une préférence pour les **chambres dites « single »** dans le cadre des séminaires résidentiels (privilegiées par 82 % des organisateurs),
- **Internet** est — sans surprise — le principal outil de recherche de lieux de réunions, juste derrière l'habitude,
- Plus de 9 entreprises sur 10 ont une politique ou charte de voyages, incluant les MICE, et contraignant le plus souvent un plafonnement des dépenses et un type d'hôtellerie,
- Les séminaires sont le premier type de manifestation commandée (par 3/4 des commanditaires),
- La **fréquence des manifestations tend à se réduire** (près de la moitié des entreprises en organisent moins de 3 par an contre 8 % en 2004),
- La moitié des commanditaires organisent des **réunions rassemblant moins de 50 participants**,
- Des **réservations de plus en plus tardives** : 85 % des journées d'études et 75 % des séminaires résidentiels sont réservés moins de 3 mois à l'avance.
- 47 % des commanditaires organisent des réunions dans la même région,
- 24 % des organisateurs de MICE dans les entreprises font souvent ou parfois appel à une agence d'événementiel pour les aider.

➤ On estime que **seulement 15 % de la demande** entrante provient de l'étranger sur ce marché localisé en France. Les manifestations internationales sont par conséquent rares et concentrées surtout sur Paris, Lyon et la Côte d'Azur.

*Synthèse de l'étude MICE – Séminaires, Conventions, Congrès, Incentive – 2020 menée par Coach Omnium depuis 29 ans.*

# GRANDES TENDANCES DE LA DEMANDE MICE

## Les habitudes d'achat et attente des organisateurs

### RÉPARTITION ESTIMATIVE DES TYPES DE MANIFESTATIONS

49 % : séminaires (58 % des entreprises en organisent – de 5/an)

26 % : évènementiel

14 % : conventions / congrès

### MOTIFS DE RÉUNIONS

46 % : motivation collaborateurs / réseau

33 % : informations / annonces

25 % : comités de direction

24 % : lancements de produits ou de services

### TYPES DE LIEUX DE RÉUNIONS

40 % : dans l'entreprise

39 % : hôtels (3 et 4\*)

23 % : centres de congrès

20 % : châteaux et lieux de caractère / historiques

### NOMBRE MOYENS DE PARTICIPANTS

51 % < 50 personnes

25 % > 300 personnes

### DURÉE MOYENNE DE MANIFESTATIONS

53 % : à la journée (journée d'études)

25 % : 2 jours (résidentiel)

### ACTIVITÉS PÉRIPHÉRIQUES

72 % : parfois à souvent

69 % : ludique

46 % : sportive

### MOYENS DE RECHERCHE DE PRESTATAIRES & LIEUX DE MICE

61 % : internet (dont 8 % seulement par les réseaux sociaux)

49 % : bouche-à-oreille

24 % : guides spécialisées

### CRITÈRES PRIVILÉGIÉS POUR LE CHOIX D'UN PRESTATAIRE/LIEU

84 % : rapidité d'accès / localisation

73 % : prix

41 % : capacités des salles et de l'hébergement (si besoin)

### MOIS PRIVILÉGIÉS

Septembre et juin

### NOMBRE MOYEN DE DEVIS DEMANDÉS

35 % : 4 à 5 devis

32 % : 2 à 3 devis

### FIDÉLISATION À 1 OU DES PRESTATAIRES

40 % se déclarent fidèles

### TEMPS MOYEN DE RÉSERVATION À L'AVANCE DES SÉMINAIRES

55 % : 1 à 3 mois

### TEMPS MOYEN DE RÉSERVATION À L'AVANCE DES CONVENTIONS

37 % : 3 à 6 mois

24 % : 6 mois à 1 an

Réponses en % des organisateurs de MICE.

Plusieurs réponses possibles



# GRANDES TENDANCES DE LA DEMANDE MICE

## 2020, une année marquée par la crise sanitaire

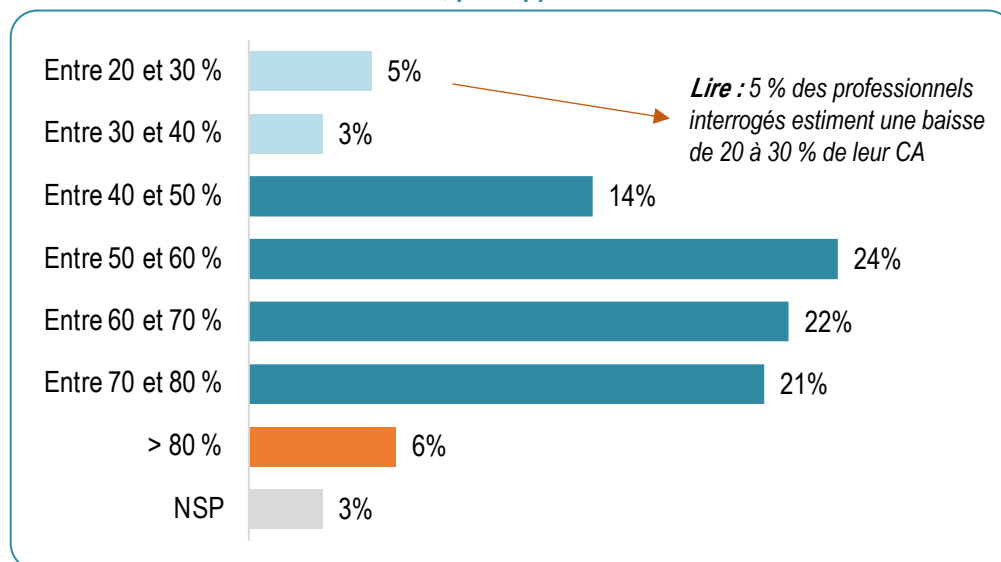
L'année 2020 a été marquée par la crise sanitaire liée à la Covid-19 qui a littéralement mis à l'arrêt le secteur de l'évènementiel et des congrès, sans perspective claire d'un retour à la normale. Les estimations de l'Unimev tablent sur une perte d'environ 36 Milliards d'Euros pour le secteur évènementiel, en cumulant les contributions directes et indirectes, mais sans tenir compte du chiffre d'affaires que les exposants et entreprises ne pourront pas réaliser dans le cadre des évènements annulés.

La crise économique, qui s'en suit et ne fait que débiter, n'augure rien de bon pour le secteur avec probablement, parmi les entreprises commanditaires, de nombreux dépôts de bilan ou des arbitrages budgétaires sévères qui ne se feront pas en faveur des réunions professionnelles, dépenses non indispensables.

Nous livrons ici les principaux résultats de l'enquête que **Coach Omnium a mené auprès des Palais des congrès et Parcs des expositions français en 2020\***. À noter que les données délivrées pourraient aujourd'hui être différentes, et peut-être plus pessimistes, compte tenu de la date de réalisation de l'étude (septembre 2020), période où l'on pouvait encore présager une petite reprise de certains évènements sur le dernier trimestre.

- ⇒ 3/4 des professionnels interrogés estiment que leur chiffre d'affaires reculera de plus de 50 % en 2020, par rapport à 2019. Ce sera même plus de 70 % de pertes d'activité pour 27 % de ces gros opérateurs !
- ⇒ La totalité des centres de congrès et parcs des expositions ont vu de très nombreuses manifestations reportées ou supprimées.
- ⇒ La plupart des reports sont engagés sur 2021, pour l'instant. Dans 1/4 des cas, aucune date de report n'était fixée par les commanditaires.
- ⇒ Pour les manifestations maintenues, les organisateurs ont supprimé les cocktails, soirées et activités périphériques, ont limité le nombre de participants, favorisé les visioconférences, réduit les durées...

*Pour l'année 2020, à combien estimez-vous la baisse probable de votre chiffre d'affaires, par rapport à 2019 ?*

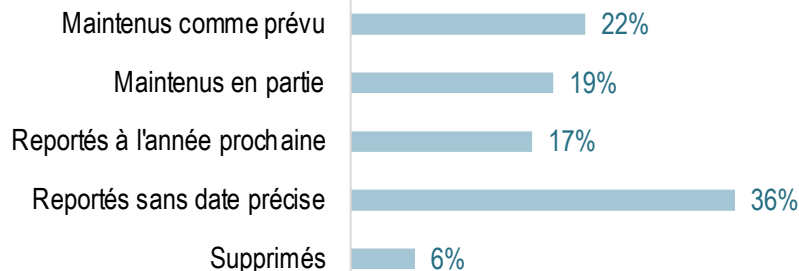
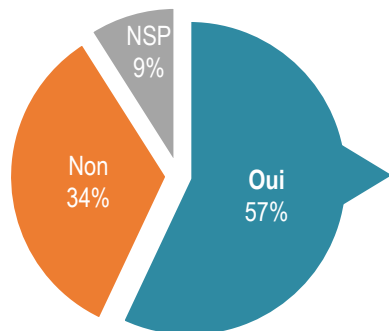


*\*Synthèse Enquête quali-quantitative Centres de congrès & Parcs des expositions – réalisée par Coach Omnium en septembre 2020*

# GRANDES TENDANCES DE LA DEMANDE MICE

## 2020, une année marquée par la crise sanitaire

### Aviez-vous projeté des investissements en 2020 ?



6 fois sur 10, les investissements qui étaient programmés sont ajournés ou supprimés, au moins en partie, à cause de la crise économique faisant suite au Coronavirus.

⇒ 19 % des professionnels restent **optimistes** sur le marché des MICE, **contre 87 % fin 2019** (avant la crise sanitaire).

⇒ 53 % sont **pessimistes**.

« La crise économique va affecter les commandes à la baisse. »

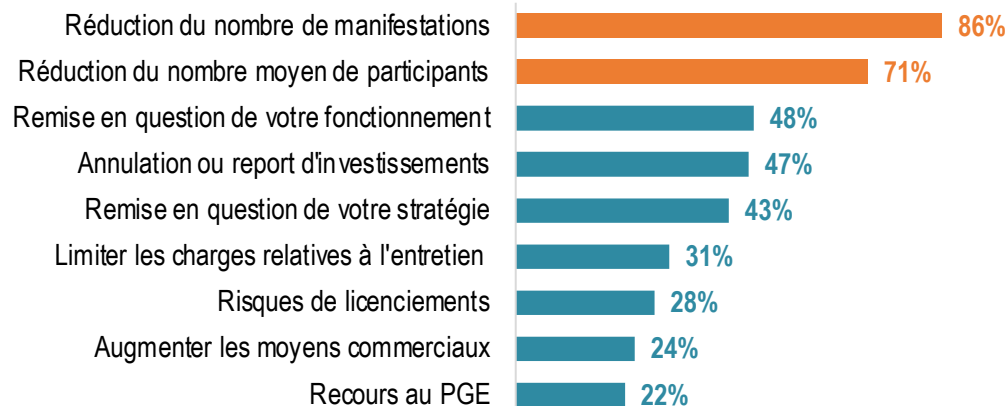
« Les entreprises vont privilégier les rassemblements en interne et les visioconférences », tendance qui prenait déjà de l'ampleur depuis plusieurs années.

« Les conditions d'accueil vont être plus contraignantes et stressantes. »

« La crise risque d'être durable »,...

⇒ 26 % ont un avis neutre, n'ayant aucune visibilité sur l'avenir. C'est effectivement ce qui ressort de cette enquête : **la perplexité est à son comble**. « On est dans le flou. »

### Quelle(s) conséquence(s) à moyen terme la crise économico-sanitaire pourrait-elle avoir sur votre activité ?\*



\*Synthèse Enquête quali-quantitative Centres de congrès & Parcs des expositions – réalisée par Coach Omnium en septembre 2020

# GRANDES TENDANCES DE LA DEMANDE MICE

## 2020, une année marquée par la crise sanitaire

**Une étude lancée par Atout France en juin 2020** - <http://www.atout-france.fr/actualites/impact-de-la-crise-covid-19-sur-les-rencontres-et-evenements-professionnels-en-france> - réalisée avec le cabinet EY auprès d'organisateur d'évènements (enquêtes menées en août et septembre 2020) fait mention de :

- 46 % d'évènements prévus ce printemps et cet été ont été reportés, transformés ou maintenus.
- Une absence de visibilité : près de la moitié des entreprises n'a pas souhaité ou pu se prononcer sur une éventuelle reprise.
- Les 3 secteurs les moins touchés par la crise sont la pharmacie, les technologies, les biens de consommation.
- Pour les professionnels interrogés, le retour à la confiance passera par :
  - l'adaptation des prestations et tarifs pour préserver la rentabilité des opérations,
  - l'hybridation des évènements avec une part significative donnée au digital,
  - le respect de protocoles sanitaires sécurisants,
  - l'optimisation de l'empreinte environnementale des évènements,
  - la proximité d'abord, avec une extension du rayon d'action géographique progressive.
- Cette enquête indique que l'industrie des rencontres professionnelles devrait être durablement impactée par la crise dans la conception même des évènements (part croissante du digital et de l'hybridation des formats), leur localisation (espaces « moins intensifs », plus proches, à la campagne, en extérieur) et leur modèle économique à réinventer pour trouver de nouveaux équilibres.



Ces éléments de constat recourent les conclusions de *l'étude « Destinations et évènements : se transformer pour répondre aux nouveaux enjeux »* commandée par le CRT Côte d'Azur France qui met en avant :

- une pérennisation de la digitalisation des évènements avec une hybridation partielle ou complète posant le problème de l'absence de modèle économique viable pour les organisateurs d'évènements,
- le maintien des formats « physiques » pour des rencontres dont la valeur ajoutée du contenu justifie le déplacement, impliquant aussi une montée en gamme des évènements,
- un lien plus étroit avec le territoire d'accueil.

## Structures de congrès & d'expositions

- **110 centres de congrès**, 60 parcs des expositions, 15 sites mixtes et une vingtaine d'établissements multimodaux.
- Superficie totale > 5 000 m<sup>2</sup> pour plus de la moitié des sites, comme en Pays de la Loire.
- **Recrudescence des créations** (une dizaine de sites) et rénovations/extensions (25 sites).



- Plus du quart des établissements **labellisés ou certifiés**.

## Poids de la filière événementielle

- **39,4 milliards d'Euros** de retombées économiques.
- Budget moyen par participant : 260 € de dépenses directes et 252 € de dépenses indirectes.
- **384.000 évènements** pour 76,8 millions de participants dont 67 % dans le cadre d'évènements d'entreprise.
- France = **3<sup>ème</sup> pays d'accueil en nombre de congrès internationaux** (595)
- 11 % des participants aux évènements d'entreprises d'origine étrangère, *mais totalisent 44 % des dépenses personnelles*.

## Des habitudes qui pourraient perdurer



40 % des réunions en interne.



Durée moyenne courte : 1,6 jour pour les évènements d'entreprises.



1<sup>ers</sup> critères de choix : l'accessibilité et la desserte.



Des réservations de plus en plus tardives.



Emprise accrue de la négociation.

### Évolutions post-Covid pressenties

- Part croissante du **digital** et de l'hybridation des formats,
- **Optimisation de l'empreinte environnementale** des évènements,
- Préférence pour les espaces moins intensifs, plus proches, plus verts,
- Attention renforcée sur le contenu.





## PRÉSENTATION D'AUTRES RÉGIONS ET LEUR MODÈLE MICE

Nous présentons dans les pages suivantes le modèle MICE de 2 autres régions : la Bourgogne et la Bretagne, ainsi qu'une analyse comparative de leurs caractéristiques avec celles des Pays de la Loire sous la forme de tableaux.



# BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ



# DONNÉES DE CADRAGE

## Bourgogne Franche-Comté - Benchmark

### Données socio-économique

- 8 départements, 47 784 km<sup>2</sup>
- 25 communes de plus de 10.000 habitants
- 2,8 millions d'hab. dont 1/3 de moins de 30 ans
- Taux annuel de croissance démographique : 0 % entre 2012 et 2017
- Nombre d'établissements actifs : 89.363 dont 9 % dans l'industrie
- Nombre d'emplois : 1,07 million dont 16,5 % dans l'industrie
- 75 000 étudiants dont 30 000 sur la métropole dijonnaise

#### Secteurs économiques clés :

- 1<sup>ère</sup> région industrielle de France. 70 % des effectifs dans la mécanique / métallurgie, les matériaux de transport, l'agroalimentaire et la plasturgie.
- 2<sup>ème</sup> région agricole française en création de valeur ajoutée
- 5 pôles de compétitivité, 16 clusters.



### Accessibilité / desserte

Région mitoyenne à la Suisse et à l'Ile-de-France.

#### Routière

- Près de 900 km d'autoroutes : A6, A31, A38, A39.

#### Ferroviaire

- 14 gares TGV et 442 km de LGV + plus de 2.000 km de lignes TER

#### Aéroports

- L'aéroport de Dôle Jura est occupé la 50<sup>ème</sup> place des aéroports français en termes de fréquentation (111 161 passagers en 2019).

### Zoom sur Dijon Métropole

- 253 000 habitants => 9 % de la population régionale
- Nombre d'établissements actifs : 8 584
- Nombre d'emplois : 135 000 => 12 % des emplois régionaux

**Secteurs économiques clés :** l'agroalimentaire, la pharmacie et les biotechnologies, la logistique.

#### Accessibilité :

- A l'intersection des autoroutes A6, A31, A36, A40, sur le tracé Nord-Sud reliant le Benelux à la Méditerranée.
- A 1h40 de Paris en TGV.
- Absence d'aéroport grand public

### PRINCIPAUX ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

#### La viticulture

33 grands crus classés : Aloxe-Corton, Gevrey-Chambertin, Romanée-Conti, Vosne-Romanée,...

- près de la moitié des ventes réalisées à l'export,
- Inscription des Climats du vignoble de Bourgogne à l'Unesco,
- 3 Cités des vins : Beaune, Mâcon et Chablis

#### Le patrimoine

- 208 sites classés Unesco (région française qui en compte le plus), notamment : Abbaye cistercienne de Fontenay, basilique de Vézelay, citadelle de Besançon, saline royale d'Arc-et-Senans,...
- Beaune et ses Hospices.
- Dijon, capitale des Ducs de Bourgogne.



#### La gastronomie

Dijon fait partie des 4 villes « Cités Internationales de la Gastronomie » et a pour projet d'ouvrir la cité internationale de la gastronomie et du vin. La Bourgogne- Franche-Comté abrite :

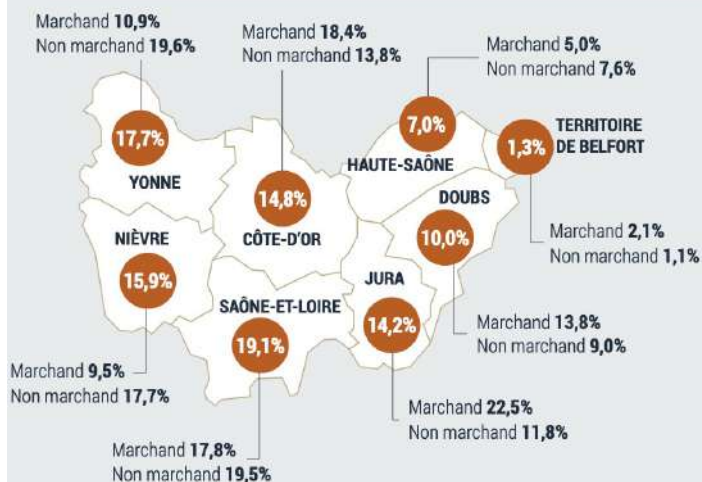
- 39 restaurants étoilés au guide Michelin,
- 168 AOC,
- 5 sites « Remarquables du Goût ».



#### La nature

Les montagnes du Jura, le PNR du Morvan, le contrefort des Vosges, les lacs (Pannecière, Settons, Chalain,...), la Saône.

### CAPACITÉ D'ACCUEIL - PARTS DE MARCHÉ DÉPARTEMENTALES



Source : observatoire de Bourgogne Franche Comté

### Les chiffres clés de l'hôtellerie

	Hôtels	Chambres
Non classés	265	4.668
1/2*	215	6.157
3*	310	10.414
4*	64	2.554
5*	8	344
<b>Ensemble</b>	<b>862</b>	<b>24.137</b>
Dijon métro	68	3.563

- Taux d'occupation : 55,3 %
- Nuitées : 7,154 M dont 19 % sur Dijon
- Part des nuitées en 3-4-5\* : 57,9 %
- Nuitées d'affaires : 50,8 %

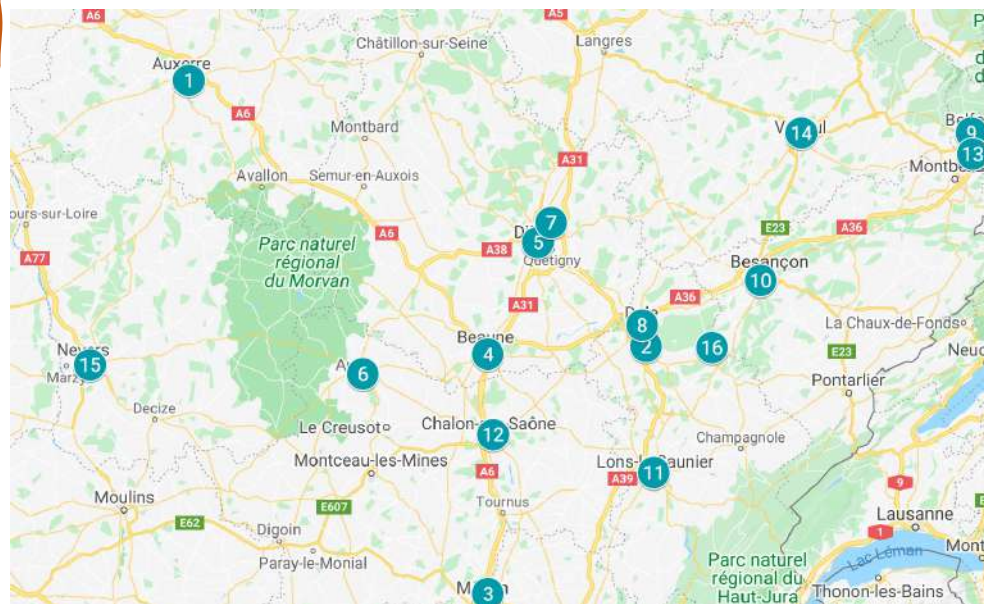


# LES PRINCIPAUX ÉQUIPEMENTS CONGRÈS - EXPO

## Bourgogne Franche-Comté - Benchmark

### 16 centres de congrès, parcs expo, zénith

- 1 Auxerreexpo
- 2 Dole Expo
- 3 Mâcon Évènements - Le Spot
- 4 Palais des congrès de Beaune
- 5 Palais des congrès Dijon
- 6 Parc des expositions l'Eduen
- 7 Zénith de Dijon
- 8 La Commanderie
- 9 Novotel Belfort Centre Atria
- 10 Micropolis Besançon
- 11 Juraparc
- 12 Parc des expo de Chalon
- 13 Atraxion
- 14 Parc Expo 70
- 15 Centre expo Nevers
- 16 Saline d'Arc-et-Senans



Ce recensement prend en compte tous les centres de congrès, parcs expo et zénith régionaux, mais la plupart s'intéresse en premier lieu à d'autres typologies d'événements que les MICE : spectacles, événements sportifs, foires et salons grand public, événements locaux,...

Parmi ces sites, Dole Expo a été inauguré en 2016 et Juraparc vient d'être reconstruit suite à l'incendie qui l'avait détruit en 2015. La CCI qui gère le parc expo 70 à Vesoul ambitionne la construction d'un amphithéâtre voisin de 276 places.

Les démarches de certifications sont rares : Iso 20121 pour le Palais des congrès de Dijon et Qualicongrès pour le palais des congrès de Beaune.

Sites	Villes	Surface totale	Jauge max.assis	Auditorium	Gestionnaire dans le cadre d'une DSP	Activité annuelle (2019)
<i>Palais des congrès de Dijon</i>	Dijon	31 000 m <sup>2</sup>	1 600	2 de 610 et 1 600 places	Association Dijon Congrexpo, DSP auprès de la ville de Dijon depuis plus de 30 ans	CA = 7,5 M€ générés à 40 % par la foire internationale et gastronomique 250 événements
<i>Micropolis Besançon</i>	Besançon	23 000 m <sup>2</sup>	6 000	1 de 2 200 places	SEM Micropolis	CA = 6,16 M€ Dont la moitié en foires/salons
<i>Auxerreexpo</i>	Auxerre	6 000 m <sup>2</sup>	3 600	1 de 800 places	Centre France Parc Expo, filiale de Centre France Évènements	CA = 1,6 M€ 80 événements
<i>Palais des congrès Beaune</i>	Beaune	5 300 m <sup>2</sup>	1 000	1 de 343	SPL Beaune Congrès	CA = 1,4 M€ 80 événements
<i>Mâcon Évènements - Spot</i>	Mâcon	7 000 m <sup>2</sup>	2 000	1 de 550	SNC Mâcon Évènements, filiale de S-PASS	CA = 1 M€
<i>Dôle Expo</i>	Dôle	12 000 m <sup>2</sup>	200		SPL Hello Dôle qui gère aussi l'office de tourisme et la Commanderie	CA = 715 K€ 31 événements

Sources : Dijon Congrexpo, Grand Besançon, ville d'Auxerre, Palais des congrès de Beaune, Mâcon Évènements, Hello Dôle

# LES PRINCIPAUX ÉQUIPEMENTS CONGRÈS - EXPO

## Bourgogne Franche-Comté - Benchmark

### PARC DES EXPOSITIONS & DES CONGRÈS DE DIJON

**Localisation** en centre ville.

Desserte en transports : ligne 1 Tram qui relie la gare

**Présentation** : le centre de congrès et le parc des expositions de Dijon constituent un site unique. Un grand hall a été construit en 1956, puis un palais des congrès attenant en 1996, mais la configuration actuelle de l'équipement date de 2010 (pour 4,7 M d'€ de travaux).

**Les espaces et capacité d'accueil couvre 31.000 m<sup>2</sup>** :

- 1 amphithéâtre de 610 places,
- 20 salles modulables de 20 à 600 places,
- 5 halls d'exposition de 800 à 12 000 m<sup>2</sup>,
- l'auditorium voisin de 1.600 places – réputé pour sa qualité acoustique – est plus particulièrement dédié aux concerts et spectacles.

Certification Iso 20121

Un projet de nouveau parc des expositions revient régulièrement, mais ne semble pas faire partie des objectifs de l'actuelle municipalité.

⇒ Retombées économiques de l'équipement estimées à 72 200 journées congressistes et 11,5 M€.

#### Activité 2019 :

Entre 200 et 300 manifestations accueillies

Nombre moy. de participants : 300 à 400

Envergure : régionale / nationale

Principaux secteurs d'activité des clients : fédérations/associations, banque/assurance, administration

Baisse du CA 2020 estimée entre 50 et 60 %

### Plan parc des expositions et des congrès de Dijon



### MICROPOLIS BESANÇON

**Localisation** à 4 km à l'Ouest de la Citadelle.

Desserte en transports : lignes Tram T1 et T2 du tram

**Présentation** : Équipement polyvalent inauguré en 1987 comprenant un palais des congrès, un parc des expositions de 11 ha et une salle de spectacles de 7.200 places.

**Les espaces et capacité d'accueil couvre 23 000 m<sup>2</sup>** :

- Espace Nord : 20 000 m<sup>2</sup> de surface d'exposition + une salle de conférence jusqu'à 2.150 places assises + 1 restaurant.
- Espace Sud : 2 000 m<sup>2</sup> de surface d'exposition + 6 salles de réunion de 10 à 300 places + 1 amphithéâtre de 670 fauteuils + 4 espaces de restauration.

Sources : Dijon Congrexpo, Grand Besançon

# LES ACTEURS DE LA FILIÈRE MICE

## Bourgogne Franche-Comté - Benchmark

### COMITÉS DÉPARTEMENTAUX



**YONNE RÉSERVATION**, service groupes de l'Yonne Tourisme, mais pas spécifiquement dédié au tourisme d'affaires.

#### Ses missions :

- ⇒ Réservation d'hébergements, de salle équipée, de restaurants, de services traiteur, de transports,
- ⇒ Organisation d'activités, soirées, animations,
- ⇒ Élaboration de programmes pour les accompagnants et en pré et post-congrès,
- ⇒ Gestion des inscriptions,
- ⇒ Cadeaux de bienvenue pour les participants.

Recensement de 17 structures réceptives sur le site internet, essentiellement des hôtels.

Formulaire à remplir pour demande de devis.

### BUREAUX DES CONGRÈS



**BELFORT CONGRÈS**

BesançonEvents

**BESANÇON EVENTS**



**BUREAU DES  
CONGRÈS DE MÂCON**



**JURA TOURISME**, service groupes & séminaires, mais surtout orienté sur les groupes.

#### Ses missions :

- ⇒ Élaboration de séjours dans le cadre de séminaires.



**DOUBS TRAVEL**, service séminaires & congrès.

#### Ses missions :

- ⇒ Réservation d'hébergements, de salles équipées, de restaurants, de services traiteur, de transports
- ⇒ Organisation de séjours, activités,...
- ⇒ Propositions « clé en main ».

Édite une brochure dédiée qui recense des sites réceptifs, des activités incentive et présente les lieux de congrès du territoire.

### OFFICES DE TOURISME GESTIONNAIRES DE SITES



**HELLO DOLE** gère les principaux équipements : Dolexpo et la Commanderie



**ACHALON** gère les principaux équipements : le parc des expositions et les Salons du Colisée

# ACTIVITÉ DE LA FILIÈRE MICE

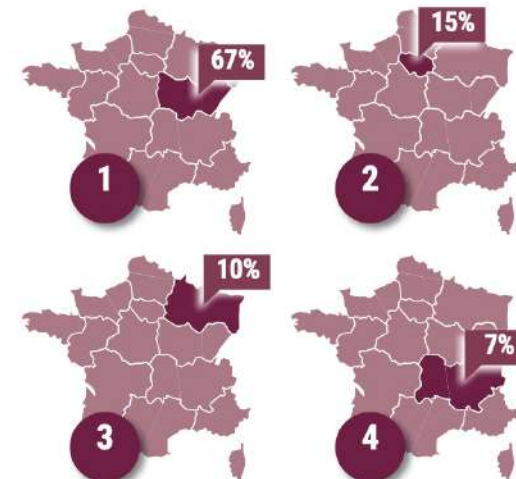
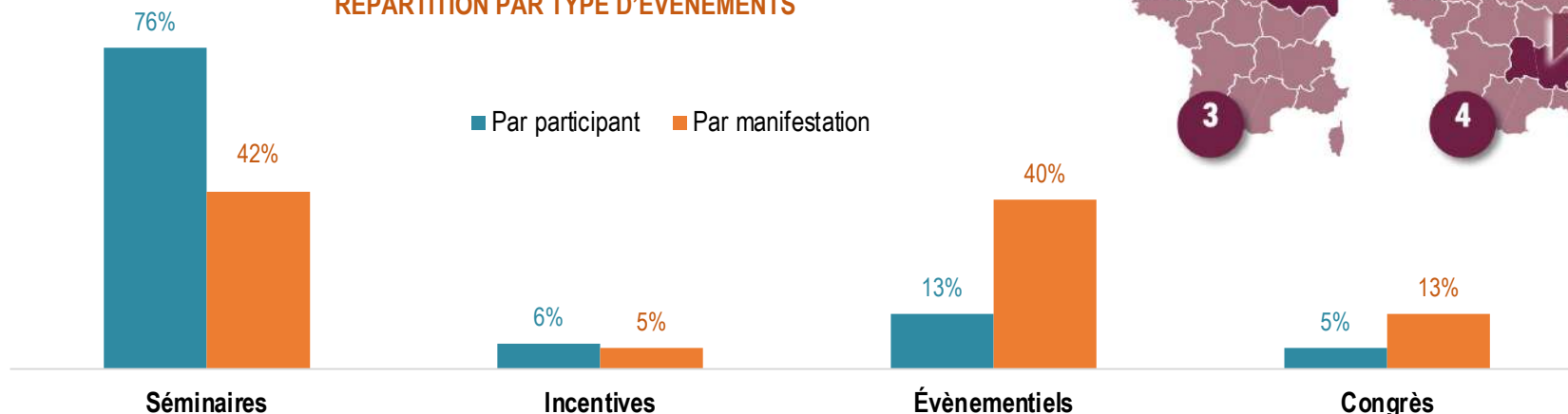
## Bourgogne Franche-Comté - Benchmark

Bourgogne Franche-Comté Tourisme a mené une enquête auprès des prestataires labellisés Bourgogne Franche-Comté Séminaires & Events en 2019. Les données ci-dessous émanent de cette enquête. Elles sont à prendre avec prudence car elles ne reflètent pas l'activité de l'ensemble des prestataires MICE régionaux.

### Données clés

- ⇒ 76 % participent à des séminaires
- ⇒ 93 % des acheteurs sont Français dont 67 % régionaux

### RÉPARTITION PAR TYPE D'ÉVÈNEMENTS



- 26 participants en moyenne
- Durée moy. : 1,2 jour
- 4 700 € HT / séminaire
- Dépense moy. par participant : 180 € HT
- Les acheteurs :
  - des entreprises à 85 %
  - régionaux à 72 %, Ile-de-France à 15 %

- 35 participants en moyenne
- Durée moy. : 0,7 jour
- 2 080 € HT / incentive
- Les acheteurs :
  - des agences à 60 %

- 145 participants en moyenne
- Durée moy. : 1 jour
- 8 830 € HT / incentive
- Les acheteurs :
  - des entreprises à 41 %

- 157 participants en moyenne
- Durée moy. : 1,4 jour
- 8 800 € HT / congrès
- Les acheteurs :
  - des entreprises à 76 %



### Forces

- Desserte TGV et **proximité du Bassin Parisien**.
- **Sur le tracé de l'axe Nord-Sud** reliant le Benelux à la Méditerranée.
- **Des marqueurs régionaux forts et bien identifiés**, valorisants pour le marché des MICE.
- Nombreux sites classés Unesco.
- Présence d'un **Club MICE à l'échelle régionale**.
- Deux grands équipements de congrès et d'expositions à Dijon et Besançon => sites uniques qui favorisent les synergies.
- Palais des congrès de Dijon certifié Iso 20121.

### Faiblesses

- Pas de desserte aéroportuaire d'importance.
- **Pas de très grande métropole**.
- Une **offre plutôt réduite en grands équipements** de congrès et expositions et assez vieillissante, peu de structures récentes et peu de programmes de rénovation / modernisation.
- Peu de démarches environnementales engagées parmi les principaux sites de congrès régionaux.
- **Seulement 3 départements s'intéressent** activement au marché du tourisme d'affaires.
- **Absence de bureau des congrès sur la métropole dijonnaise**.
- **Acheteurs surtout régionaux**.
- Durées courtes des rencontres professionnelles.



# BRETAGNE

### Données socio-économique

- 4 départements, 27 208 km<sup>2</sup>
- 37 communes de plus de 10 000 habitants
- 3,3 millions d'hab. dont 34 % de moins de 30 ans
- Taux annuel de croissance démographique : +0,2 % entre 2017 et 2020
- Nombre d'établissements actifs : 103 811 dont 7,4 % dans l'industrie
- Nombre d'emplois : 1,32 million dont 13,5 % dans l'industrie
- 128 500 étudiants dont 61 % en universités

### Secteurs économiques clés :

- L'agro-alimentaire lié à une agriculture intensive et à la pêche (secteur primaire = 4,5 % des emplois contre 2,6 % en moyenne en France), le tourisme, la métallurgie – mécanique.
- 5 pôles de compétitivité.



### Accessibilité / desserte

Région excentrée formant une péninsule.

#### Routière

- Pas d'autoroute, 4 voies 2X2 voies gratuites (N12, N164, N165, N24).

#### Ferroviaire

- 126 gares dont 19 gares TGV
- Plus de 1 000 km de lignes ferroviaires
- L'ouverture de la LGV en 2017 a placé Rennes à 1H30 de Paris et Brest à 3H30.

#### Aéroports

- L'aéroport de Brest occupe la 20<sup>ème</sup> place des aéroports français en termes de fréquentation (1,236 million de passagers en 2019).
- L'aéroport de Rennes : 22<sup>ème</sup> place des aéroports français (852 000 passagers).

### Zoom sur Rennes Métropole

- 447 400 habitants => 13 % de la population régionale
- Nombre d'établissements actifs : 14 900
- Nombre d'emplois : 248 000 => 19 % des emplois régionaux

**Secteurs économiques clés :** le commerce, le numérique, la santé, les industries culturelles et créatives, la mécanique.

#### Accessibilité :

- A l'intersection de l'autoroute A84 et des voies express N24 et N164.
- A 1H30 de Paris en TGV.
- Aéroport Rennes Bretagne : 10 km du centre ville

### PRINCIPAUX ÉLÉMENTS IDENTITAIRES



#### Le littoral

La région Bretagne couvre le plus long littoral de France (1.700 km) : de la Baie du Mont-Saint-Michel à la Baie des Trépassés de Vlorlen en passant par la Baie de Saint-Brieuc, la Côte d'Émeraude, la Presqu'île de Quiberon ou la côte de Granit Rose.

On y pratique la pêche à pied grâce notamment aux grandes marées, le surf et toutes sortes d'activités nautiques. La thalassothérapie y est également bien implantée à travers 15 centres.



#### La culture bretonne

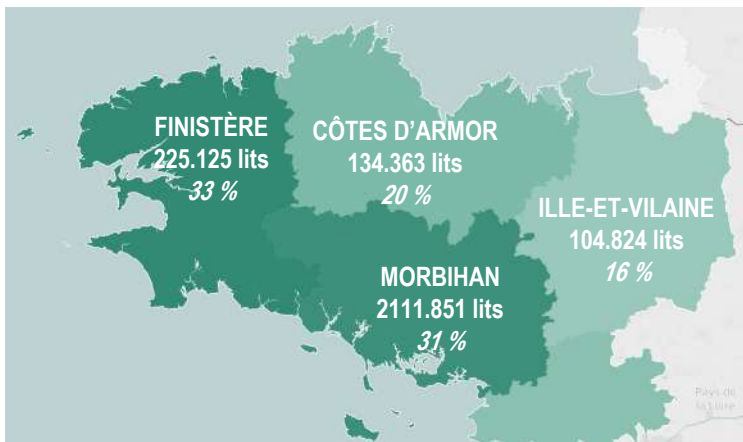
Qui s'est popularisée à travers ses contes et légendes (autour de la forêt de Brocéliande, des menhirs et mégalithes), ses origines celtiques, sa musique et ses danses, sa langue, ses symboles (drapeau, croix celtique, l'hermine, le Triskell).



#### La gastronomie

La Bretagne dispose d'un environnement varié et d'un secteur primaire fort, qui permettent une importante production de produits locaux, à commencer par les produits de la mer, mais aussi l'élevage (porc et volaille notamment) et culture maraîchère (choux fleur, artichaut,...). La Bretagne est à l'origine de recettes emblématiques qui se sont largement exportées : les galettes, le Kouign Amann, le caramel au beurre salé. Elle abrite 43 restaurants étoilés Michelin.

### Les hébergements marchands



### Les chiffres clés de l'hôtellerie en 2019

	Hôtels	Chambres
Non classé	201	3 229
1/2*	287	7 155
3*	327	11 110
4*	87	4 402
5*	10	773
<b>Ensemble</b>	<b>912</b>	<b>26 669</b>
Rennes métro	75	3 970

- Taux d'occupation : 58,5 %  
59,2 % dans les 3\*  
63,8 % dans les 4/5\*
- Nuitées : 8,042 M dont 15 % sur Rennes Métropole
- Part des nuitées en 3-4-5\* : 63,6 %
- Nuitées d'affaires : 44,5 %

Source : Tourisme Bretagne

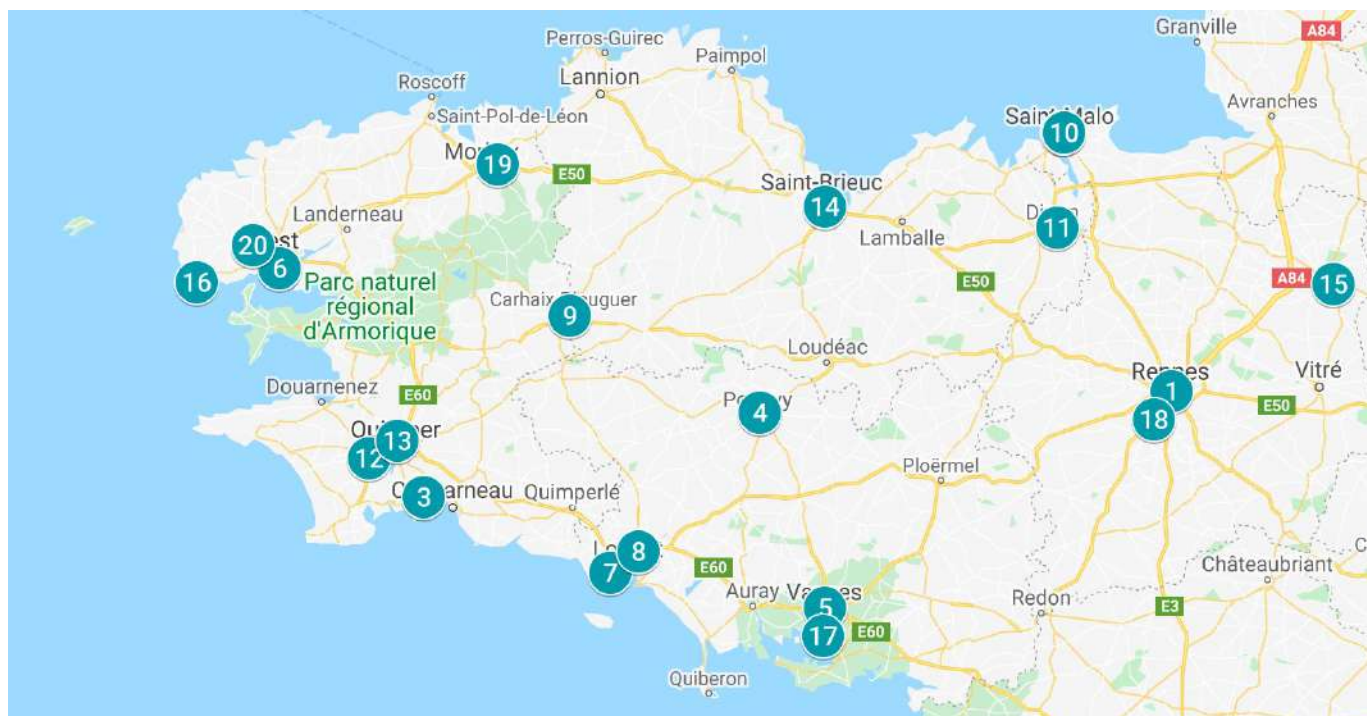


# LES PRINCIPAUX ÉQUIPEMENTS CONGRÈS - EXPO

## Bretagne - Benchmark

### 20 centres de congrès, parcs expo

- 1 Le Couvent des Jacobins
- 2 Palais congrès Grand Large
- 3 L'Archipel
- 4 Palais des congrès de Pontivy
- 5 Palais des Arts et des congrès
- 6 Le Quartz
- 7 Palais des congrès Lorient
- 8 Parc des expositions Lorient
- 9 Espace Glenmore
- 10 Centre d'exposition Le Quai
- 11 Centre de congrès de Dinan
- 12 Centre Chapeau Rouge
- 13 Parc Expo Quimper
- 14 Palais congrès St-Brieuc
- 15 Espace Aumaillerie
- 16 Espace Keraudy
- 17 Parc expo Chorus
- 18 Parc expo Rennes Aeroport
- 19 Parc Expo Lango
- 20 Brest Expo



Ce recensement prend en compte tous les centres de congrès, parcs expo régionaux quel que soit leur capacité, leur vocation : le Quartz est une scène nationale, le Palais des congrès de Vannes est aussi un palais des arts, l'espace Keraudy, l'Espace Glenmore ou l'Espace Aumaillerie sont aussi des centres culturels, ... Le Palais des congrès de Saint-Brieuc fait aussi office de parc des expositions avec 6 halls.

Parmi ces sites, 2 ont été inaugurés ces dernières années : le centre de congrès Chapeau Rouge à Quimper en 2017 et le Couvent des Jacobins en 2018. Et plusieurs ont fait l'objet d'importants travaux de rénovation ou extension : le Palais des congrès Grand Large à Saint-Malo en 2019, l'aménagement d'une nouvelle salle au Palais des arts et des congrès de Vannes en 2019, la création d'un nouveau hall de 4 500 m<sup>2</sup> en 2016 au Palais des congrès de la Baie de Saint-Brieuc, des travaux de rénovation et d'extension au parc expo de Quimper Cornouaille en 2013. Un gros programme de rénovation sur 2 ans (2021-2023) est lancé au Quartz qui sera fermé. Des investissements de 1,6 M€ ont été budgétés pour l'entretien du Hall 2 de Brest Expo. Et enfin, une extension est envisagée au parc expo Chorus de Vannes via la création d'un nouveau hall et d'une salle plénière, ainsi qu'un programme de rénovation.

# LES PRINCIPAUX ÉQUIPEMENTS CONGRÈS - EXPO

## Bretagne - Benchmark

Sites	Villes	Surface totale	Jauge max. assis	Auditorium	Gestionnaire	Activité annuelle (2019)
<i>Couvent des Jacobins</i>	Rennes	25 000 m <sup>2</sup>	1 500	2 de 400 et 1 200 places	SPL Destination Rennes	163 évènements Retombées économiques : 31 M€
<i>Le Quartz</i>	Brest	20 000 m <sup>2</sup>	1 500	2 de 300 et 1 500 places	SEM Brest'Aim	60 évènements Taux d'occupation entre 40 et 50 %
<i>Brest Expo</i>	Guilers	13 000 m <sup>2</sup>	-	-		80 évènements
<i>Palais des congrès Grand Large</i>	St-Malo	8 000 m <sup>2</sup>	1 030	2 de 200 et 1 030	SPL Destination St-Malo	130 à 150 évènements Retombées économiques : 45 M€
<i>Palais des congrès de la Baie de Saint-Brieuc*</i>	Saint-Brieuc	15 000 m <sup>2</sup>	-	2 de 390 et 1 200	Association Saint-Brieuc Expo Congrès	CA = 2,9 M€ Env. 200 évènements
<i>Parc Expo Rennes Aéroport</i>	Bruz	54 000 m <sup>2</sup>	-	-	SA Parc Expo Rennes	CA = 5,78 M€ Env. 100 manifestations
<i>Parc Expo Lango</i>	Garlan	12 000 m <sup>2</sup>	3 200	1 de 320	Régie municipale	-
<i>Parc Expo Quimper</i>	Quimper	8 000 m <sup>2</sup>	2 000	-	SEM Quimper Évènements SEM Quimper Évènements	CA = 1,084 M€
<i>Centre congrès Chapeau Rouge</i>	Quimper	2 000 m <sup>2</sup>	400	-		
<i>Parc Expo Chorus</i>	Vannes	5 500 m <sup>2</sup>	2 500	1 de 1 100	GL Events	CA = 1,741 M€ dont 75 % généré par les salons grand publics
<i>Palais des congrès de Lorient</i>	Lorient	2 500 m <sup>2</sup>	780	1 de 780	SEM Lorient Bretagne Sud-Expo Congrès	CA = 1,4 M€
<i>Parc Expo Lorient</i>	Lorient	12 000 m <sup>2</sup>	-	-		Env. 150 évènements au palais des congrès et 30 au parc expo
<i>Palais des arts et des congrès</i>	Vannes	4 000 m <sup>2</sup>	810	3 de 113, 314 et 810	Ville de Vannes	-
<i>Palais des congrès Pontivy</i>	Pontivy	2 500 m <sup>2</sup>	674	1 de 674	Ville de Pontivy	-

Les plus grande capacités sont celles des parcs des expositions, notamment celui de Rennes (54 000 m<sup>2</sup>). Les 2 principaux palais des congrès en termes de capacité et de rayonnement sont le Couvent des Jacobins à Rennes et le Quartz à Brest (cf. page suivante). Hormis le centre de congrès du Chapeau Rouge à Quimper, tous disposent d'auditorium(s) de 600 à 1 500 places au Quartz. La plupart des équipements sont gérés en délégation de service public, hormis quelques villes qui exploitent elles-mêmes leur centre de congrès.

4 équipements sont certifiés : Iso 9001 pour le Grand Large, Iso 20121 pour le Couvent des Jacobins et Iso 14001 pour le Chorus et Brest Expo. Brest'Aim a engagé une démarche RSE au sein des sites qu'il exploite et la conception du récent Chapeau Rouge s'est inscrite dans une démarche de réduction des consommations.

# LES PRINCIPAUX ÉQUIPEMENTS CONGRÈS - EXPO

## Bretagne - Benchmark

### COUVENT DES JACOBINS

**Localisation** en centre ville.

Desserte en transports : métro qui relie la gare

**Présentation** : le Couvent des Jacobins a été inauguré en 2018. Il offre un cadre historique valorisant. Dédié aux rencontres professionnelles, il accueille également des expositions et les concerts de l'orchestre symphonique de Bretagne.

**Les espaces et capacité d'accueil couvre 25 000 m<sup>2</sup> :**

- 2 auditoriums de 400 et 1.200 places,
- 25 salles de commissions de 40 à 400 places,
- 1 salle plane de 500 places,
- 4.000 m<sup>2</sup> d'espace d'exposition.

Certification Iso 20121

**Exploitant** : SPL Destination Rennes qui gère aussi l'Office du Tourisme, le bureau des congrès et Rennes Business Club).

### LE QUARTZ

**Localisation** en centre ville, à 5 min à pied de la gare.

Desserte en transports : tram

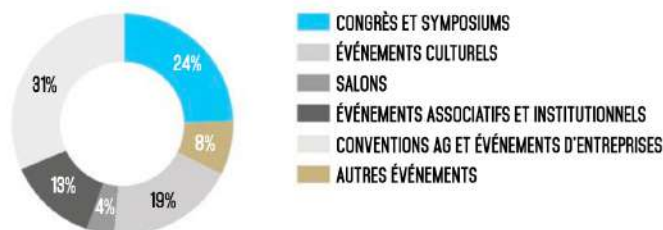
**Présentation** : Le Quartz créé en 1988 est une salle de spectacles, un centre culturel devenu **scène nationale en 2001** et un centre de congrès. Le bâtiment étant vieillissant, une rénovation d'envergure est prévue **pour une durée 18 mois** durant lesquels le Quartz sera fermé. Il est question de travaux de mises aux normes, de réhabilitation de la toiture, de changement du mobilier et de transformation de l'accueil, d'installation d'un ascenseur technique, de rénovation du Grand Théâtre...

**Les espaces et capacité d'accueil couvrent 20 000 m<sup>2</sup> :**

- 2 auditoriums de 300 places et le 2<sup>ème</sup> modulable de 1 500 places max.
- 8 salles de réunion,
- 1 000 m<sup>2</sup> d'exposition
- un espace réceptif pouvant accueillir jusqu'à 1 000 convives.

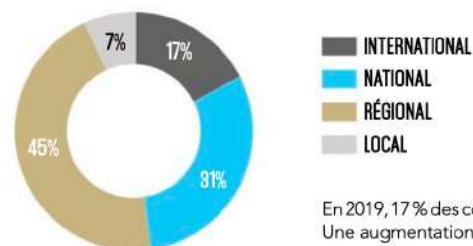
#### COMPOSITION DU PORTEFEUILLE PAR TYPOLOGIE D'ÉVÉNEMENTS :

Une part plus importante des congrès et symposiums : 24 % en 2019 contre 18 % en 2018



#### RÉPARTITION DES ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS PAR PROVENANCE GÉOGRAPHIQUE :

L'accueil d'un plus grand nombre de congressistes internationaux



En 2019, 17 % des congressistes accueillis provenaient de l'international. Une augmentation significative par rapport à 2018 (+ 9%) !

#### Activité en 2019

163 événements,  
174 320 journées congressistes,  
Retombées économiques : 31 M€.

#### Activité en 2019

- 60 événements,
- 27 400 participants,
- Taux d'occupation : environ 45 %
- 7 événements d'envergure internationale et 13 nationale
- Premiers secteurs :  
fédération/association, industrie,  
pharmacie/chimie.

**Exploitant** : SEM Brest'Aim qui gère de nombreux sites sur la ville (patinoire, ports de plaisance, Océanopolis, Brest Expo,...

### COMITÉS DÉPARTEMENTAUX



#### CÔTES D'ARMOR SÉMINAIRES & TEAM BUILDING

##### Ses missions :

- ⇒ Faciliter l'organisation des rencontres professionnelles : sélection de lieux,
- ⇒ Proposer des solutions,
- ⇒ Mise en relation : aides et conseils gratuits.

Une cinquantaine de professionnels du MICE partenaires engagés dans une charte de qualité qui précise les prestations concernant l'accueil, les équipements et les services nécessaires.

Brochure téléchargeable.

Formulaire à remplir pour demande de devis.



#### CLUB FINISTÈRE AFFAIRES, service dédié

Une quarantaine de professionnels du MICE partenaires répondant à une charte de qualité et engagés dans une démarche de service auprès de la clientèle d'affaires.

##### Conditions d'entrée :

- ⇒ Faire réaliser un audit qualité par un membre du club,
- ⇒ Acquitter une adhésion annuelle de 750 € HT (400 € HT pour les plus petites entreprises).

##### Plan d'actions :

- ⇒ Définition d'un plan marketing pour le club,
- ⇒ Mise en œuvre de dispositifs d'accompagnement : formations,...
- ⇒ Mise en place d'opérations commerciales et d'actions de communication et de marketing.



#### MORBIHAN AFFAIRES, service événements & séminaires.

##### Ses objectifs :

- ⇒ Positionner la destination Morbihan sur le marché du tourisme d'affaires en France et en Europe
- ⇒ Promouvoir la filière tourisme d'affaires auprès des prescripteurs,
- ⇒ Participer à l'amélioration qualitative et générale de l'offre,
- ⇒ Contribuer à la promotion et au développement de la filière en créant un interface,
- ⇒ Faciliter, développer l'information, les échanges et la synergie entre les professionnels de la filière et les clients

Recense 12 prestataires de services, 15 activités de team building, 5 agences, 9 offices de tourisme et plusieurs idées de contenus séminaires



**HBE**, Haute Bretagne Évènements, club de professionnels du tourisme d'affaires et de l'évènementiel en charge d'accompagner les organisateurs d'évènements dans leur recherche de lieux, d'agences, de prestataires et dans l'organisation de leurs rencontres en Ile-et-Vilaine.

##### Ses objectifs :

- ⇒ Positionner la destination Haute Bretagne Ile-et-Vilaine sur le marché du tourisme d'affaires en France et en Europe
- ⇒ Promouvoir la filière tourisme d'affaires auprès des décideurs économiques,
- ⇒ Participer à l'amélioration qualitative et générale de l'offre,
- ⇒ Contribuer à la promotion et au développement de la filière,
- ⇒ Faciliter, développer l'information, les échanges et la synergie entre les professionnels de la filière et les clients

Recense 170 prestataires (lieux réceptifs, services, activités de team building, agences, bureaux des congrès)



**Meet pro Bretagne** réunit sous une marque les 4 clubs de tourisme d'affaires départementaux.

Son objectif : mutualiser les moyens, trouver des synergies pour ancrer la Bretagne dans le paysage des destinations d'affaires françaises.

Ses actions : organiser un salon régional et des opérations de communication et d'échanges, participer à des salons nationaux



# ACTIVITÉ DE LA FILIÈRE MICE

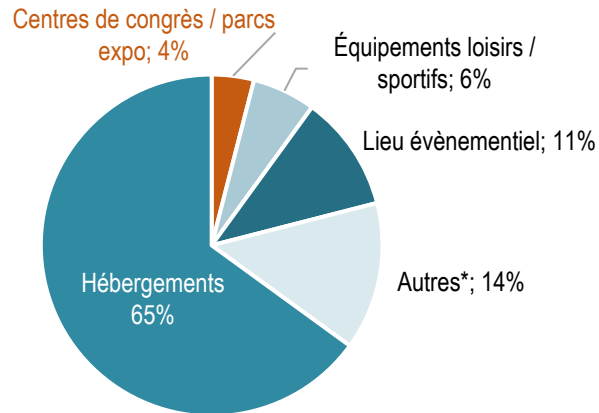
## Bretagne - Benchmark

Les résultats ci-dessous relèvent du baromètre des rencontres professionnelles en Bretagne sur le 1<sup>er</sup> semestre 2018. Elles concernent les salons professionnels et grand public, les foires, les réunions d'entreprises, les incentives, les conventions, les séminaires, les congrès. L'enquête a été menée par Tourisme Bretagne auprès de 293 structures, 65 % ont répondu.

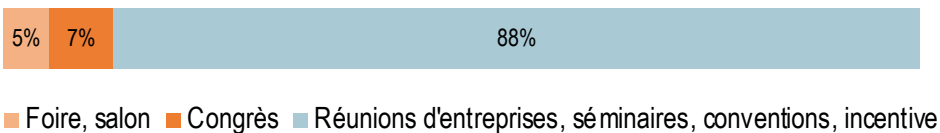
**16 082\***  
événements professionnels

\* Volume extrapolé aux 293 structures.

Répartis comme suit,



Types de manifestations reçues



**39 participants en moyenne**

Centres de congrès / parcs expo  
133

Lieux événementiels  
97

Équipements loisirs / sportifs  
61

Hébergements  
22

Autres\*  
18

\*Autres : agences réceptives, événementielles, traiteurs, prestataires

Répartition géographique des manifestations



# ACTIVITÉ DE LA FILIÈRE MICE

## Bretagne - Benchmark

1,3 jour en moyenne

De 1,1 jour dans les lieux événementiels / de réunion à 1,5 dans les centres de congrès / parcs expo

59 € HT en moyenne la journée

De 50 € dans les lieux événementiels / de réunion à 61 € dans les hébergements.

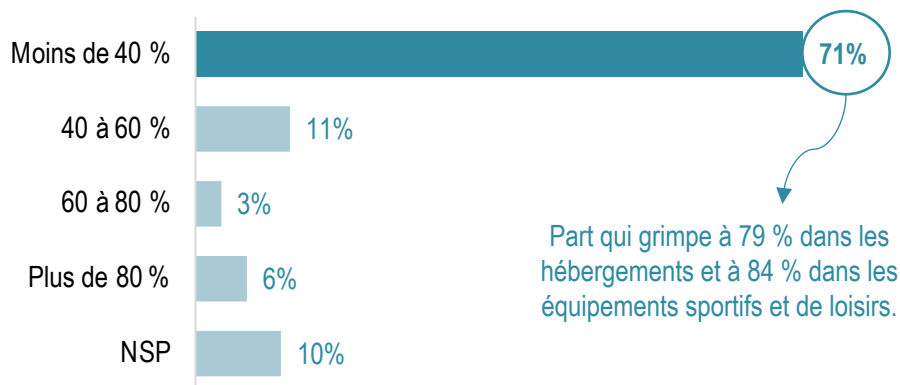
Seuls 54 % des enquêtés ont répondu

32 % des événements sont récurrents

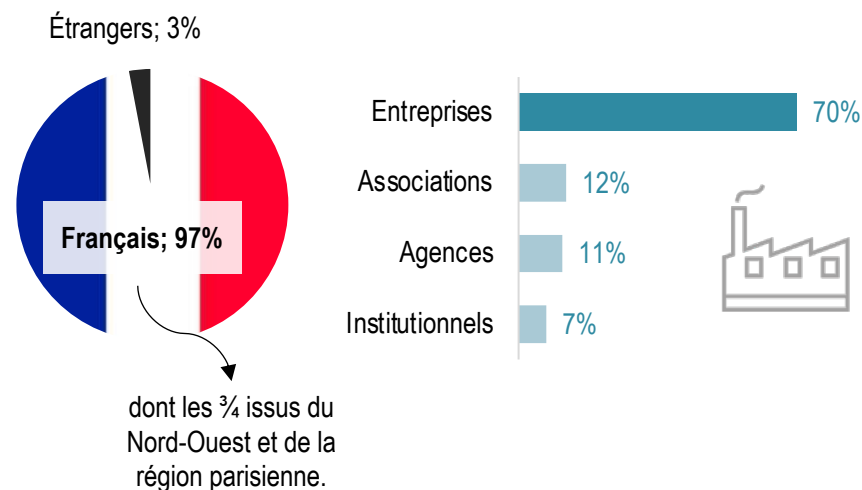
45 % dans les centres de congrès / parcs expo.

Pour plus de 70 % des prestataires, les MICE < 40 % du leur chiffre d'affaires

Part de l'activité MICE dans le chiffre d'affaires total



### Profil des clientèles / organisateurs :



Si le baromètre 2019 n'a pas été publié dans son intégralité, les principales données ont été diffusées et sont quasi similaires aux observations de 2018 :

- 16 200 événements dont 65 % dans les hébergements,
- 32 participants par événement en moyenne,
- Moins de 10 % des événements sont issus des congrès et foires/salons,
- Durée moyenne est de 1,3 jour,
- Coût moyen de la journée avoisine les 60 € HT,
- Un quart des événements sont récurrents.

### Forces

- Ouverture de la LGV a réduit les temps de transports => Rennes à 1H30 de Paris.
- Métropole d'importance située à l'entrée de la péninsule.
- **Des marqueurs régionaux forts et bien identifiés**, valorisants pour le marché des MICE.
- Une **offre assez importante en grands équipements** de congrès et expositions **et dynamique** : créations et rénovations récentes et en cours.
- **Rennes s'est dotée d'un tout nouveau centre de congrès** dans un site historique en plein centre ville.
- L'association Ouest Congrès, un exemple original de mutualisation des moyens entre centres de congrès et parcs expositions.
- Une **filière bien structurée** : 4 clubs tourisme d'affaires à l'échelle départementale et une marque qui chapeaute à l'échelle régionale, **Meet Pro Bretagne**.
- La tenue d'un baromètre annuel du tourisme d'affaires avec un bon taux de retours.
- 7 % des événements sont des congrès contre moins de 1 % à l'échelle française.

### Faiblesses

- **Région excentrée**, absence d'autoroute et pas de grands aéroports internationaux.
- Une **économie très orientée sur l'agro-alimentaire** => pas un gros secteur pourvoyeur de MICE.
- Peu de démarches environnementales engagées parmi les principaux sites de congrès et expositions régionaux.
- Un **nombre moyen limité de participants** (32) et qui reste réduit également dans les centres de congrès (133).
- Des **organisateuris issus essentiellement de la région Nord Ouest** et parisienne.
- Durées courtes des rencontres professionnelles.

# SYNTHÈSE BENCHMARK

## Analyse – l'environnement

Nous synthétisons le benchmark sous la forme de tableaux pour une approche synoptique et comparative.

RÉGIONS :	Bourgogne Franche-Comté	Bretagne	Pays de la Loire
Habitants	2,8 millions	3,3 millions	3,7 millions
Emplois	1,07 million	1,32 million	1,52 million
Secteurs clés	1 <sup>ère</sup> région industrielle de France : mécanique/métallurgie, agroalimentaire et plasturgie.	Agroalimentaire	2 <sup>ème</sup> région industrielle de France : métallurgie, agroalimentaire et matériel transports.
Chambres d'hôtels 3&4*	12 968	15 512	13 894
Taux d'occupation hôtellerie 2019	55,3 %	58,5 %	58,8 %
Nuitées hôtelières	7,154 millions	8,042 millions	7,301 millions
Principaux marqueurs identitaires	La viticulture, le patrimoine, la gastronomie	Le littoral, la culture bretonne	Façade atlantique, oenotourisme, patrimoine, le Puy du Fou, quelques événements (24H du Mans, Vendée Globe) => plus diffus
Desserte TGV	14 gares TGV Dijon à 1H40 de Paris	19 gares TGV Rennes à 1H30 de Paris	14 gares TGV Nantes à 2H06 de Paris
Desserte aéroportuaire	Aéroport de Dôle Jura : 111 161 passagers	Aéroport de Brest : 1,236 M de passagers Aéroport de Rennes : 852 000 passagers	Aéroport international de Nantes : 7,2 M de passagers



# SYNTHÈSE BENCHMARK

## Analyse – les grands équipements

RÉGIONS :	Bourgogne Franche-Comté	Bretagne	Pays de la Loire
Principaux équipements	<i>15 centres de congrès et parcs des expositions dont 2 &gt; 20 000 m<sup>2</sup></i>	<i>20 centres de congrès et parcs des expositions dont 3 &gt;= 20 000 m<sup>2</sup></i>	<i>11 centres de congrès et parcs des expositions dont 2 &gt; 20 000 m<sup>2</sup></i>
Ouverture récente et à venir	Dole Expo (2016) Juraparc (reconstruit en 2015)	Couvent des Jacobins (2018) Chapeau Rouge à Quimper (2017)	Espace Mayenne (2021)
Équipements concernés par des programmes d'investissements récents ou à venir	Parc expo 70 (envisagé) Parc expo de Nevers (envisagé)	Parc expo de Quimper Cornouaille (2013) Palais des congrès de la Baie de Saint-Brieuc (2016) Palais des congrès Grand Large à Saint-Malo (2019) Palais des arts et des congrès de Vannes (2019) Programme de rénovation sur 2 ans (2021-2023) du Quartz à Brest. Parc expo Chorus de Vannes (envisagé).	Exponantes (2013), Palais des congrès Atlantia (2014), Centre de congrès Jean Monnier d'Angers (2019), Palais des congrès et de la culture du Mans (projet), Cité des Congrès de Nantes (projet), Parc exposition du Mans (projet)
Auditoriums	2 > 1 000 places (Dijon et Besançon)	5 > 1 000 places (Rennes, Brest, Saint-Malo, Saint-Brieuc, Vannes)	4 > 1 000 places (Nantes, Angers, Le Mans, le Puy du Fou)
Les certifications	<b>2 équipements certifiés</b> : Iso 20121 pour le Palais des congrès de Dijon et Qualicongrès pour le palais des congrès de Beaune	<b>4 équipements certifiés</b> : Iso 9001 pour le Grand Large, Iso 20121 pour le Couvent des Jacobins et Iso 14001 pour le Chorus et Brest Expo	<b>4 équipements certifiés</b> : Iso 20121 pour le Palais des congrès Atlantia à La Baule et le Palais des congrès du Mans. Iso 14001, 26000 et 20121 pour EXPONANTES. ISO 9001, ISO 20121 et « Charte Qualité et Développement Durable de France Congrès » pour la Cité des congrès de Nantes. Démarche RSE engagée pour Angers Expo Congrès.

# SYNTHÈSE BENCHMARK

## Analyse – l'activité et les acteurs

RÉGIONS :	Bourgogne Franche-Comté	Bretagne	Pays de la Loire
<b>Retombées économiques sur les principales villes de congrès</b>	Dijon, parc des expositions et des congrès : 11,5 M€, 250 événements Pas dans le classement ICCA	Rennes Couvent des Jacobins : 31 M€, 163 événements 12 <sup>ème</sup> rang français classement ICCA	Nantes, Cité des Congrès : 94 M€, 150 événements 7 <sup>ème</sup> rang français classement ICCA
<b>Activité filière MICE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ 87 % des manifestations sont des réunions d'entreprises, séminaires, conventions, incentive.</li> <li>⇒ 93 % des acheteurs sont Français dont 67 % régionaux.</li> <li>⇒ Nombre moyen de participants congrès : 157.</li> <li>⇒ Profil des organisateurs : entreprises à 85 % pour les séminaires.</li> <li>⇒ Durée moyenne : de 0,7 jour pour les incentives à 1,4 pour les congrès.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ 88 % des manifestations sont des réunions d'entreprises, séminaires, conventions, incentive.</li> <li>⇒ 97 % des acheteurs sont Français dont les ¼ issus du Nord-Ouest et de la région parisienne.</li> <li>⇒ Nombre moyen de participants congrès : 133.</li> <li>⇒ Profil des organisateurs : entreprises à 70 %</li> <li>⇒ Durée moyenne : de 1,1 jour dans les lieux événementiels à 1,5 dans les centres de congrès / parcs expo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ 83 % des structures accueillent des journées d'études, 78 % des formations, 74 % des séminaires résidentiels.</li> <li>⇒ 94 % des structures accueillent des acheteurs Français dont plus des ¼ issus de la région.</li> <li>⇒ Nombre moyen de participants congrès : 316.</li> <li>⇒ Taille des entreprises organisatrices : PME pour 71 % des structures.</li> <li>⇒ Durée moyenne : 1,6 jour – de 1,1 pour les lieux culturels, sportifs et de loisirs à 2 jours pour les parcs des expositions</li> </ul>
<b>Acteurs départementaux</b>	Seul le Doubs a un service dédié aux séminaires & congrès	Tous les départements ont un club de tourisme d'affaires	Deux départements ont un espace dédié séminaires/congrès : la Sarthe et la Vendée
<b>Acteurs régionaux</b>	Club Bourgogne Franche-Comté, animé par le Comité régional du tourisme. 140 adhérents	Meet Pro Bretagne, marque régionale qui réunit les grands acteurs de la filière	Absence de marque régionale

## BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ

**1<sup>ère</sup> région industrielle de France**

14 gares TGV  
Dijon à 1H40 de Paris

Aéroport de Dôle Jura : 111 161 passagers

Marqueurs identitaires emblématiques :  
viticulture, patrimoine, gastronomie

**15 centres de congrès  
et parcs des expositions**  
dont Dole Expo (2016) et Juraparc (2015)

2 équipements certifiés

Dijon, expo et congrès : 11,5 M€, 250 évènements. Ne fait pas partie du classement ICCA

Club Bourgogne Franche-Comté, animé par le CRT

## BRETAGNE

Secteur clé : Agroalimentaire

19 gares TGV  
Rennes à 1H30 de Paris

Aéroport de Brest : 1,236 M de passagers  
Aéroport de Rennes : 852 000 passagers

Marqueurs identitaires emblématiques :  
littoral, culture bretonne

**20 centres de congrès  
et parcs des expositions**  
dont Couvent des Jacobins (2018) et Chapeau Rouge à Quimper (2017)

4 équipements certifiés

Rennes Couvent des Jacobins : 31 M€, 163 évènements. 12<sup>ème</sup> rang français classement ICCA

Meet Pro Bretagne, marque régionale qui réunit les grands acteurs de la filière

## PAYS DE LA LOIRE

**2<sup>ème</sup> région industrielle de France**

14 gares TGV  
Nantes à 2H06 de Paris

**Aéroport international de Nantes : 7,2 M de passagers**

Marqueurs identitaires plus diffus :  
façade atlantique, oenotourisme, patrimoine, Puy du Fou,  
grands évènements (24H du Mans, Vendée Globe)

**11 centres de congrès  
et parcs des expositions**  
Dont Espace Mayenne (2021)

**4 équipements certifiés + démarche RSE engagée pour  
Angers Expo Congrès.**

Nantes, Cité des Congrès : 94 M€, 150 évènements  
**7<sup>ème</sup> rang français classement ICCA**

Absence de marque régionale



## SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC



## ÉLÉMENTS CLÉS DU MARCHÉ

### Le marché MICE des Pays de la Loire - Offre

- **291 espaces réceptifs** susceptibles d'accueillir des événements professionnels d'au moins 100 personnes en plénière.
  - dont 90 châteaux et demeures de caractère (1<sup>ère</sup> typologie de site réceptif),
  - 7 centres des congrès, 4 parcs des expositions, 1 zénith.
- **Une concentration géographique des prestataires et des acteurs** sur les principales agglomérations – Nantes, Angers, Le Mans – et la côte Atlantique.
- Des capacités qui restent majoritairement restreintes : inférieures à 200 places assises et à 5 salles pour plus de 60 % des sites réceptifs.
- Une cinquantaine d'auditoriums répartis sur 36 sites (incluant les cinémas, écoles, théâtres, musées dont la vocation première n'est pas le MICE).
- **Plus de la moitié des prestataires disposent d'une offre en hébergement**, mais de moins de 20 chambres pour la moitié d'entre eux.
- Tarif moyen en journée d'études : 56 € HT.
- Des **démarches éco-responsables** qui **restent rares** parmi les prestataires régionaux, mais sont plus abouties pour les centres de congrès.
- Acteurs départementaux et régionaux présents sur le MICE : Solutions Pro Tourisme, Congrès & Séminaires en Sarthe, Congrès & Séminaires Vendée Tourisme, Businessland Sarthe.
- Acteurs publics locaux présents sur le MICE : SPL Le Voyage à Nantes, Bureau des congrès de Nantes et son Club MICE, Destination Angers et convention bureau, Le Mans Évènements, Laval Tourisme & Congrès, La Baule Presqu'île de Guérande Tourisme.

### Le marché MICE en France – Demande 2019

- **384 000 événements** dont 380.000 événements d'entreprises.
- **76,8 millions de participants** dont 52 millions dans le cadre d'évènements d'entreprises.
- **39,4 milliards d'€ de retombées économiques** dont 20 milliards de retombées directes et 19,4 milliards de retombées indirectes.
- 455 000 emplois équivalents temps plein.
- Taux d'occupation des Palais des congrès : 26,3 %.
- **2/3 des événements d'entreprises ont une audience régionale.**
- Premiers secteurs générateurs de congrès en France : la santé, la recherche scientifique et sociale et les nouvelles technologies.
- Premiers secteurs générateurs d'évènements d'entreprises : assurance, banque et services financiers, industrie, recherche et informatique.
- 1<sup>ère</sup> motivation des événements d'entreprises : développer son réseau.
- **Type de lieux privilégiés** pour se réunir : **en interne (40 %)**, hôtels (39 %), centres de congrès (23 %), châteaux/demeures de caractère (20 %).
- Plus de la moitié des manifestations se déroulent sur **1 journée**.
- **Premiers critères de choix** d'un site réceptif : **localisation / rapidité d'accès**, prix, capacité.
- Une **perte de plus de 80 % des retombées économiques en 2020** pour la filière événementielle et un impact probablement durable sur la physionomie des rencontres professionnelles.



L'objectif de cette première phase d'étude a été de dresser un état des lieux de l'offre MICE à l'échelle de la région Pays de la Loire et ses caractéristiques, mis en perspective avec les grandes tendances du marché à l'échelle nationale. Pour une plus grande clarté, **nous avons établi cette synthèse et analyse sous la forme d'un schéma SWOT** (cf. pages suivantes).

### FORCES

- ⇒ Bonne desserte autoroutière et TGV des grandes agglomérations régionales et relatives proximité du bassin parisien.
- ⇒ Un aéroport international, classé au 7<sup>ème</sup> rang français, Nantes Atlantique.
- ⇒ Pays de la Loire = **2<sup>ème</sup> région industrielle** de France, présence de leaders économiques de renom.
- ⇒ 6<sup>ème</sup> région de destination touristique des Français.
- ⇒ **Marqueurs identitaires forts** : façade atlantique et stations balnéaires réputées, Nantes et ses Machines de l'Île, les vignobles, le Puy du Fou, les 24H du Mans, le Vendée Globe,...
- ⇒ 5<sup>ème</sup> région française en termes de capacité hôtelière, mais forte concentration sur la Loire-Atlantique.
- ⇒ Présence de **sites réceptifs d'exception** : patrimoniaux (90 châteaux et bâtiments de caractère) et inédits (Escal'Atlantic, Porsche Expérience Centre, Puy du Fou,....).
- ⇒ Plus de la moitié des sites réceptifs proposent une offre en hébergement.
- ⇒ Nantes, destination de congrès à potentiel international, **7<sup>ème</sup> place française dans le classement ICCA 2019**.
- ⇒ Des destinations de congrès nationales : Angers, Le Mans, La Baule, le Puy du Fou.
- ⇒ Des **destinations qui se positionnent sur des thématiques complémentaires** : l'international pour Nantes, la ville accessible à taille humaine pour Angers, « l'Éco Business Class » pour Le Mans Événements, le « slow tourisme » pour Laval, le volet balnéaire pour les stations de la côte Atlantique.
- ⇒ La plupart des centres de congrès se sont investis en matière de démarches environnementales et/ou responsables.

### OPPORTUNITÉS

- ⇒ La plupart des grands équipements régionaux ont fait l'objet ou vont faire l'objet de **renovation/extension** : *Exponantes en 2013, Palais des congrès Atlantia en 2014, centre de congrès Jean Monnier d'Angers en 2019, création d'un nouveau centre de congrès au Puy du Fou, Palais des congrès et de la culture du Mans, Cité des congrès de Nantes et centre des expositions du Mans à venir, ouverture prochaine de l'Espace Mayenne.*
- ⇒ Le marché événementiel génère d'importantes retombées économiques, directes et indirectes.
- ⇒ **Saisonnalité peu marquée** sur le marché des MICE.
- ⇒ Un **intérêt croissant des organisateurs pour les lieux originaux** visant à casser la lassitude et étonner, notamment pour les châteaux & lieux d'exception (nombreux dans les Pays de la Loire),
- ⇒ Une **évolution pressentie du marché MICE dont les Pays de la Loire pourrait tirer en partie profit** : réduction des distances, événements de moindre capacité, appétence pour les destinations « moins intensives », lien plus étroit avec le territoire d'accueil,...

### FAIBLESSES

- ⇒ Un aéroport international d'envergure vieillissant.
- ⇒ 8<sup>ème</sup> rang des régions françaises en termes de population.
- ⇒ 9<sup>ème</sup> région française (hors Ile-de-France) **en termes de nuitées hôtelières**.
- ⇒ Marqueurs identitaires assez diffus, pas d'image emblématique associée au Pays de la Loire (comme pour la Bretagne ou la Bourgogne, par exemple).
- ⇒ Les **partenaires publics départementaux** ne se sont **pas tous engagés** dans le développement de la filière MICE.
- ⇒ Un marché MICE – offre et acteurs – concentré sur les grandes agglomérations => **notoriété focalisée sur quelques destinations phares**.
- ⇒ Un nombre limité de grands équipements (centres de congrès / parcs expositions) comparé aux régions voisines (20 en Bretagne, 25 en Nouvelle-Aquitaine).
- ⇒ Une majorité de sites propose de faible capacité (< 200 m<sup>2</sup>).
- ⇒ A l'exception des grands équipements, les **labellisations écoresponsables restent rares** parmi les prestataires MICE.

### MENACES

- ⇒ Les grandes **entreprises se réunissent de plus en plus en interne**, au détriment des prestataires MICE.
- ⇒ Un **marché des congrès français très concurrentiel** avec notamment une course à la rénovation et construction d'équipements de congrès.
- ⇒ **Marché des MICE très dépendant** de la situation économique, politique, sociétale, sanitaire...
- ⇒ Manifestations de plus en plus courtes et réduction des temps de transports.
- ⇒ Envergure des événements professionnels avant tout régionale.
- ⇒ Des **organiseurs de plus en plus vigilants à leur budget** : nombre croissant de demandes de devis, négociations, participation des services achat,...
- ⇒ **Crise sanitaire et économique** liée à l'épidémie de Covid-19 **a marqué un coup d'arrêt** de la filière événementielle depuis le printemps 2020.
- ⇒ **Conséquences incertaines** de la crise sanitaire qui pourraient modifier le marché de l'évènementiel en profondeur, bien qu'il soit encore trop tôt pour l'estimer qualitativement et quantitativement.
- ⇒ Une très large majorité des centres de congrès / parcs expo français interrogés sur les conséquences de la crise craignent une réduction du nombre de manifestations et de participants à moyen terme.
- ⇒ Une **montée en puissance des rencontres digitales**.

Les Pays de la Loire disposent d'atouts qui participent à sa légitimation sur le marché des rencontres professionnelles, constat à nuancer toutefois en fonction des départements/zones :

- un fort ancrage industriel (2<sup>ème</sup> rang des régions françaises pour sa part d'emploi industriel) et des filières clés (la finance - Nantes compte parmi les premières places financières bancaires de France, les assurances dans lesquels Le Mans s'est spécialisé, la R&D autour notamment des 10 pôles de compétitivité) génératrices d'évènements, sachant que l'envergure des manifestations d'entreprises est en premier lieu régionale.
- la présence de nombreux sites réceptifs : plus de 290 ont été recensés dans la région dont 40 % en Loire-Atlantique,
- une destination de congrès a potentiel international phare : Nantes, 8<sup>ème</sup> agglomération française en termes d'emplois, une accessibilité optimale (TGV qui la place à 2H de Paris et aéroport international), un marché hôtelier porteur avec plus de 3 700 chambres en 3 et 4\*, 7<sup>ème</sup> place française dans le classement ICCA, une offre événementielle dynamique et investie sur les sujets du développement durable,...
- des destinations de congrès nationales, notamment Le Mans, Angers, la Baule, les Sables d'Olonne,
- des marqueurs identitaires forts contribuant à l'image et au rayonnement de certaines destinations : façade atlantique et stations balnéaires réputées, Nantes et ses Machines de l'Île, les vignobles, le Puy du Fou, les 24H du Mans, le Vendée Globe,...
- ainsi que des rénovations, modernisations et développements entrepris et à venir sur la plupart des grands équipements de congrès régionaux : Exponentes en 2013, Palais des congrès Atlantia en 2014, centre de congrès Jean Monnier d'Angers en 2019, création d'un nouveau centre de congrès au Puy du Fou, Palais des congrès et de la culture du Mans, Cité des congrès de Nantes et centre des expositions du Mans à venir, ouverture prochaine de l'Espace Mayenne.



Néanmoins, la **crise sanitaire et économique liée à l'épidémie de Covid-19** a plongé le monde de l'événementiel dans le marasme et est source de profondes incertitudes avec des conséquences à moyen / long terme imprévisibles. On peut s'attendre à ce qu'elle **bouscule les fondamentaux du marché des MICE** avec potentiellement davantage d'évènements digitaux et hybrides, de réunions en interne (phénomène qui se développe déjà depuis plusieurs années), des rencontres en plus petits comités,.... Ce sera aux prestataires d'être créatifs comme le sont les professionnels du digital. Néanmoins, et bien qu'il soit trop tôt pour se prononcer sur une hypothétique période de reprise, les rencontres professionnelles sont jugées comme des investissements indispensables pour les entreprises, pour soutenir leur politique sociale et commerciale. Les réunions virtuelles constituent un bon pis-aller en cette époque troublée où les déplacements et interactions sont strictement limités, mais elles ne permettront pas de remplacer complètement les réunions en présentiel : il est difficile de faire passer des messages forts, de motiver les troupes, de présenter ses produits / services,.... Fort est de constater qu'après chaque crise (guerre du Golfe, attentats du 11 septembre 2001, crise économique de 2008/2009), l'industrie des réunions professionnelles est repartie à la hausse.

Dans ce contexte, le choix du lieu et de la destination risque de s'avérer de plus en plus crucial.



Les Pays de la Loire ont tout intérêt à capitaliser sur leurs atouts afin d'être plus concurrentiels et de s'inscrire dans le mouvement à venir de reprise du marché. On observe d'ores et déjà des dynamiques locales/régionales qui pourraient constituer des pistes de réflexion sur les actions à déployer en vue de développer la filière et singulariser l'offre des Pays de la Loire.

### ⇒ Encourager une filière MICE éco-responsable

Ce sujet est devenu incontournable dans tous les secteurs d'activité et plus largement dans notre société. L'optimisation de l'empreinte environnementale des événements semble faire partie intégrante des nouvelles perspectives post-covid, d'après les récentes études menées.

La plupart des grands équipements de congrès et d'exposition des Pays de la Loire se sont investis dans des démarches environnementales et/ou responsables, ce qui n'est pas le cas dans toutes les régions comme nous avons pu l'observer sur la Bourgogne-Franche-Comté. Ces initiatives pourraient constituer des fers de lance pour engager une dynamique plus large et encourager d'autres actions en ce sens au sein de la filière.

### ⇒ S'inscrire dans la digitalisation du marché MICE

Un consensus semble se dessiner sur la pérennisation de la digitalisation des événements et le développement de solutions hybrides – entre présentiel et distanciel. Les lieux réceptifs vont donc être contraints de s'adapter et, si possible, d'anticiper ces nouveaux modes d'organisation pour proposer rapidement des formules susceptibles d'intéresser les commanditaires. Dans le domaine du digital, les Pays de la Loire sont déjà bien implantés et notamment la métropole nantaise (rythme de croissance des emplois numériques le plus soutenu de France et importantes Industries Culturelles et Créatives). Des start up innovantes se sont engagées dans le développement de solutions intéressant le marché de l'événementiel, tel que la société Mprod basée à Nantes qui a créé un studio pour permettre aux entreprises d'organiser leurs événements à distance. Le groupe Barrière, bien implanté à La Baule s'est associé à TF1 pour proposer des événements hybrides 100 % digitaux dans leurs sites. Il pourrait donc être légitime que la région se positionne en précurseur sur ce créneau.

### ⇒ Mettre en avant la pluralité des identités au sein de la région

Si certaines régions jouissent d'une identité commune forte, comme nous l'avons observé pour la Bourgogne avec le vin et la gastronomie ou pour la Bretagne autour de sa culture et de son littoral, les Pays de la Loire ne reflète pas une image aussi collégiale. Ses identités sont plurielles et si cette diversité peut être plus difficile à mettre en scène et à vendre, elle constitue aussi une force pour satisfaire des attentes, besoins et publics variés. Ainsi, les positionnements composites des destinations de congrès des Pays de la Loire permettent une complémentarité : l'international pour Nantes, la ville accessible à taille humaine pour Angers, « l'Éco Business Class » pour Le Mans Événements, le « slow tourisme » pour Laval, le volet balnéaire pour les stations de la côte Atlantique.

### ⇒ Appuyer la filière des congrès et événements internationaux sur Nantes

Comme nous l'avons vu, Nantes possède un fort potentiel MICE à l'international qu'elle exploite d'ores et déjà et qui pourrait être renforcé via des actions de communication/promotion de la destination ciblées et éventuellement la création de certains outils. Par exemple, il n'existe pas de club des Ambassadeurs sur Nantes (structure qui regroupe des personnalités des sphères universitaire et de la recherche, économique, industrielle, membres de réseaux ou d'association) qui puisse participer à l'essor de Nantes sur le plan international. A noter néanmoins, dans le contexte de pandémie, nous n'avons aucune visibilité sur la relance des événements internationaux et leur modalité.



# SOMMAIRE PHASE 2 : TRAITEMENT DE L'ENQUÊTE

PRÉALABLE	3
MÉTHODOLOGIE D'ENQUÊTE	4
CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉCHANTILLON	5
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE	7
ACTIVITÉ 2019	8
Les essentiels de l'activité 2019	20
CONTEXTE ACTUEL DE PANDÉMIE : IMPACTS DE LA CRISE	21
Les investissements	29
Les essentiels du contexte de pandémie	31
PROFIL DES CLIENTÈLES	32
Les essentiels sur le profil des clientèles	37
PRÉOCCUPATIONS ENVIRONNEMENTALES	38
Les essentiels des préoccupations environnementales	41
COMMERCIALISATION	42
Les essentiels de la commercialisation	46
CONCLUSIONS DE L'ENQUÊTE	47
SYNTHÈSE & ORIENTATIONS	48

La SPR – Société Publique Régionale Pays de la Loire qui fait partie de l'agence économique des Pays de la Loire, Solutions&co, a souhaité faire réaliser une étude sur le poids économique de la filière tourisme d'affaires / MICE à l'échelle régionale, qui puisse permettre d'ajuster ses actions. Cette étude porte sur la réalisation d'un état des lieux et d'une mise en perspective de la filière, dans un premier temps, et sur l'administration d'une enquête auprès des acteurs régionaux de la filière, dans un second temps. Ce sont les résultats de cette enquête qui sont présentés dans ce rapport.

Coach Omnium, cabinet d'études marketing et économiques, spécialisé dans le tourisme d'affaires, a été sollicité pour la réalisation de cette mission.

**Coach Omnium**, créée en 1991 et basée à Paris, à Nice et en région lyonnaise, est une société totalement indépendante, spécialisée dans les études marketing et économiques pour le tourisme d'affaires / MICE, le tourisme de loisirs, l'hôtellerie, les spas, les casinos et la restauration hôtelière.

Elle est animée par deux associés, par des consultants permanents et chargés d'études, et fait appel à des spécialistes réguliers (sociologues, analystes financiers, experts en ingénierie, consultant en immobilier hôtelier, etc.).

Coach Omnium est également expert auprès de la Caisse des Dépôts, dans le cadre des projets d'investissements pour lesquels elle est sollicitée en hôtellerie, résidences de tourisme, parcs d'expositions et palais des congrès.

[www.coachomnium.com](http://www.coachomnium.com)

## AVERTISSEMENT :

L'ensemble du contenu de cette étude prospective ou de faisabilité n'engage Coach Omnium que dans ses obligations de moyens. Coach Omnium ne saurait être tenu pour responsable de l'avenir du projet étudié, ni des changements éventuels des conditions d'exercice ou de marché, ni des choix stratégiques ou opérationnels de son client commanditaire, ni d'éléments qu'il ne pouvait connaître au moment de la réalisation de l'étude.

Les résultats de cette présente intervention correspondent à une situation donnée au moment où l'étude a été réalisée par Coach Omnium. Ce dossier appartient exclusivement à Coach Omnium et à ses ayants droit selon la Loi N°57-298 du 11 mars 1957 sur la propriété littéraire, commerciale, industrielle et artistique (Journal officiel du 14 mars 1957 et rectificatif du journal officiel du 19 avril 1957). Il ne peut servir qu'à l'usage pour lequel il a été expressément prévu et ne peut être cédé, revendu ou remis même gratuitement à un tiers sans l'autorisation préalable de Coach Omnium.

**MICE** **Coach Omnium** connaît particulièrement bien le marché du tourisme d'affaires de groupe appelé également « MICE » (Meetings, Incentive, Conventions, Events). Le cabinet réalise toute l'année des études sur cette filière depuis sa création, il y a 30 ans. Le tourisme d'affaires représente aujourd'hui près de 40 % de ses interventions d'études et de conseil pour des investisseurs, des hôteliers, des groupes hôteliers, des collectivités (Régions, Départements, CRT, CDT, CCI, Communes, Stations de montagne), ainsi que des centres de congrès ou de conférences.



Une enquête a été réalisée **auprès des professionnels régionaux du marché MICE** et plus précisément des gestionnaires de sites accueillant des manifestations professionnelles de manière permanente ou ponctuelle.

Coach Omnium et Solutions&Co ont élaboré le questionnaire de concert. Solutions&co s'est chargé de l'administrer via son outil dédié, Voxco. L'enquête a été diffusée du 9 février au 17 mars 2021 auprès de 264 prestataires, Solutions&co ayant assuré plusieurs relances pour optimiser le taux de retour.

**141 professionnels** ont complété le questionnaire jusqu'au dernier item, soit plus de la moitié des enquêtés, et 35 partiellement. Cet échantillon est suffisant pour obtenir une bonne représentativité, d'autant plus que tous les types de sites sont représentés, et permet de réaliser des tris croisés. Néanmoins, sur certaines questions, le taux de retour est plus faible et les résultats sont donc moins significatifs et à prendre avec davantage de recul (cf. encadré ci-dessous).

Solutions&co a remis les données brutes et croisées sous format Excel à Coach Omnium qui s'est chargé du traitement et de l'analyse des résultats.

La finalité de cette enquête est de collecter des informations sur :

- la situation des professionnels par rapport au contexte pandémique et leurs perspectives pour 2021,
- le profil des clientèles accueillies,
- leurs moyens et actions commerciales,
- leurs investissements récents, en cours et projetés,
- leur engagement en matière d'environnement et de responsabilité,
- leur activité en 2019, hors période exceptionnelle de pandémie.

*Le traitement de certaines questions dépassent parfois les 100 % car plusieurs réponses pouvaient être données selon les cas et items traités.  
Coach Omnium ne peut être tenu responsable du faible taux de retour de certaines questions ou de leur mauvaise compréhension.*



**Limites :** Malgré tous les enseignements que peuvent nous apporter une telle enquête, nous tenons à préciser qu'elle présente des limites. Les répondants ne sont pas forcément représentatifs de l'ensemble des professionnels de la région. Sur certains items ou typologies de sites, le nombre de réponses peut être trop réduit pour apporter des enseignements fiables et permettre des tris croisés. D'expérience, nous savons que les répondants sont souvent les professionnels les plus dynamiques et actifs avec en corolaire des bons résultats d'activité. L'extrapolation des données est donc bien souvent surévaluée.

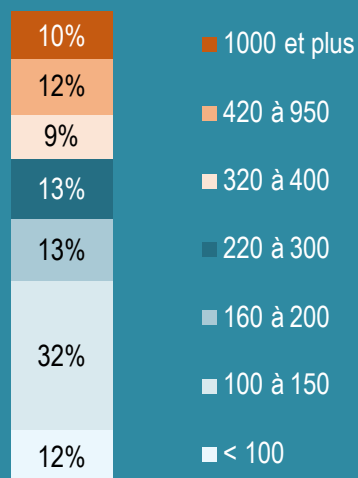
## LES TYPOLOGIES DE STRUCTURES



Dont  
43 % affiliés à une chaîne  
54 % classés 3\*  
31 % classés 4\*

Sur les 141 enquêtes entièrement complétées.

## CAPACITÉ D'ACCUEIL DE LA PLUS GRANDE SALLE EN PLÉNIÈRE



### Représentativité fidèle des typologies de structures de la région

Les châteaux et demeures de caractère qui sont les premiers espaces réceptifs des Pays de la Loire en nombre d'établissements sont également les mieux représentés dans l'échantillon.

Les hôtels arrivent juste derrière. Ils font également partie des principaux espaces MICE sur la région comme sur la France.

Quasiment tous les centres de congrès, acteurs majeurs du marché MICE, ont répondu à l'enquête entièrement et 1 partiellement.

Parmi les « autres » structures, nous retrouvons des écoles, des domaines viticoles, un centre d'affaires, une CCI, un hôtel de plein air, un village vacances, un centre d'hébergement de groupes, les salons de l'aéroport de Nantes et le Circuit des 24H du Mans.

### Capacité en chambres réduite

45 % des répondants ont une offre en hébergement, dont plus du quart se limitent à moins de 10 clés et 1/5<sup>ème</sup> entre 10 et 20 chambres.

Les établissements offrant de grandes capacités (plus de 100 clés) sont essentiellement des hôtels, notamment ceux du Puy du Fou qui cumulent 500 chambres.

### Capacité en plénière majoritairement inférieure à 200 places

Les capacités ne dépassent pas les 200 places en plénière pour près de 60 % des structures ayant répondu à l'enquête, part quasi équivalente à celle observée dans les caractéristiques de l'offre des Pays de la Loire en phase 1.

Les sites présentant les plus grandes capacités sont naturellement des centres de congrès, zénith et parcs des expositions.

## DÉPARTEMENTS D'IMPLANTATION DES STRUCTURES

141  
structures

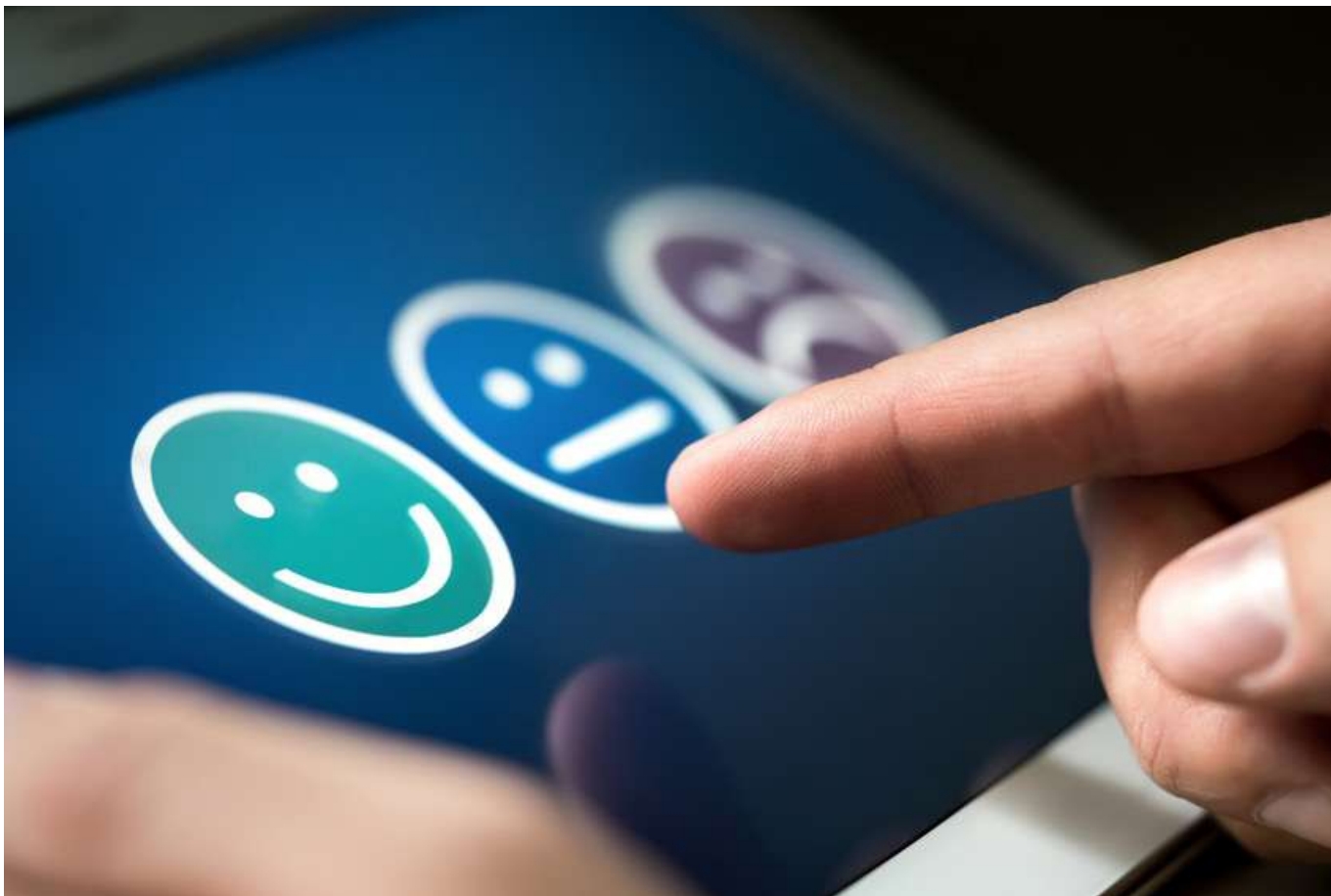


© combrisis.com

### Répartition géographique de l'échantillon calquée sur l'offre départementale

**37 % des structures répondantes sont implantées en Loire-Atlantique**, correspondant à la concentration de l'offre en espaces réceptifs sur ce département (plus de 40 % des sites régionaux).

À l'inverse, seules 8 structures de la Mayenne font partie de l'échantillon. Cependant, nous n'en avons recensé que 19 lors de la phase 1 sur les 291 (disposant de 100 places assises minimum) que compte la région.



## RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE





# ACTIVITÉ 2019

## VOLUME DE MANIFESTATIONS PROFESSIONNELLES ACCUEILLIES

132 répondants

	Nombre total de manifestations des répondants
Centres de congrès ( <i>inclus Puy du Fou congrès</i> )	1 140
Parcs des expositions	173
Zénith / arenas	58
Sites culturels, sportifs et de loisirs	1 929
Hôtels	2 398*
Châteaux / demeures de caractère	1 105
Espaces évènementiels	1 736
Autres**	2 040
<b>TOTAL</b>	<b>10 579</b>

\* Le total, la moyenne et la médiane ne tiennent pas compte des valeurs extrêmes : sites accueillant > 680 manifestations par an.

\*\* Autres : gîtes, théâtres, villages vacances, espaces multifonctions, ...

## PLUS DE 10 500 MANIFESTATIONS ACCUEILLIES EN 2019

Les hôtels sont les structures qui ont accueilli le plus de manifestations, 23 % du total, largement devant les châteaux / demeures de caractère qui sont pourtant les plus nombreux parmi l'échantillon des sites réceptifs ayant répondu à l'enquête (cf. page 5).

Les « autres » sites ont également reçu en moyenne beaucoup d'évènements professionnels, notamment en raison de quelques structures qui contribuent à gonfler la moyenne : le Circuit des 24H du Mans, le Domaine des Guifettes, les Bureaux et Services centre d'affaires du Mans (entre 350 et 500 évènements chacun).

Juste derrière, viennent les sites culturels, de loisirs et sportifs dont plusieurs ont reçu plus de 180 évènements : les Croisières Saboliennes, le Casino de Pornic, Terra Botanica, les Bateaux Nantais.

## Les centres de congrès

Les 7 centres de congrès + le Puy du Fou congrès ont accueilli 1.140 manifestations professionnelles, tous types confondus, en 2019 : de 40 à 220 en fonction des sites.

Nombre **moyen** de manifestations accueillies par structure : **79\***

Nombre **médian** de manifestations accueillies par structure : **36\***

## EXTRAPOLATION DU VOLUME DE MANIFESTATIONS ACCUEILLIES

	Nombre total de manifestations des répondants	Nombre de répondants	Nombre de sites en Pays de la Loire	Estimation du nombre de manifestations extrapolé
Centres de congrès (inclus Puy du Fou congrès)	1 140	8	8	1 140
Parcs des expositions	173	2	4	346
Zénith / arenas	58	4	4	58
Sites culturels, sportifs et de loisirs	1 929	20	55	5 305
Hôtels	2 398*	21	46	5 252
Châteaux / demeures de caractère	1 105	35	90	2 841
Espaces événementiels	1 736	21	52	4 299
Autres**	2 040	21	35	3 400
<b>TOTAL</b>	<b>10 579</b>	<b>132</b>	<b>291</b>	<b>22 641</b>

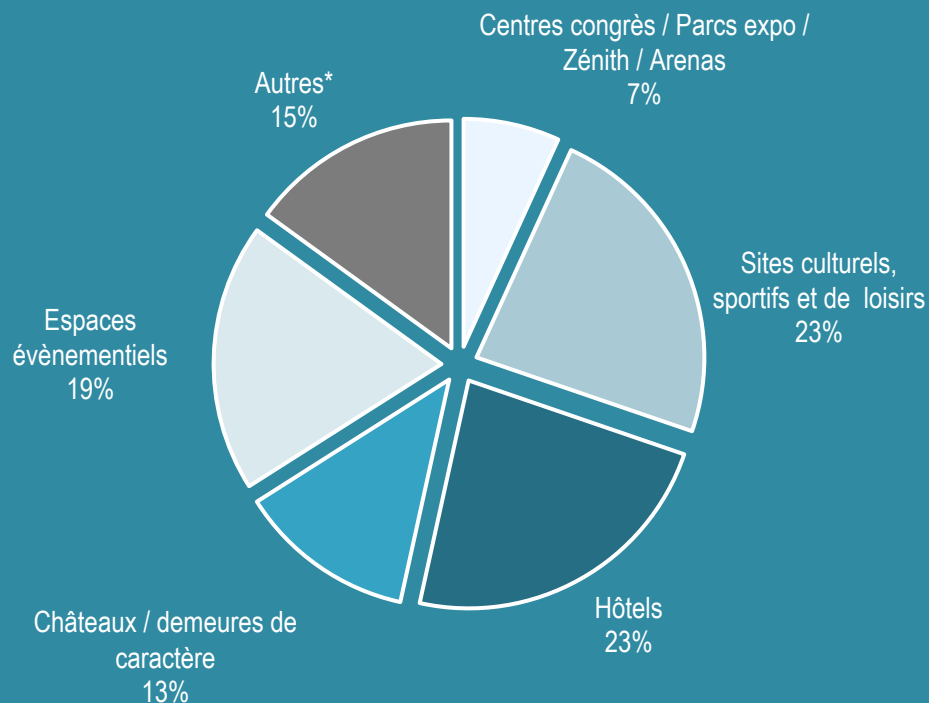
En extrapolant le nombre de manifestations réalisées par les prestataires ayant répondu à l'enquête aux 291 sites réceptifs répertoriés dans les Pays de la Loire qui disposent d'une capacité d'au moins 100 personnes en plénière (cf. phase 1), on peut estimer le nombre d'événements professionnels sur la région à plus de **20 000 en 2019**.

*Attention, ces données extrapolées sont à prendre avec prudence car seule la moitié des 264 sites interrogés ont répondu et les répondants ne sont pas forcément représentatifs. On sait d'expérience que ce sont souvent les professionnels les plus actifs et dynamiques qui donnent suite à ce type d'enquête ; il est donc fort probable que les résultats soient surévalués. En outre, ces données ne tiennent compte que de l'activité des sites disposant de 100 places assises minimum, ce qui ne reflète pas l'ensemble des sites accueillant des MICE dans les Pays de la Loire.*

\* Le total ne tient pas compte des valeurs extrêmes : sites accueillant > 680 manifestations par an.

\*\* Autres : gîtes, théâtres, villages vacances, espaces multifonctions,...

## RÉPARTITION DU VOLUME DES MANIFESTATIONS EXTRAPOLÉ PAR TYPE DE STRUCTURE\*\*



\*Autres : gîtes, théâtres, villages vacances, espaces multifonctions,...

\*\*Volume extrapolé aux 291 structures des Pays de la Loire disposant d'une capacité minimale de 100 places assises en plénière.

## PRÈS DU QUART DES MANIFESTATIONS SE TIENT DANS LES HÔTELS ET SITES CULTURELS, SPORTIFS, DE LOISIRS

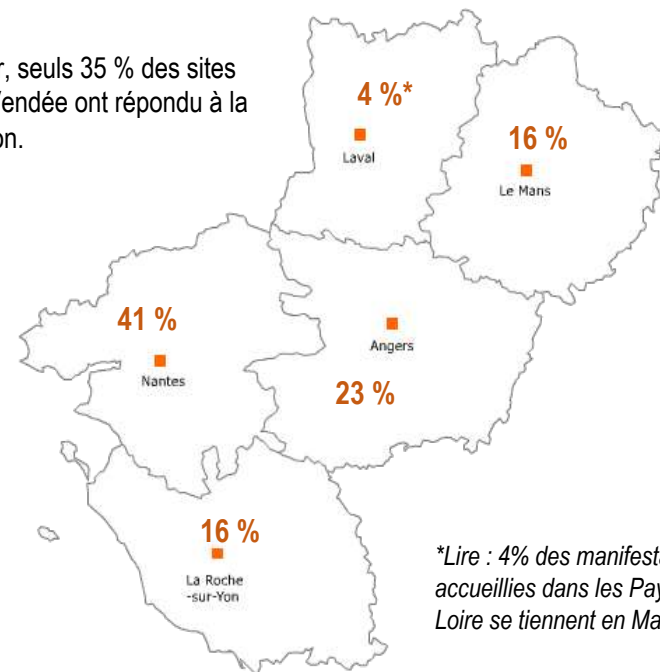
Si les châteaux et demeures de caractère sont les plus nombreux parmi les sites réceptifs des Pays de la Loire disposant d'une capacité minimale de 100 places assises en plénière (90 sur les 291 sites), d'après nos extrapolations, ils ne totalisent que 13 % des manifestations accueillies.

À l'inverse, les hôtels qui constituent 16 % des sites réceptifs, reçoivent près de 25 % des événements professionnels.

Ces données ne reflètent que le volume de manifestations et non leur envergure (nombre de participants accueillis).

## RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES MANIFESTATIONS\*\* QUASIMENT IDENTIQUE À LA RÉPARTITION DE L'OFFRE

À noter, seuls 35 % des sites de la Vendée ont répondu à la question.

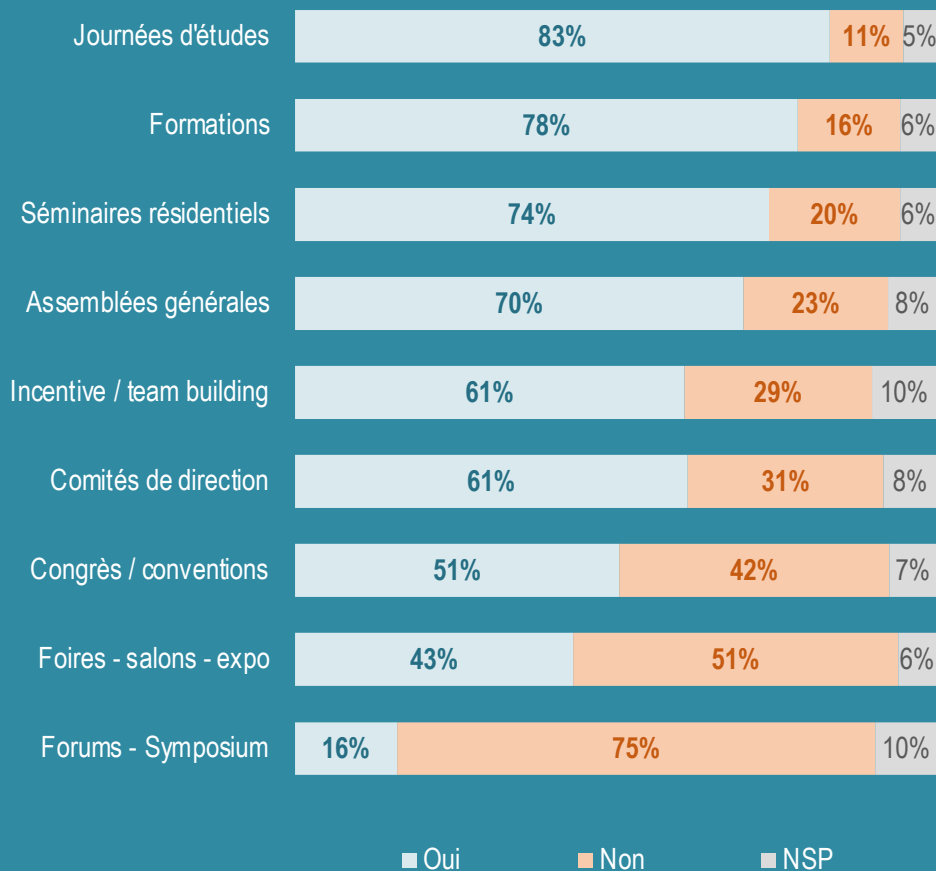


\*Lire : 4% des manifestations accueillies dans les Pays de la Loire se tiennent en Mayenne.



## TYPES DE MANIFESTATIONS ACCUEILLIES

83 à 95 répondants



## PAS DE SPÉCIALISATION DES SITES RÉCEPTIFS EN TERMES DE TYPOLOGIE DE MANIFESTATION

La **majorité des sites** réceptifs **reçoivent quasiment tous les types de manifestations**, en-dehors des foires / salons et des forums / symposiums qui réunissent beaucoup plus de participants / visiteurs et nécessitent des aménagements particuliers et de grands volumes.

La **journée d'études est très commune** car elle revêt toutes sortes de contenus et motifs : formation, incentive, information, comité de direction, ... 3 centres de congrès affirment en recevoir.

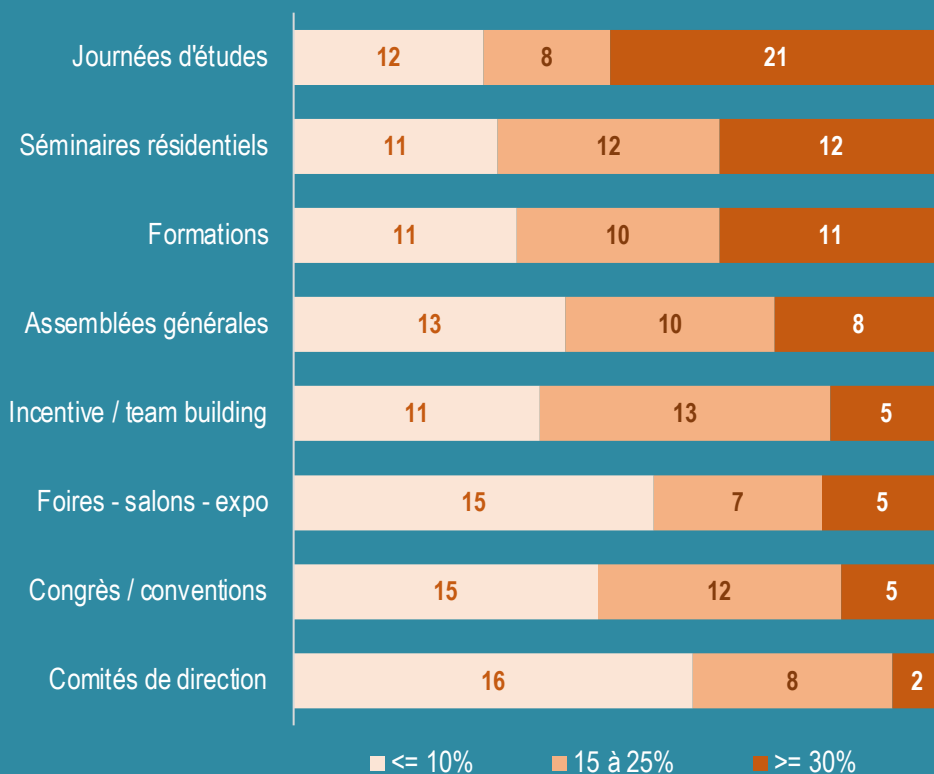
Près des  $\frac{3}{4}$  **des structures** accueillent également **des séminaires résidentiels**, alors que seuls 45 % des répondants ont une offre en hébergement. Mais seulement les  $\frac{2}{3}$  des enquêtés ont répondu à cette question, et on peut penser que certains s'associent à d'autres prestataires (hôtels, résidences de tourisme, ...) pour pouvoir proposer des séminaires résidentiels.

La **moitié des répondants** reçoit des **congrès ou conventions**, mais rappelons – comme nous venons de le souligner – que seuls les  $\frac{2}{3}$  des enquêtés ont répondu à cette question, dont tous les centres de congrès. Ces derniers en accueillent tous, ce qui paraît cohérent. Pour autant, la part des congrès / conventions représente pour la majorité des centres de congrès moins de 40 % des manifestations accueillies.

Une vingtaine de professionnels ont évoqué d'autres types de manifestations professionnelles : soirées festives, arbre de Noël et autres événements CE, lancements de produits, relations publiques, visite privatisée du site, déjeuner spectacle.

## PART SUR LE VOLUME DE MANIFESTATIONS REÇUES

26 à 41 répondants



## DIVERSITÉ DES MANIFESTATIONS REÇUES

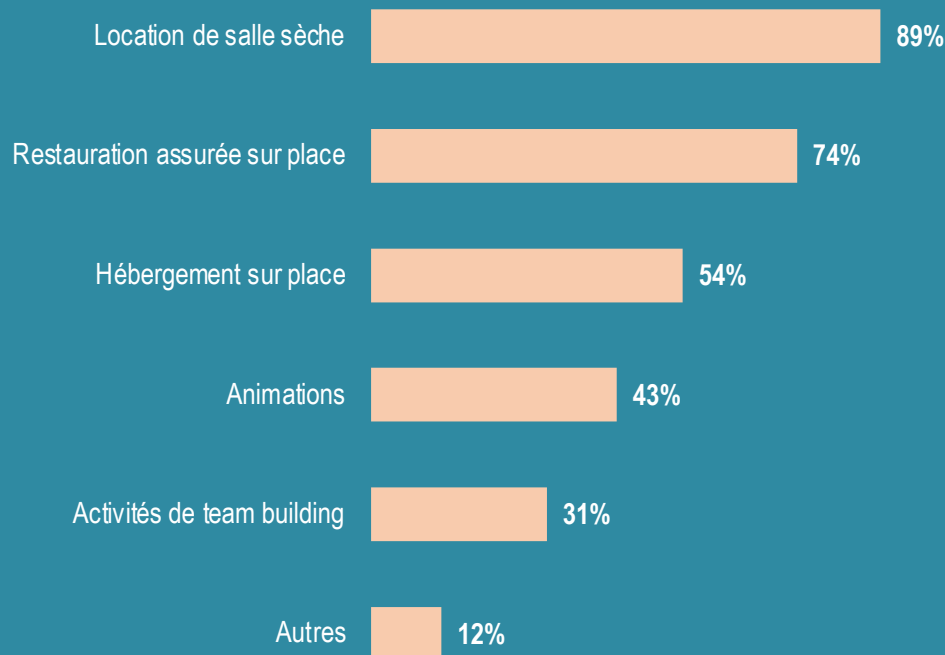
Les prestataires accueillant différentes sortes de manifestations, chacune ne représente naturellement qu'un petit pourcentage du volume d'événements reçus.

Ce sont là encore **les journées d'études** qui constituent la plus grande part : la moitié des répondants estime qu'elles totalisent entre 30 et 100 % de leur activité, et entre 10 et 80 % pour les 3 centres de congrès en organisant.

À l'inverse, le comité de direction est plus rare, pour plus de 93 % des professionnels, il ne représente pas plus du quart des manifestations accueillies. De même pour les congrès / conventions qui totalisent plus de 30 % du volume d'activités pour seulement 5 structures : 3 centres de congrès, 1 musée et 1 aquarium.

## PRESTATIONS PROPOSÉES

131 répondants



### LA LOCATION DE SALLES, UN SERVICE PARMIS D'AUTRES

9 professionnels sur 10 proposent de louer la salle sèche ; les 10 % restant imposent probablement un forfait incluant d'autres prestations. À noter, 2 centres de congrès n'offrent que la location de salles sèches et aucune autre prestation.

**La restauration** sur place est le premier service assuré en-dehors de la location de salle, par 3 prestataires sur 4.

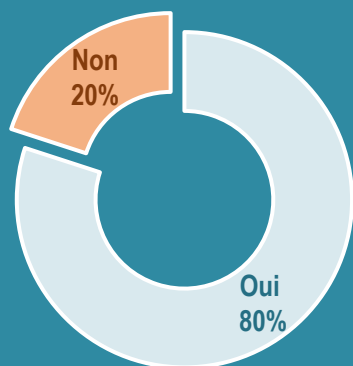
**Plus de la moitié** mentionne la présence d'une offre en **hébergement sur place**, alors qu'ils ne sont que 45 % à répondre à la question sur les capacités en chambres (cf. page 5).

Les professionnels ont confondu animations et activités de team building. Lorsqu'il leur est demandé de préciser les animations mises en place, la plupart évoquent des activités de team building. Certains – bien qu'assez rares – ont parlé d'animations musicales, de soirées, de spectacles, d'expositions...

Parmi **les activités de team building** proposées, le volet ludique ressort en priorité. Ont notamment été cités des cours de cuisine, œnologie, casino, murder party, chasse aux trésors, escapes game, initiation golf, quizz, pour les plus classiques, mais aussi challenge Koh Lanta, éthologie, sophrologie, équicoaching, sonothérapie, aquaponie, ... Les études menées par Coach Omnium auprès des organisateurs de rencontres professionnelles révèlent, en effet, que les activités ludiques sont privilégiées, choisies par 63 % des entreprises qui en programment.

## RECOURS À DES SOUS-TRAITANTS

133 répondants



### Dans quels secteurs ?

Traiteurs	75 %
Prestataires team-building	73 %
Prestataires techniques/audio/son	66 %
Agences événementielles	57 %
Animateurs	49 %
Hébergeurs	27 %

### 4 PROFESSIONNELS SUR 5 RECOURENT À DES SOUS-TRAITANTS

Ce qui est notamment le cas de tous les centres de congrès. Ceux qui n'y font pas appel sont surtout des hôtels (à 44 %) qui disposent de nombreuses compétences en interne.

**Les traiteurs sont les plus sollicités**, les manifestations incluant la plupart du temps un repas ou un cocktail. Viennent ensuite les prestataires d'activités de team-building, mais aussi techniques car il est rare que les sites réceptifs disposent des compétences et du personnel inhérents.

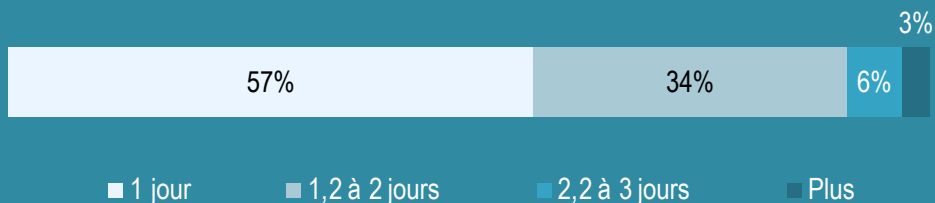
**Plus de la moitié recourent à des agences événementielles** pour les aider dans l'organisation des manifestations et activités périphériques (animation, hébergement, team building, transports,...). C'est le cas de 5 centres de congrès sur 7.

Enfin, **près du quart sous-traite l'hébergement**, ce qui leur permet de pouvoir accueillir des événements professionnels de plusieurs jours. C'est notamment le cas des centres de congrès (6/7), des centres culturels et sportifs (4/7), des arenas (2/3), des sites de loisirs (5/9) qui ne disposent pas d'offre en hébergement.



## DURÉE MOYENNE DES MANIFESTATIONS

125 répondants



■ 1 jour ■ 1,2 à 2 jours ■ 2,2 à 3 jours ■ Plus

	Durée moyenne des manifestations	Nombre de répondants
Centres de congrès	1,7	7
Parcs des expositions	2	2
Zénith / arenas	1,25	4
Sites culturels, sportifs et de loisirs	1,1	18
Hôtels	1,7	26
Châteaux / demeures de caractère	1,6	29
Espaces évènementiels	2	21
Autres*	1,3	17
<b>TOTAL</b>	<b>1,6</b>	<b>124</b>

\*Autres : gîtes, théâtres, villages vacances, espaces multifonctions,...

## 1,6 JOUR EN MOYENNE

La durée moyenne des manifestations est courte et la **médiane** encore plus basse, **1 journée seulement**.

Cette moyenne reflète bien les observations nationales de la demande :

- Équivalente à la durée moyenne des événements d'entreprises et d'institutions relevée par l'étude 2019 Atout France – Banque des territoires (cf. phase 1),
- Plus de la moitié des commanditaires interrogés dans l'étude MICE 2019 de Coach Omnium estiment organiser des manifestations d'1 journée.

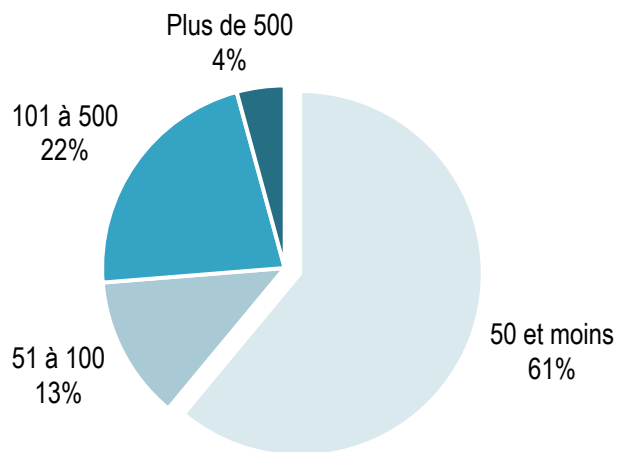
À noter, sur la Bretagne, la durée moyenne des événements est de 1,3 jour (cf : phase 1 Benchmark).

Pour les centres de congrès, la durée moyenne est quasi équivalente et les parcs des expositions reçoivent des événements sur 2 jours en moyenne (mais cette moyenne n'est calculée que sur 2 répondants).

Les espaces évènementiels affichent une moyenne un peu plus élevée, mais 3 sites ont évoqué des durées particulièrement longues (5, 6 et 10 journées) gonflant ainsi la moyenne. Si on les retire, elle recule à 1,2 jour.

Les prestataires dont l'activité MICE constitue 90 % de leur chiffre d'affaires ou plus affichent une durée moyenne de 1,2 jour.

## NOMBRE MOYEN DE PARTICIPANTS 118 répondants



### 88 PARTICIPANTS EN MOYENNE...

... Si le nombre de participants aux évènements professionnels s'élève en moyenne à 88 (hors zénith – arenas), **la médiane n'est que de 45**. En effet, 6 prestataires sur 10 accueillent des manifestations qui, en moyenne, ne réunissent pas plus de 50 participants et, pour près d'un quart des répondants, pas plus de 20. Il s'agit surtout d'hôtels, de châteaux et d'espaces événementiels.

Ce constat reflète les données nationales révélées dans notre étude MICE menée auprès d'entreprises et organisateurs d'évènements professionnels : plus de la moitié organisent des évènements rassemblant moins de 50 personnes et se déroulant sur une journée (cf. phase 1).

Les centres de congrès présentent une moyenne bien supérieure : 316 participants. À noter, les centres de congrès et parcs expo bretons accueillent en moyenne 133 participants – cf. phase 1 Benchmark.

Les sites qui reçoivent les manifestations de plus grande ampleur sont des zénith/arenas, avec des moyennes dépassant les 2.000 participants : zénith de Nantes, Antares, Vendéspace.

	Nombre moyen de participants / manifestation	Nombre de répondants
Centres de congrès	316	7
Parcs des expositions	500	1
Zénith / arenas	2 782	4
Sites culturels, sportifs et de loisirs	79	17
Hôtels	33	26
Châteaux / demeures de caractère	66	29
Espaces événementiels	108	20
Autres*	63	14
<b>Nombre moyen de participant</b>	<b>179</b>	<b>118</b>
<b>Nombre moyen de participant hors zénith / arenas</b>	<b>88</b>	<b>114</b>

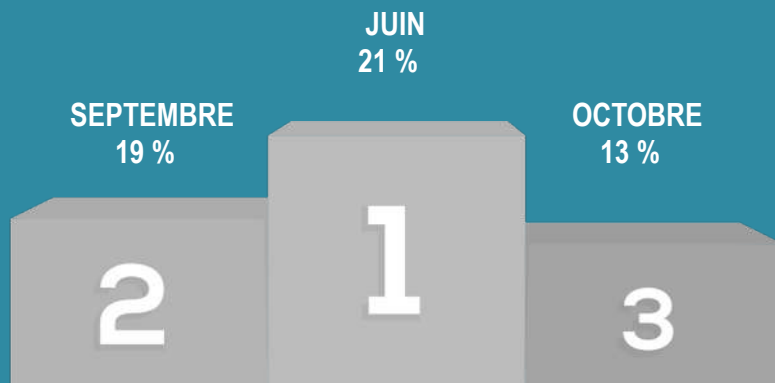
\* Autres : gîtes, théâtres, villages vacances, espaces multifonctions,...

*Attention, ces moyennes par typologie de structures sont à prendre avec prudence car seuls 45 % des 264 sites interrogés ont répondu et pour certaines typologies de site, la part de répondants est encore plus faible (parcs des expositions, par exemple).*

*Les répondants ne sont pas forcément représentatifs. Ainsi, tous les centres de congrès et zénith / arenas ont répondu, or ils accueillent des évènements de grande ampleur, ce qui peut contribuer à fausser la moyenne globale.*

## MOIS PRIVILÉGIÉS

125 répondants



Données au cumul du classement des 3 premiers choix.

## JUIN & SEPTEMBRE, MOIS DE PRÉDILECTION DES ÉVÈNEMENTS

Depuis 30 ans que nous étudions le marché des MICE, juin et septembre ont toujours été les mois privilégiés pour l'organisation d'événements : périodes de bilan et de rentrée, mais aussi de météo clémente.

Si l'on ne se réfère qu'au 1<sup>er</sup> choix mentionné par les prestataires (qui devaient classer les 3 premiers) : le mois de juin arrive largement en tête (près du tiers des répondants), suivi par septembre (18 %), puis mars (11 %), et janvier (10 %) qui supplante octobre. Mais, au cumul des 3 premiers mois, octobre est davantage cité.

**Pour les centres de congrès**, ce sont juin et octobre qui arrivent en tête des mois de plus forte activité, devant septembre.

## CHIFFRE D'AFFAIRES DES CENTRES DE CONGRÈS

Chiffre d'affaires total\*  
des Centres de congrès

12,180 M€

Chiffre d'affaires  
dédié à l'activité MICE

8,750 M€

## BUDGETS MOYENS PAR PARTICIPANTS DES CENTRES DE CONGRÈS\*\*

Budget moyen location de salle  
par participant

20 €

+

Budget moyen restauration  
par participant

41 €

=

Budget moyen journée d'études  
par participant

61 €

## RETOMBÉES DIRECTES LOCATION DE SALLE & RESTAURATION DES CENTRES DE CONGRÈS\*\*

Nombre de  
manifestations

x

Durée moyenne des  
manifestations

x

Nombre moyen de  
participants

x

Budget moyen journée  
d'études

=

50,363 M€

\*Le chiffre d'affaires délivré par les centres de congrès n'inclut pas les subventions, hormis pour la Cité des Congrès de Nantes.

\*\* Ces données incluent, en plus des 7 centres de congrès, les résultats de Puy du Fou Congrès. Ces retombées sont probablement sous-estimées car elles se basent sur le prix de la journée d'études qui ne reflète pas l'ensemble des manifestations, parfois plus coûteuses, ni l'ensemble des prestations.



## Les caractéristiques



La majorité des sites réceptifs reçoivent quasiment tous les types de manifestations avec dans l'ordre :

1. Journées d'études,
2. Formations,
3. Séminaires résidentiels,
4. Assemblées générales.



1,6 jour = durée moyenne des manifestations.



179 participants en moyenne par manifestation, 88 sans compter les zénith et arenas.

Nombre médian de 45 participants.



Juin et septembre = mois où sont reçus le plus d'évènements professionnels.



8,75 Millions d'€ = chiffre d'affaires généré par l'activité MICE des centres de congrès.

10 579 manifestations professionnelles accueillies en 2019 par les professionnels répondants

- => 22 649 en extrapolant aux 291 sites réceptifs des Pays de la Loire (disposant d'une capacité d'au moins 100 personnes en plénière)
- dont 23 % dans les hôtels,
  - dont 41 % en Loire-Atlantique.

## Les activités attendantes



Les principales prestations proposées par les professionnels, outre la location de la salle :

1. La restauration (pour les  $\frac{3}{4}$ )
2. L'hébergement sur place (pour + de la moitié)



80 % des prestataires recourent à des sous-traitants

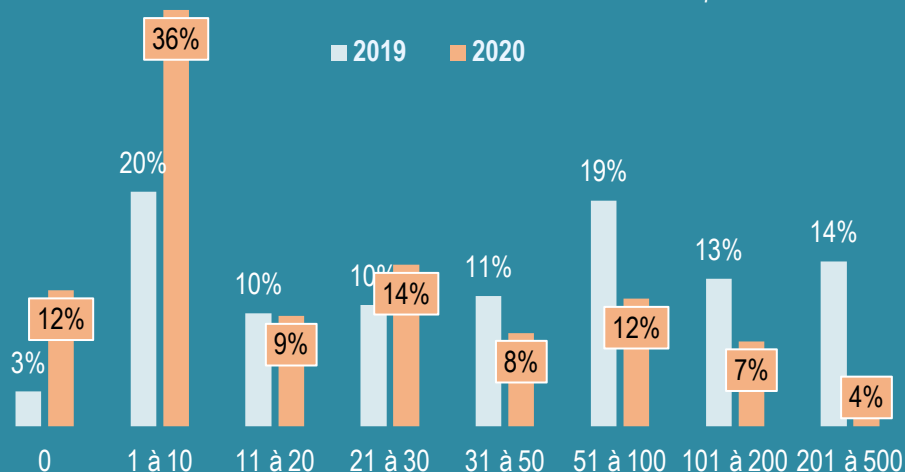
1. Traiteurs (75 %),
2. Prestataires de team-building (73 %),
3. Prestataires techniques et audiovisuels (66 %),
4. Agences événementielles (57 %).



# CONTEXTE DE PANDÉMIE : IMPACTS DE LA CRISE

## RÉPARTITION DES MANIFESTATIONS ACCUEILLIES

138 répondants en 2020  
134 répondants en 2019



**Au total**  
En 2019 : 10 579  
En 2020 : 5 310

**Nombre d'événements  
accueillis en moyenne par  
établissement**  
En 2019 : 79\*  
En 2020 : 38\*

**La médiane**  
En 2019 : 36\*  
En 2020 : 12\*

\*La moyenne et la médiane ne tiennent pas compte des valeurs extrêmes : sites accueillant > 680 manifestations par an.

## NOMBRE DE MANIFESTATIONS DIVISÉ PAR 2 ENTRE 2019 ET 2020

La majorité des structures a poursuivi son activité en 2020 ; seules 16 d'entre elles n'ont accueilli aucune manifestation dont 7 châteaux / demeures de caractère, 3 gîtes de groupes, 1 zénith, 1 arena.

Néanmoins, **plus du tiers ont reçu moins de 10 événements en 2020**, ce qui est très peu, contre 1/5<sup>ème</sup> en 2019. Il s'agit notamment des zénith/arenas (3/4), des sites de loisirs (4), des châteaux/demeures de caractère (7).

À l'inverse, seulement 11 % des structures ont organisé plus de 100 manifestations en 2020 (contre 36 % en 2019), des hôtels pour la moitié d'entre eux (8).

Le nombre moyen de manifestations accueillies par structure a été divisé par 2 entre 2019 et 2020. À noter que la moyenne est bien supérieure à la médiane, les écarts étant très importants entre les sites.

Aucun centre de congrès n'a accueilli plus de 100 manifestations en 2020, alors que tous – à l'exception d'un seul – en avaient reçu plus de 100 en 2019. Ainsi le recul a été plus marqué pour les centres de congrès (nombre de manifestations divisé par 2,8 en moyenne).

### Centres de congrès

2019 : 1 140  
2020 : 405  
- 64 %

### Parcs expo

2019 : 173  
2020 : 58  
- 66 %

### Zénith / Arenas

2019 : 58  
2020 : 20  
- 65 %

### Châteaux / demeures

2019 : 1 105  
2020 : 349  
- 68 %

### Espaces événementiels

2019 : 1 736  
2020 : 752  
- 57 %

### Espaces culturels et sportifs

2019 : 671  
2020 : 233  
- 65 %

### Sites de loisirs

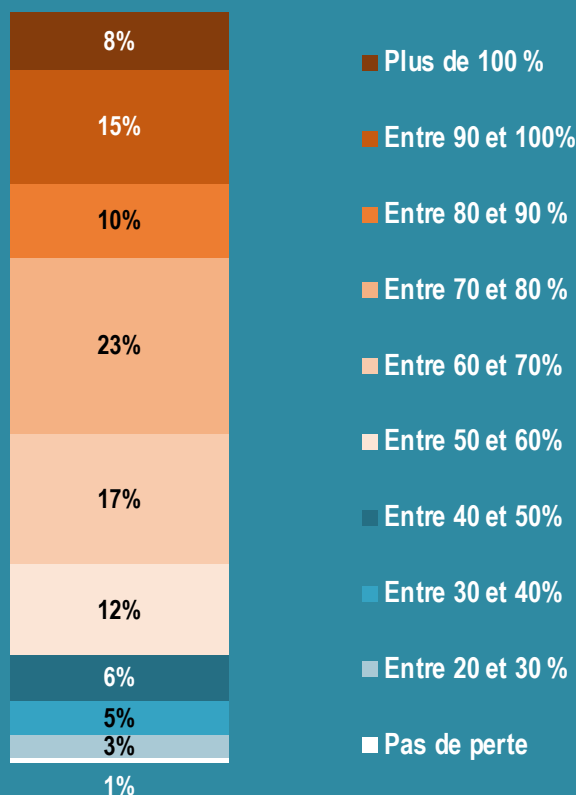
2019 : 1 258  
2020 : 391  
- 69 %

### Hôtels

2019 : 2 398  
2020 : 2 015  
- 16 %

## ESTIMATION DE LA BAISSSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES ENTRE 2019 & 2020

132 répondants



### BAISSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES > 70 % POUR PLUS DE LA MOITIÉ DES PRESTATAIRES

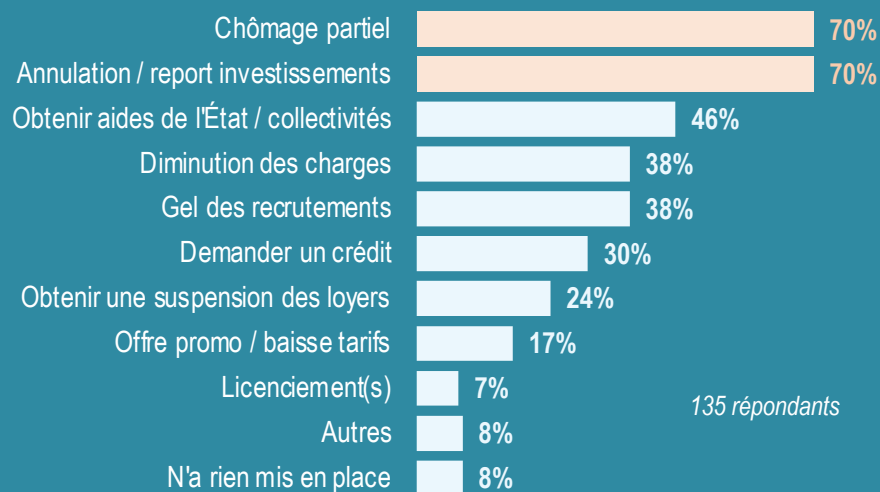
Une très grande majorité des prestataires (85 %) a enregistré une baisse du chiffre d'affaires supérieure à 50 % en 2020.

Le **recul** a été **plus marqué** pour :

- les centres de congrès : perte de CA > 60 % pour 6 d'entre eux\*,
- les zénith / arenas : > 90 %, à l'exception d'Antares,
- les centres culturels et sportifs : > 80 % pour les 2/3,
- les théâtres : > 70 %,
  - les sites de loisirs : > 70 % pour 80 % d'entre eux,
- les prestataires dont l'activité MICE constitue plus de 90 % de leur chiffre d'affaires : > 60 % pour tous.

\* L'enquête quali-quantitative sur les centres de congrès et parcs des expositions français réalisée en septembre 2020 par Coach Omnium indique que 49 % des établissements estiment la baisse probable de leur chiffre d'affaires 2020 à plus de 60 %, comparé à 2019.

## SOLUTIONS POUR PALIER LES DIFFICULTÉS FINANCIÈRES



	Recours au chômage partiel	Annulation / report investissements
--	-------------------------------	--

Centres de congrès	86 %	71 %
Parcs des expositions	100 %	50 %
Théâtres	0 %	100 %
Centres culturels / sportifs	50 %	63 %
Zénith / arenas	75 %	75 %
Sites de loisirs	71 %	71 %
Hôtels	81 %	81 %
Châteaux / demeures	77 %	77 %
Espaces événementiels	68 %	68 %

## PREMIERS RECOURS : CHÔMAGE PARTIEL ET ANNULATION D'INVESTISSEMENTS

Leurs recettes étant drastiquement réduites, les professionnels cherchent raisonnablement à réduire leurs charges, notamment en recourant au chômage partiel des employés et en reportant voire en annulant leurs investissements.

*Le recours au chômage partiel* concerne davantage les centres de congrès et parcs des expositions dont l'activité a été quasiment réduite à néant depuis mars 2020, ainsi que les sites de loisirs et hôtels gérés par des privés. À l'inverse, les centres culturels, théâtres et espaces événementiels y ont fait moins appel, situation qui s'explique peut-être, au moins en partie, par un recours plus important à des intermittents du spectacle, des CDD et des intérimaires.

*Les annulations ou reports d'investissements* ont moins touché les parcs des expositions et centres culturels / sportifs ; les programmes d'investissements étant souvent votés et budgétés bien en amont pour ces structures. Pour autant, les théâtres et zénith / arenas n'ont pas hésité à le faire.

Près de la moitié des professionnels ont obtenu des aides, ce qui est toutefois moins le cas des châteaux et espaces événementiels (environ un quart d'entre eux). Les aides citées sont le fond de solidarité et les prêts garantis par l'Etat.

Parmi les « autres » charges révisées à la baisse, ont été évoqués les postes énergie, communication/publicité, achats de fourniture, salaire des dirigeants, entretien, suspension des remboursements d'emprunt, non renouvellement de CDD.

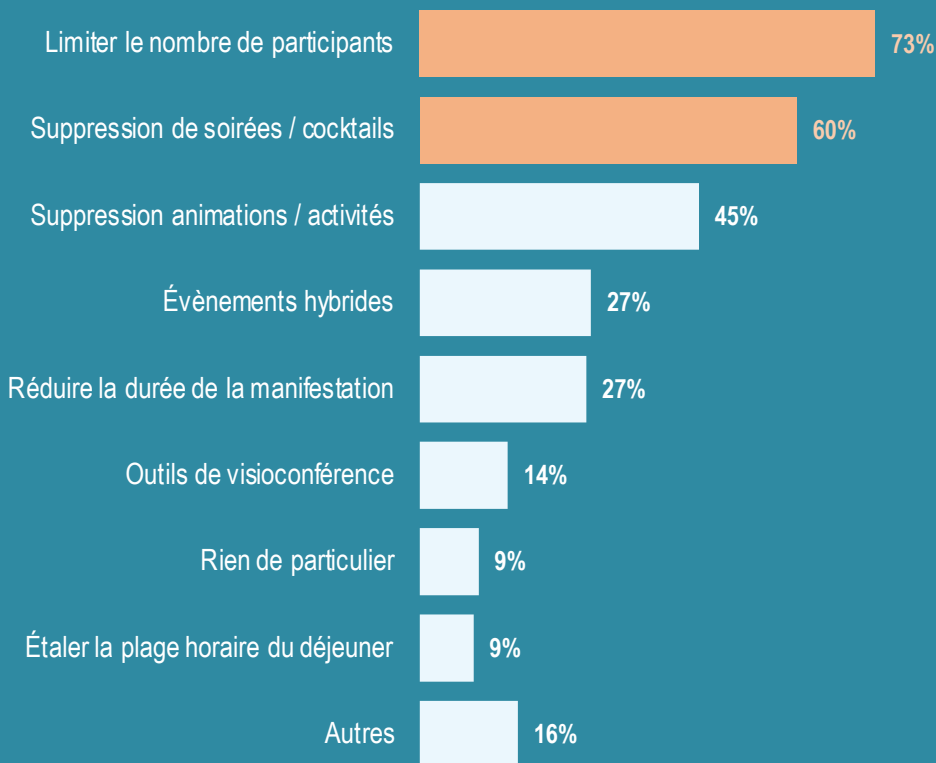
Seuls 7 % ont du recourir à des licenciements, essentiellement les centres culturels et sportifs (la moitié d'entre eux) et les zénith / arenas (un quart).

À noter, près du tiers ont demandé un crédit auprès de leurs banques ou autres financeurs.



## DEMANDES D'AMÉNAGEMENTS / REQUÊTES SPÉCIFIQUES EN 2020 des commanditaires

128 répondants



### LIMITER LE NOMBRE DE PARTICIPANTS : 1<sup>ÈRE</sup> MESURE INSTITUÉE

Outre les annulations ou reports de manifestations ayant entraîné une baisse d'activités des prestataires, les commanditaires ont adopté de nouveaux comportements.

Le premier relevé par les professionnels (près de  $\frac{3}{4}$  d'entre eux) est de limiter le nombre de participants pour favoriser la distanciation sociale. Dans cet objectif :

- **Les soirées / cocktails ont été supprimés**, ainsi que les activités périphériques,
- **La demande pour des événements hybrides** – mixant présentiel et distanciel – a explosé, alors que ce type de réunion était très peu requis jusqu'en 2020. En 2018, seul un tiers des entreprises organisatrices d'évènements réalisaient parfois ou souvent des séminaires en live, d'après l'étude MICE réalisée par Coach Omnium (<https://cutt.ly/ScOTwmf>). Les outils de visioconférence cités sont classiques : Zoom, Teams, Webex (1 citation), ainsi que la captation vidéo (1 citation) et un plateau TV.

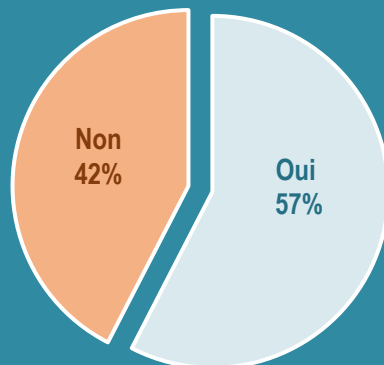
En corolaire de la suppression d'une partie des prestations, plus du quart des professionnels a vu la durée des manifestations réduite.

Parmi les autres demandes ressortent la connexion Wifi très haut débit, l'aménagement des espaces notamment de repas et des équipements classiques (vidéoprojecteur, écran).

À noter, ces résultats sont proches de ceux mis en avant en septembre 2020 par les centres de congrès / parcs des expositions français dans le cadre de notre enquête conjoncturelle - <https://cutt.ly/1xPJ9D>. La limitation du nombre de participants ayant toutefois été moins citée (par 62 % des centres de congrès) et, à l'inverse, la demande pour des événements hybrides s'avère être plus commune (43 %). Dans les Pays de la Loire, tous les centres de congrès mentionnent effectivement les événements hybrides.

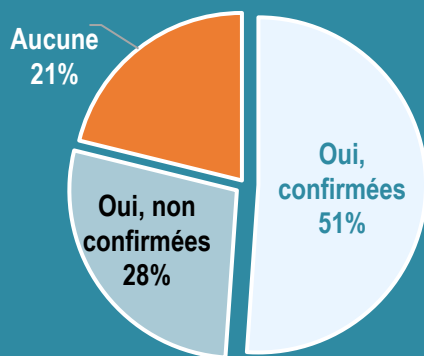
## L'ÉTABLISSEMENT EST-IL OUVERT EN CE DÉBUT 2021 ?

138 répondants



## AVEZ-VOUS DES MANIFESTATIONS PROGRAMMÉES SUR 2021 ?

137 répondants



*Si vous avez des manifestations programmées, combien ?*

10 ou moins	51 %
11 à 20	15 %
25 à 45	16 %
50 à 100	11 %
125 à 200	6 %

## UNE MAJORITÉ DE SITES OUVERTS EN 2021

**Début 2021, près de 60 % des sites interrogés sont ouverts**, ce qui est plus particulièrement le cas des hôtels (ouverts à 71 %) dont la location de salles n'est pas la principale activité, ou des espaces événementiels (64 %) qui visent également d'autres cibles. En revanche, les centres de congrès et les parcs des expositions restent très majoritairement fermés (7/9 répondants).

Parmi les sites encore fermés, **plus de la moitié estime rouvrir au printemps**. Néanmoins, l'enquête a été réalisée du 9 février au 17 mars, période où nous ignorions encore le reconfinement d'avril. Notons que plus du tiers des prestataires manque de visibilité pour se prononcer sur une date de reprise de l'activité, et ce constat concerne tous les types de structures.

Parmi les centres de congrès ayant répondu à la question de la réouverture : 1 escomptait rouvrir au printemps, 2 au dernier trimestre 2021 et 2 ne pensaient pas rouvrir en 2021.

## RELATIVEMENT PEU DE MANIFESTATIONS PROGRAMMÉES SUR 2021

**Près de 80 % des sites ont des manifestations programmées** sur 2021, qui sont confirmées pour près des 2/3 d'entre eux. **Mais le nombre d'évènements reste restreint**, pas plus de 10 pour la moitié des structures.

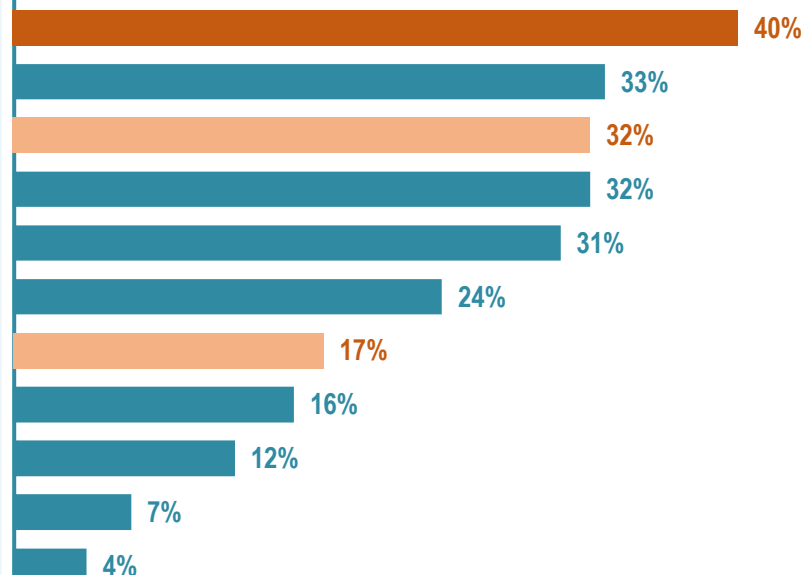
Tous les centres de congrès ont des événements programmés sur 2021 et confirmés pour la plupart (6/7) avec un nombre moyen de 49 manifestations par site ; allant de 10 à 80 en fonction des centres de congrès. Quant aux parcs des expositions, le nombre moyen de manifestations programmées pour 2021 est de 27.

Pour les autres types de structures, les moyennes varient de 12 événements prévus en 2021 pour les sites de loisirs à 36 pour les hôtels avec une fourchette très large pour ces derniers notamment : de 2 à 200.

## TYPES D'ACCOMPAGNEMENT / DE SOUTIEN SOUHAITÉS

121 répondants

Informations sur les dispositifs d'aides Etat / région	40%
Financement à court terme et précisions dispositifs d'urgence	33%
Conseils / formations pour adapter ma communication / promotion digitale	32%
Conseils juridiques	32%
Expertise pour innover dans les rencontres professionnelles	31%
Expertise stratégie commerciale / développement marketing	24%
Formation à la digitalisation de mon activité, de ma promotion	17%
Stratégie tarifaire	16%
Remobilisation / animation équipe	12%
Accompagnement / écoute pour moi et mon personnel	7%
Conseils RH	4%



## LES AIDES FINANCIÈRES D'ABORD

Un tiers des professionnels souhaiterait **une aide en termes de financement** – ce qui est encore plus notable pour les sites de loisirs (concernant 58 % d'entre eux) et les châteaux / demeures de caractère (47 %) – et 4/10 **d'avantage d'informations sur les dispositifs existants**, ce qui est notamment le cas des châteaux / demeures de caractère (63 %) et des centres de congrès (50 %).

Ayant bien compris que la digitalisation est de plus en plus au cœur du métier, viennent ensuite **les conseils en termes de digitalisation** de la communication / promotion. Les centres de congrès sont là encore très demandeurs de ce type d'accompagnement (1/3).

**Les conseils juridiques**, notamment pour sécuriser/encadrer les relations avec les clients intéressent un professionnel sur 3 et la moitié des sites de loisirs.

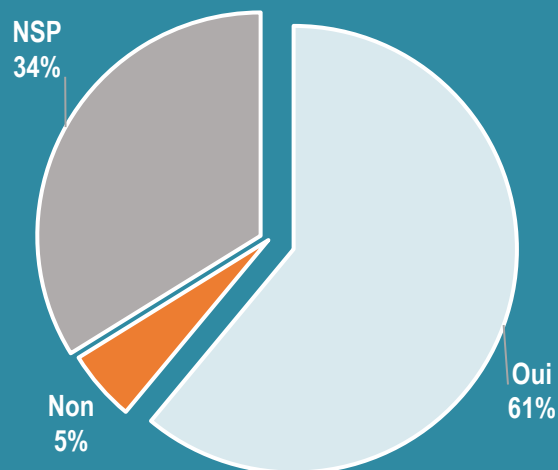
Les professionnels aspirent également à bénéficier d'une expertise et de conseils pour innover, notamment les espaces culturels et sportifs (5/7) et les sites de loisirs (6/10). Ils cherchent à se renouveler et à faire évoluer leur offre pour relancer leur activité une fois que le marché des rencontres professionnelles aura repris.

A l'inverse, ce qui relève de l'accompagnement RH est moins attendu.

## CONSERVATION DES MESURES SANITAIRES SUR LE LONG TERME

Plusieurs réponses possibles

136 répondants



### DES MESURES SANITAIRES QUI POURRAIENT ÊTRE AMENÉES À PERDURER d'après 6 prestataires sur 10.

Un tiers préfère ne pas se prononcer et **seuls 5 % des professionnels ne pensent pas conserver les mesures sanitaires** qu'ils ont mises en place sur le long terme. Il s'agit essentiellement de châteaux/demeures de caractère et de gîtes, ainsi que d'un hôtel. Néanmoins, dans le contexte actuel, il peut être délicat d'exprimer ouvertement le souhait de ne pas poursuivre ce type de mesure.

À noter, tous les centres de congrès et parcs des expositions pensent conserver les mesures sanitaires engagées.

## AU COURS DES 3 DERNIÈRES ANNÉES

135 répondants

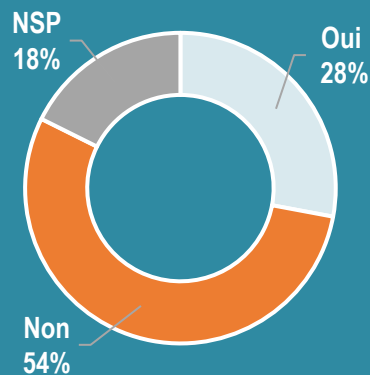
Avais des projets, mais n'ai pas pu les réaliser à cause de la crise

12%



## EN PROJET POUR 2021

136 répondants



## IMPORTANTE CAMPAGNE D'INVESTISSEMENTS CES DERNIÈRES ANNÉES...

Plus de la moitié des sites ont procédé à des investissements au cours des 3 dernières années et plus particulièrement les centres de congrès (5/7), les sites de loisirs (plus de 60 %) et les hôtels (69 %).

À l'inverse, les espaces événementiels ont été moins nombreux à investir (39 %) et davantage soumis aux conséquences délétères de la crise (1/5 a suspendu ses projets d'investissements pour cette raison).

## ... QUI SE CALME EN 2021

Si 12 % « seulement » des sites avouent avoir annulé leurs investissements projetés ces dernières années en raison de la crise ; la majorité d'entre eux ne prévoit pas de nouveaux investissements en 2021.

Ainsi, cette année, **moins du tiers ambitionne un projet** d'agrandissement, d'équipement, de rénovation, etc. Cette part grimpe à 43 % chez les hôteliers.



## PRÉCISIONS SUR LES INVESTISSEMENTS RÉALISÉS ET PROJÉTÉS

Plusieurs réponses possibles

	Au cours des 3 dernières années	En 2021
<b>Rafrachissement / rénovation</b>	<b>39</b>	<b>14</b>
<i>dont extérieur</i>	1	3
<i>dont toiture</i>	3	
<b>Agrandissement</b>	<b>23</b>	<b>9</b>
<i>dont création d'un nouvel espace</i>	6	
<i>dont création d'hébergement</i>	7	7
<b>Matériel et mobilier</b>	<b>7</b>	<b>2</b>
<b>Équipements audiovisuel / éclairage</b>	<b>6</b>	<b>1</b>
<b>Digitalisation / numérique</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
<i>dont Wifi</i>	2	2
<b>Thermique / énergétique</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Autres</b>	<b>4</b>	<b>2</b>

69 répondants

31 répondants

Les données du tableau sont livrées en valeur absolue car le nombre de répondants est un peu faible pour calculer des valeurs relatives.

## RÉNOVATION ET MODERNISATION DES SITES

Plus de la moitié des répondants ont réalisé des travaux de **rafrachissement et rénovation**, et 14 en projettent sur 2021, que ce soit des extérieurs ou, et surtout, des espaces intérieurs (salles, hébergements, parties communes, restaurant, ...). L'ampleur de ces réfections est très disparate : de la mise en peinture à la rénovation complète du Palais des Congrès d'Angers ou des Greniers Saint-Jean à Angers, par exemple.

Le **2<sup>ème</sup> motif d'investissement est l'agrandissement** via la création de nouveaux espaces : orangerie, écurie transformée en salles de réunions, nouveau centre de congrès au Puy du Fou, nouvelle structure semi-permanente de 4.000 m<sup>2</sup> au parc des expositions d'Angers, etc.

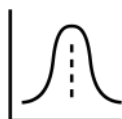
Un faible nombre de sites s'est doté de nouveaux matériels (scéniques, techniques), de mobilier et équipements audiovisuels, notamment des châteaux (3 parmi les répondants).

La digitalisation a été peu mentionnée et notamment en 2021, ce qui peut paraître surprenant dans le contexte actuel de virtualisation et d'hybridation des événements professionnels. Atlantia La Baule évoque le développement de format hybride avec la création d'un plateau TV.

De même, les investissements thermiques / énergétiques sont anecdotiques, alors que, d'après les études menées récemment (cf. phase 1), le sujet du développement durable pourrait bien faire partie des nouvelles attentes des commanditaires. Ont été mentionnées l'installation d'une chaudière géothermique et celle de panneaux photovoltaïques.

Parmi les autres investissements : la couverture d'une terrasse par une structure Eiffel, une mise aux normes, la création d'un parking, d'une piscine et d'un mini golf.

## En 2020



Nombre de manifestations divisé par 2 en moyenne : de 10 579 en 2019 à 5 246 en 2020\*.

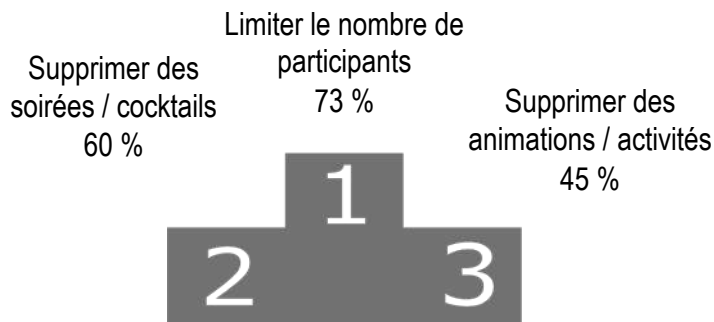
Chiffre d'affaires en recul de plus de 50 % en 2020 pour 85 % des prestataires.



Solutions privilégiées par 70 % des professionnels :

1. Chômage partiel
2. Annulation / report des investissements

### Top 3 des requêtes spécifiques des organisateurs en 2020



## En 2021



Plus de la moitié des sites ouverts début 2021, mais des centres de congrès / parcs expo fermés à 80 %.



4 sites sur 5 - dont tous les centres de congrès - ont des **manifestations programmées en 2021**, mais moins de 10 évènements pour la moitié d'entre eux (49 pour les centres de congrès).



Premiers accompagnements souhaités : **informations sur les dispositifs d'aides**, puis **conseils / formations à la promotion digitale**.



Moins de 3 prestataires sur 10 ont un projet d'investissement pour 2021 et ces projets relèvent en premier lieu de **rénovation/rafraîchissement**.

## Et après...



Les professionnels comptent majoritairement **préserver les mesures sanitaires** mises en place, et un tiers ne se prononce pas.



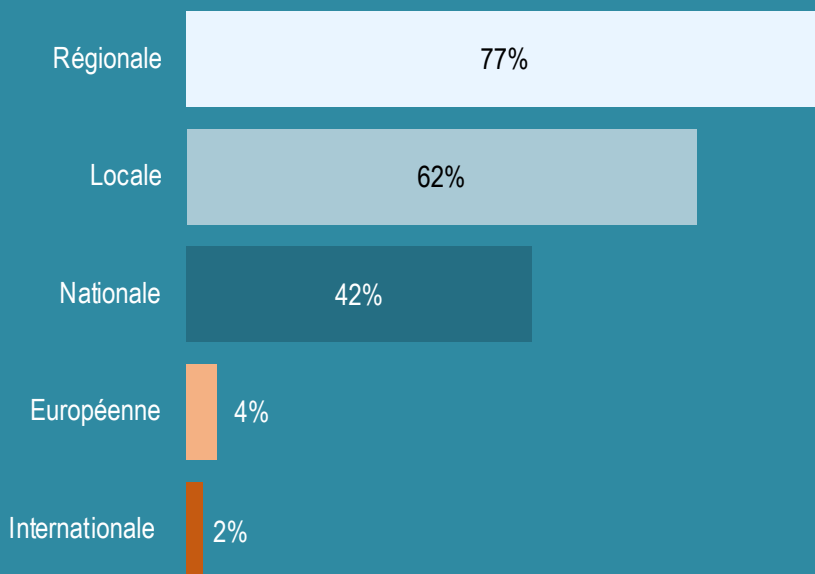
# PROFIL DES CLIENTÈLES

## ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES **DONNEURS D'ORDRE**

dans la MAJORITÉ des cas

Plusieurs réponses possibles

137 répondants



## DES DONNEURS D'ORDRE MAJORITAIREMENT RÉGIONAUX

L'origine des donneurs d'ordre est en premier lieu régionale, voire locale (concernant plus de 6 professionnels sur 10). *A noter, en région Bourgogne, 72 % des « acheteurs » de séminaires sont originaires de la région et en Bretagne, les ¾ des organisateurs de rencontres professionnelles sont issus du Nord-Ouest et de la région parisienne (cf. benchmark phase 1).*

Seuls **6 % des prestataires déclarent accueillir majoritairement des donneurs d'ordre étrangers** (dont 3 hôtels, 1 château, 1 site de loisirs, 2 espaces événementiels).

## Les centres de congrès

Aucun n'a mentionné de donneur d'ordre étranger parmi leurs clients majoritaires. L'origine qui ressort le plus est régionale (5/7 répondants), puis nationale (4/7).

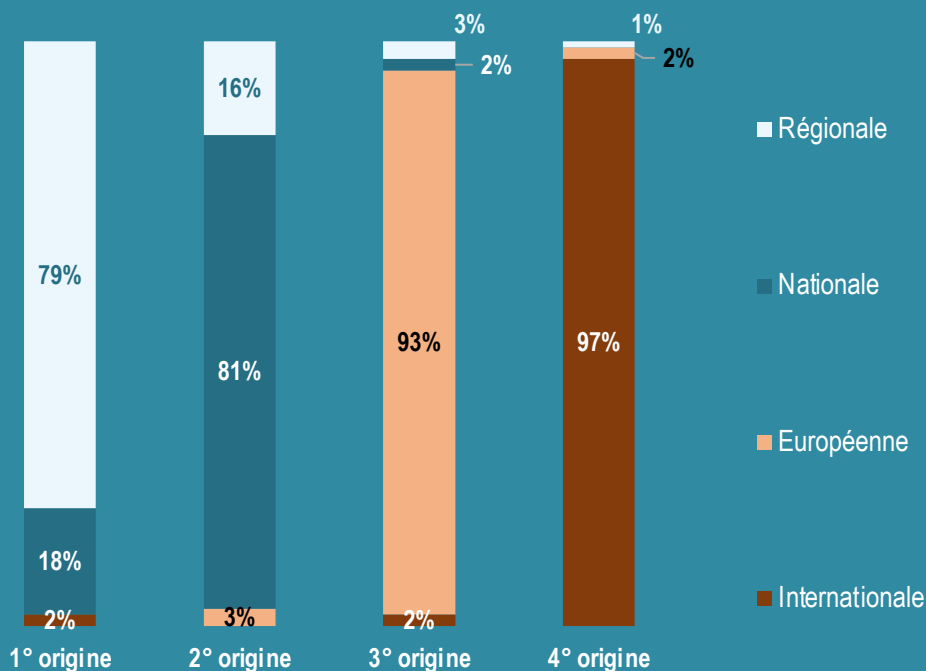
C'est également le cas des prestataires dont l'activité MICE constitue 90 % de leur chiffre d'affaires ou plus.

*À noter, seuls 4 prestataires ont répondu à la demande de précision sur l'origine étrangère des donneurs d'ordre.*

## ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES PARTICIPANTS

En classant l'origine des participants

126 répondants



### Les centres de congrès

La première origine des participants mise en avant, parmi les 2 premières indiquées, est là encore française, puis régionale. Un seul centre de congrès a évoqué en 2<sup>ème</sup> origine des Européens. Néanmoins, à l'exception de 2 sites, tous disent travailler avec des participants européens, mais pas principalement.

Chinoise et allemande sont les 2 premières nationalités évoquées (4 répondants). D'autres nationalités européennes ont été citées à 2 ou 3 reprises : Grande-Bretagne (3 répondants), Belgique, Italie, Espagne, Suisse (2 répondants).

## LES ¾ DES PROFESSIONNELS ACCUEILLENT DES PARTICIPANTS ÉTRANGERS

Mais les Européens, puis les participants internationaux n'arrivent respectivement qu'en 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> origine. La clientèle française (hors région des Pays de la Loire) occupe la 2<sup>ème</sup> position.

D'après l'étude réalisée en 2019 à l'initiative de la Banque des Territoires, la DGE, le Ministère de l'Europe et des affaires étrangères, l'UNIMEV, ... les participants aux événements d'entreprises et d'institutions se tenant en France sont à 60 % originaires de la région et à 11 % d'origine étrangère (cf. phase 1).

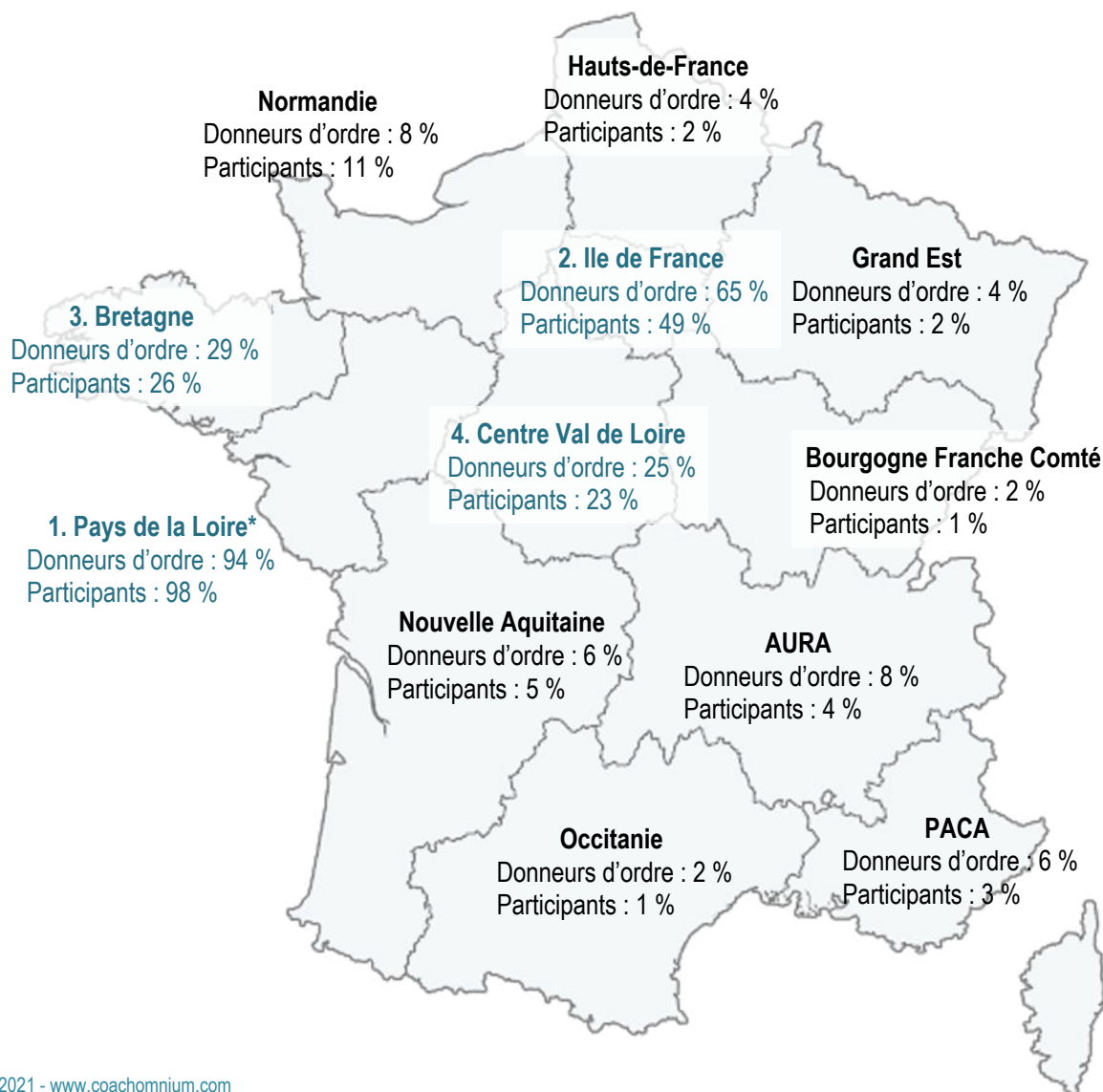
**Au final, seuls 2 % des professionnels reçoivent en premier lieu des participants étrangers** – en ne tenant compte que de la première origine mentionnée – dont 1 arena, 1 château, 1 hôtel.

## CHINOIS : PREMIERS PARTICIPANTS ÉTRANGERS

Parmi les 92 répondants qui reçoivent des participants étrangers, **les Chinois arrivent largement en tête**. C'est notamment le cas des hôtels (20/22 répondants ont mentionné des participants chinois), des centres culturels et sportifs (7/7 répondants), des sites de loisirs (7/9), des châteaux (16/20), des espaces événementiels (11/13).



## ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES DONNEURS D'ORDRE & PARTICIPANTS FRANÇAIS



Les Pays de la Loire et, dans une moindre mesure, l'Île de France ressortent comme les premières régions d'origine des participants et des donneurs d'ordre français, loin devant les autres.

Viennent ensuite les régions voisines : la Bretagne et le Centre-Val de Loire. Cette dernière étant toutefois davantage mentionnée par les sites implantés dans la Sarthe et le Maine-et-Loire, départements limitrophes.

A l'inverse, la région Nouvelle-Aquitaine est faiblement représentée. Plusieurs explications peuvent être avancées :

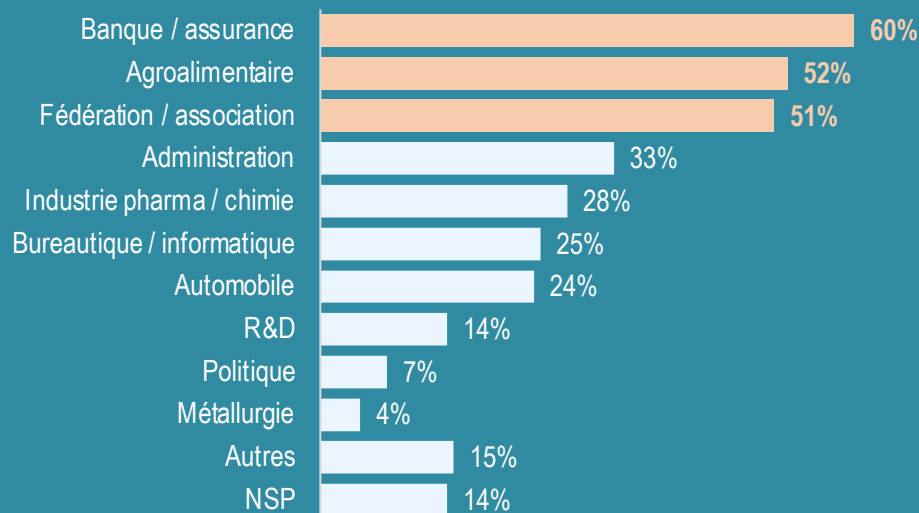
- une accessibilité fastidieuse ou longue : si Poitiers n'est qu'à 2H20 de Nantes ou 2H10 d'Angers par la route, Bordeaux (principal pôle économique et centre décisionnaire de la région) se situe à respectivement 3H30 et 4H de ces métropoles. En outre, l'accès ferroviaire n'est pas aisé et long, impliquant un changement en gare de Saint-Pierre-des-Corps.
- La Nouvelle-Aquitaine compte des destinations MICE fortes et bien positionnées sur le marché des congrès : Bordeaux mais aussi Biarritz, et distantes de la région des Pays de la Loire. Pour les destinations balnéaires, la région dispose de ses propres spots (la côte basque, Royan, La Rochelle, notamment).

*\*Lire 94 % des répondants travaillent avec des donneurs d'ordre / commanditaires originaires des Pays de la Loire et 98 % accueillent des participants originaires des Pays de la Loire.*

## PRINCIPAUX SECTEURS D'ACTIVITÉ

Plusieurs réponses possibles

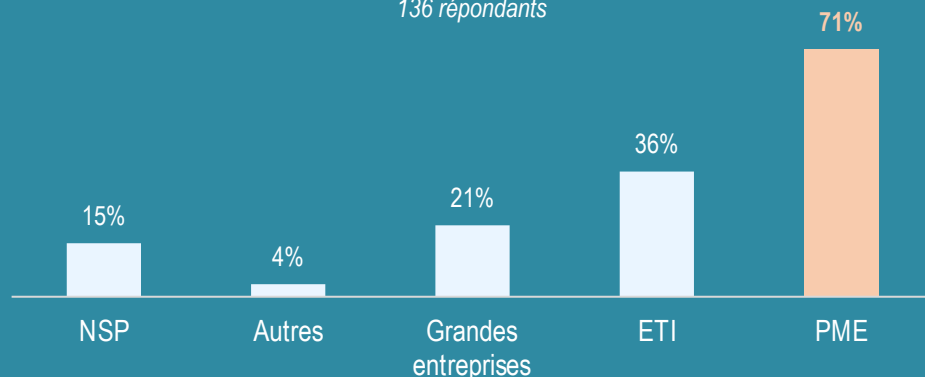
134 répondants



## TAILLE DES ENTREPRISES COMMANDITAIRES

Plusieurs réponses possibles

136 répondants



## BANQUES / ASSURANCES : 1<sup>ÈRE</sup> FILIÈRE GÉNÉRATRICE DE MICE

Comme à l'échelle nationale, les **banques et assurances** sont les premières à générer des événements d'entreprises. 6 professionnels sur 10 estiment qu'elles font partie des principaux secteurs représentés.

Vient ensuite l'**agroalimentaire**, 1<sup>ère</sup> industrie des Pays de la Loire.

À noter, les **fédérations, associations, administrations** sont particulièrement évoquées.

## Les centres de congrès

Comme pour l'ensemble des répondants, le top 3 des filières mentionnées – mais dans un ordre différent – est : les fédérations / associations (7/8 répondants), les banques/assurances (6/8) et l'agroalimentaire (4/10). Aucun centre n'évoque l'industrie pharmaceutique / chimie, pourtant 1<sup>er</sup> pourvoyeur de congrès en France. Mais précisons que cette industrie ne fait pas partie des premiers secteurs du tissu économique des Pays-de-la-Loire (cf. phase 1). Or, il existe une forte corrélation entre les activités économiques du territoire et les congrès et rencontres professionnelles qui y sont organisées.

## DES ENTREPRISES DE PETITE TAILLE

La **très grande majorité** des entreprises commanditaires appartient à la catégorie des **PME**.

Au final, seuls 2 professionnels sur 10 travaillent avec des grandes entreprises et il s'agit plutôt de centres de congrès (5/8 répondants) et de sites de loisirs (4/13 répondants). Les grandes entreprises sont notamment mieux représentées parmi les prestataires de la Loire-Atlantique (29 %) et parmi ceux de la Sarthe (24 %).

## Origine



Des donneurs d'ordre et des participants **majoritairement régionaux** pour près de 80 % des professionnels.

2<sup>ème</sup> origine nationale : l'Île-de-France.



Des **donneurs d'ordre** basés principalement **à l'étranger pour 6 % des prestataires.**

Si les  $\frac{3}{4}$  des prestataires accueillent des participants étrangers, ils sont majoritaires pour seulement 2 %.

## Typologie d'entreprises



**3 premiers secteurs commanditaires** de rencontres professionnelles :

1. Banque / assurance
2. Agroalimentaire
3. Fédération / association



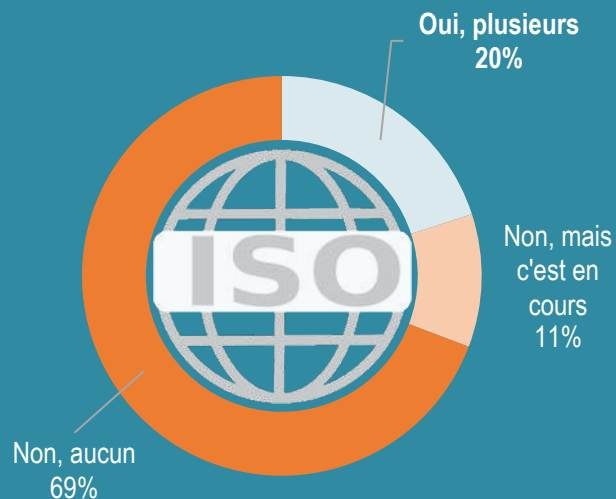
Pour plus de 7 professionnels sur 10, les commanditaires sont des **PME** et pour 2 sur 10 seulement des grandes entreprises.



# PRÉOCCUPATIONS ENVIRONNEMENTALES

## LABELS / CERTIFICATIONS ENVIRONNEMENTALES

130 répondants



### PRÈS DU TIERS DES PRESTATAIRES LABELLISÉS / CERTIFIÉS OU EN VOIE DE L'ÊTRE

Parmi les labels et certifications cités, **arrivent en tête (avec seulement 7 citations)** :

- La Clé Verte (pour les hébergements),
- ISO 20121 (pour des centres de congrès, parcs des expositions et espaces événementiels).

Suivent l'Ecolabel (3 citations), puis la Haute Valeur Environnementale – HVE dédiée à l'agriculture et mentionnée par 4 exploitants viticoles.

Tous les autres labels et certifications n'ont été évoqués qu'à une seule reprise : ISO 14001, ISO 26000, EcoVadis, Green Globe, charte développement durable France Congrès, Planet 21 Accor.

Quelques rares répondants ont mentionné des engagements liés au contexte de pandémie : Nantes Travel Safe, All Safe, Business Ready Socotec.

Même si cela paraît normal, il nous semble important de rappeler que ce n'est pas parce qu'un site n'est pas labellisé ou certifié que le prestataire n'est pas engagé sur le sujet de la responsabilité environnementale (cf. page suivante).

### Les centres de congrès

Trois sont certifiés : Green Globe ou ISO 20121, et ont signé la charte développement durable France Congrès.

Deux sont en cours de certification, dont l'un ISO 20121.

*A noter, d'après la dernière enquête 2020 réalisée par Coach Omnium auprès des centres de congrès et parcs des expositions français, 55 % des répondants affirmaient détenir (ou être en cours d'obtention) une labellisation / certification environnementale.*



## LES DÉMARCHES ENGAGÉES OU À VENIR

Plusieurs réponses possibles

120 répondants

La valorisation des déchets ou démarche zéro déchet

Privilégier les circuits courts et bio

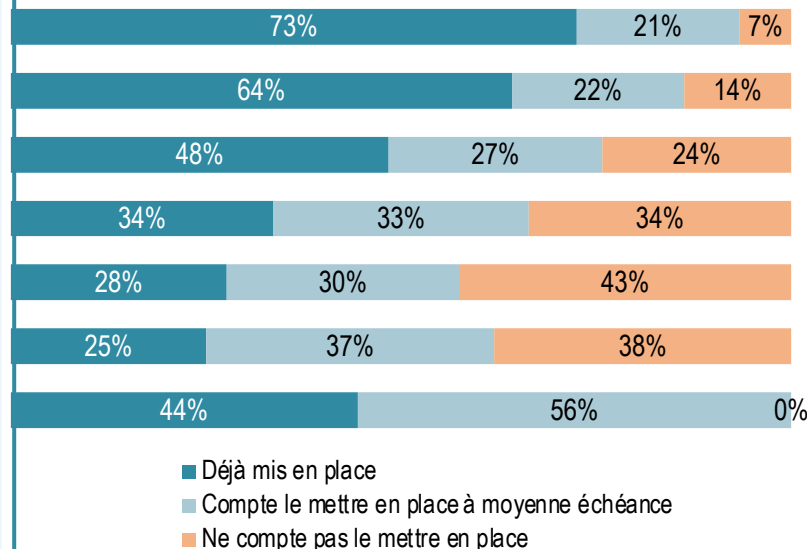
Travailler avec des prestataires et partenaires engagés

Programme de rénovation énergétique du bâtiment

Des actions pour réduire les émissions de CO2 en interne et des clients

L'instauration de clauses d'engagement dans les appels d'offre et les contrats

Autres



## DES PRESTATAIRES ENGAGÉS MAIS SANS VISIBILITÉ SUR LEUR NIVEAU D'ENGAGEMENT

Quelles que soient les actions proposées, une majorité de professionnels affirme les avoir déjà mises en place ou prévoit de le faire à moyen terme. C'est notamment le cas pour le programme de rénovation énergétique du bâtiment qu'un tiers des répondants dit avoir déjà réalisé et un autre tiers compte le faire prochainement. Or, un seul prestataire a affirmé avoir effectué des investissements thermiques ou énergétiques sur les 3 dernières années et seuls 2 escomptent le faire en 2021 (cf. page 18).

Par ailleurs, **les résultats n'informent pas sur l'ampleur des mesures** adoptées ou envisagées. Par exemple, 48 % assurent travailler avec des prestataires et partenaires engagés (RGE, RSE, ISO 14001, ISO 50001), mais sans précision sur le volume - s'agit-il de 100 % de leurs prestataires ou seulement quelques-uns -, ni sur leurs critères de sélection.

**La valorisation ou réduction des déchets est la première action** engagée par les prestataires. Le tri sélectif fait effectivement partie de notre quotidien depuis plusieurs décennies.

L'étude menée par Coach Omnium auprès des prestataires MICE français révèle que 59 % de ceux qui s'intéressent aux démarches environnementales mettent en place le tri des déchets et 10 % des ampoules à économie d'énergie. Toutes les autres mesures évoquées sont marginales (<https://cutt.ly/jbv4uMi>).

La préférence pour les circuits courts ou bio dans l'approvisionnement du site est également mise en avant, mais là encore sans notion de quantité.

Parmi les 9 professionnels ayant répondu « autres », ont été mentionnés la permaculture, le maraîchage, le plantage d'arbres, l'incitation au co-voiturage et aux transports en commun pour les participants, la création d'un refuge de la Ligue pour la Protection des Oiseaux (LPO) et le recours à une énergie 100 % renouvelable. Un gîte a expliqué la structuration de sa politique de responsabilité environnementale en 4 axes : compensation carbone, biodiversité, sobriété des consommations et sensibilisation des publics.

## Labels / certifications

1/5<sup>ème</sup> des sites ont un ou plusieurs labels / certifications environnementales, dont pour ceux mentionnés plusieurs fois (entre 3 et 7 citations) :



## Démarches environnementales

Premières démarches environnementales mises en place ou qui le seront à moyenne échéance – par plus des 3/4 des prestataires répondants :

1. La valorisation des déchets ou démarche zéro déchet,
2. La préférence pour un approvisionnement en circuits courts ou bio,
3. Le recours à des prestataires et partenaires engagés, mais sans notion quantitative dans l'application de ces démarches.



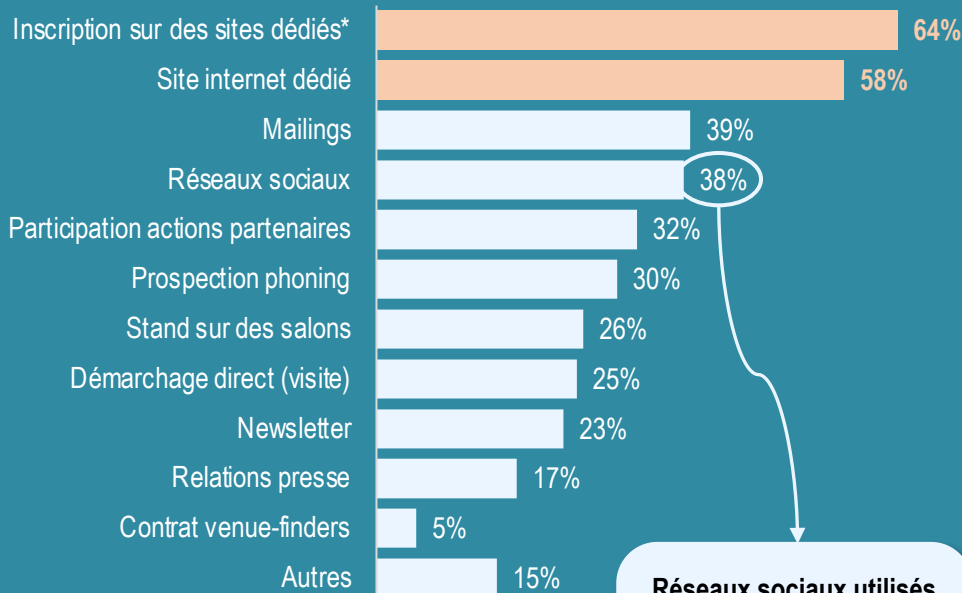


# COMMERCIALISATION

## ACTIONS COMMERCIALES SPÉCIFIQUES

Plusieurs réponses possibles

121 répondants



### Réseaux sociaux utilisés

1. Facebook (24 citations)
2. LinkedIn (18)
3. Instagram (8)
4. Twitter (5)

\*Sites spécialisés = Bedouk, 1001salles, Aleou, Réunir, ...

### Les centres de congrès

À l'exception d'un, tous les centres de congrès répondants ont un site internet et 5/7 recourent aux réseaux sociaux. 4 centres de congrès sur 7 sont inscrits sur un site dédié, participent à des salons ou aux actions des partenaires.

## INTERNET : 1<sup>ER</sup> OUTIL COMMERCIAL

Que ce soit à travers les sites spécialisés, leur propre site, l'envoi d'emailings ou les réseaux sociaux, **Internet est le support commercial numéro 1 sur le marché des MICE**. Et, en effet, c'est le premier outil de recherche utilisé par les organisateurs en France.

À noter, les sites spécialisés ont la faveur de près des 2/3 des professionnels dans les Pays de la Loire, alors qu'ils ont tendance à être remis en cause par les prestataires français ces dernières années qui jugent leurs retombées commerciales insuffisantes et leurs cibles trop volatiles (extrait de l'étude MICE 2020 menée par Coach Omnium). Pour autant, s'ils génèrent peu de retombées directes, ils permettent d'agrandir le spectre commercial de l'établissement, d'améliorer sa visibilité et il reste difficile, voire impossible, de les supplanter en termes de référencement.

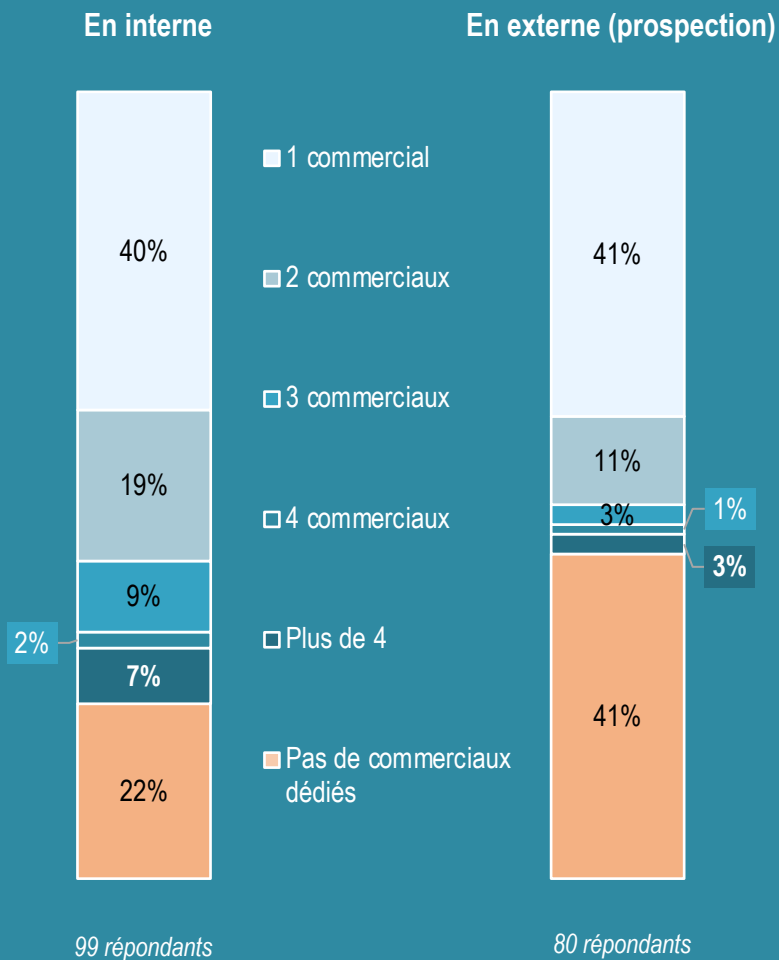
**Moins de 6 professionnels sur 10 disposent d'un site internet dédié**, mais rappelons que, pour de nombreux professionnels, l'activité événementielle n'est pas la première (hôteliers, espaces culturels, sites de loisirs, ... par exemple), et qu'ils privilégient souvent la création de pages dédiées sur leur propre site. Pour autant, les 3/4 de ceux dont l'activité MICE constitue 90 % de leur chiffre d'affaires ou plus ont un site internet dédié.

Comme sur le plan national, **les réseaux sociaux sont largement utilisés** par les prestataires (38 % - part équivalente à celle observée à l'échelle nationale dans le cadre de l'étude MICE 2020). Ils sont devenus incontournables, contribuant à renforcer le marketing affinitaire et relationnel, sous réserve d'un suivi très fréquent. Facebook est le réseau privilégié.

Le démarchage direct par téléphone ou encore plus par visite ne concerne qu'une minorité des prestataires.

De même, seul un quart des professionnels tient un stand sur des salons, mais cette démarche est onéreuse et peut difficilement être menée de manière isolée.

## NOMBRE DE COMMERCIAUX



## LA MAJORITÉ DES PRESTATAIRES RECOURT À DES COMMERCIAUX DÉDIÉS

**En interne, 8 professionnels sur 10 ont un commercial dédié, ou plusieurs.** Ce(s) dernier(s) peut/peuvent gérer les réponses aux demandes entrantes, la rédaction des devis, l'accueil des groupes sur site, leur suivi, ... Cette part est supérieure aux observations nationales où seulement 6 prestataires sur 10 affirment avoir recruté au moins un commercial interne (étude MICE 2020 menée par Coach Omnium).

En revanche, **pour la prospection extérieure, le recours à un commercial dédié ne concerne plus que 6 prestataires sur 10.**

Dans la majorité des cas, que ce soit en interne ou en externe, un seul commercial est chargé de ces tâches.

Les sites disposant de plusieurs commerciaux en externe sont surtout des centres de congrès (2), des grands sites de loisirs et centres culturels/musées réputés (5) et de très grands hôtels (2). L'étude menée en 2020 par Coach Omnium auprès des centres de congrès et parcs des expositions français révèle que les 2/3 ont 1 à plusieurs commerciaux en externe.

*À noter, le taux de réponse à la question est assez faible.*

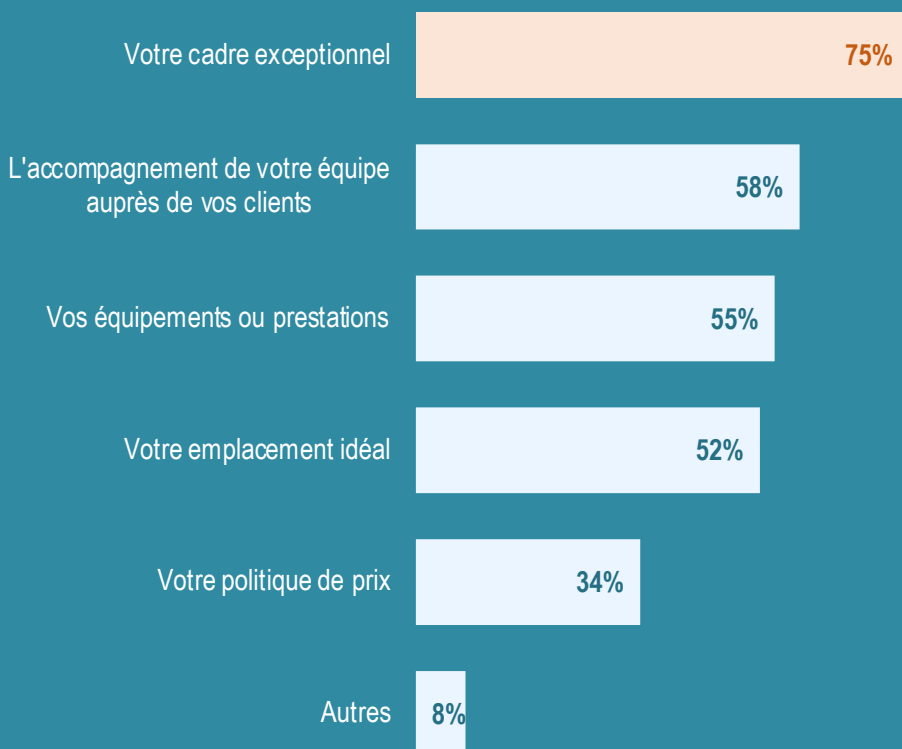


## ÉLÉMENT DIFFÉRENCIANT

Plusieurs réponses possibles

132 répondants

Question posée : Quel est selon vous l'élément différenciant de votre offre qui contribue à remporter le marché ?



## LE CADRE : 1<sup>ER</sup> ÉLÉMENT DIFFÉRENCIANT MIS EN AVANT PAR LES PROFESSIONNELS

Les  $\frac{3}{4}$  estiment que leur cadre les différencie ; c'est plus particulièrement le cas des sites de loisirs (85 %) et des châteaux / demeures de caractère (77 %) et des prestataires dont l'activité MICE constitue 90 % de leur chiffre d'affaires ou plus (83 %).

Les autres réponses sont plus équilibrées : l'accompagnement de l'équipe dans la réalisation des projets des clients, les équipements et prestations et l'emplacement / localisation du site ont été mises en avant par 50 à 60 % des répondants.

À noter, la politique tarifaire ressort moins – un tiers des prestataires la mentionne, alors que le prix est le 2<sup>ème</sup> critère de choix des entreprises commanditaires d'événements professionnels d'après les études MICE menées par Coach Omnium, juste derrière l'accessibilité / localisation.

## Les centres de congrès

Le premier élément différenciant évoqué est l'accompagnement de l'équipe auprès des clients (7/7 répondants), puis le cadre exceptionnel (5/7).

À noter, la politique de prix a été davantage citée par les centres de congrès que par l'ensemble des prestataires (4/7).

## Internet



Les premières actions commerciales spécifiques au marché MICE - *menées par plus de la moitié des prestataires* - visent Internet :

1. **Inscription sur des sites spécialisés** (type Bedouk, 1001 salles, Aleou,...)
2. Développement de leur propre site internet



**38 %** des prestataires utilisent les **réseaux sociaux** pour commercialiser leurs espaces évènementiels : Facebook en premier, suivi de LinkedIn.

## Le personnel



- **80 % des prestataires** ont un ou plusieurs collaborateurs dédiés à la **commercialisation en interne** (accueil et suivi sur site), un seul pour la moitié d'entre eux,
- **60 % des prestataires** ont un ou plusieurs collaborateurs dédiés à la **commercialisation en externe** (prospection), un seul pour les 2/3.

## Élément différenciant



Premiers éléments qui contribuent à remporter le marché d'après les professionnels :

1. **Leur cadre exceptionnel** pour  $\frac{3}{4}$  des prestataires,
2. L'accompagnement de l'équipe, les équipements / prestations et l'emplacement pour plus de la moitié.

Au terme de cette étude/enquête, on constate de fortes disparités dans le secteur MICE des Pays de la Loire, en termes d'offre (cf. phase 1) et de demande reflétant la diversité des destinations et de leur positionnement, ainsi que la multiplicité des typologies de sites. De fait, les résultats de l'enquête doivent être pris avec circonspection, d'autant plus que les taux de réponses sont parfois limités (comme nous avons pu le souligner à plusieurs reprises dans ce rapport).

## Éléments clés à retenir...

**22.641** manifestations  
accueillies en 2019\*

Nombre de  
manifestations **divisé**  
**par 2** en 2020

1/5<sup>ème</sup> des sites  
**labellisés ou**  
**certifiés**

Budget moyen dans les  
centres de congrès :  
**61 € /pers.** à la  
journée d'études

80 % des prestataires  
recourent à des **sous-**  
**traitants**

Durée de **1,6 jour** en  
moyenne par  
manifestation

Donneurs d'ordre  
et participants  
très majoritairement  
**régionaux**

Profil des entreprises  
commanditaires : **PME**  
du secteur de la  
**banque/assurance**  
et **agroalimentaire**

**88 participants** en  
moyenne par  
manifestation\*\*

\*Volume de manifestations extrapolé aux 291 structures des Pays de la Loire disposant d'une capacité minimale de 100 places assises en plénière (cf. recensement phase 1 de l'étude).

\*\*Hors zénith / arenas

L'enquête vient compléter la phase 1 sur l'analyse du secteur MICE des Pays de la Loire, confirmant des opportunités / pistes de réflexion que nous avons mis en exergue, en tenant compte des évolutions pressenties :

## Intérêt croissant pour les lieux originaux et d'exception

- Près du tiers des sites réceptifs régionaux > 100 places assises sont des châteaux/demeures de caractère, 20 % des sites sportifs/culturels et de loisirs.
- Evolutions post-Covid pressenties : un lien plus étroit avec le territoire d'accueil et le maintien des formats physiques pour les rencontres à forte valeur ajoutée.

## Fort ancrage régional du marché MICE

- L'origine des donneurs d'ordre est en premier lieu régionale, voire locale (pour plus de 6 professionnels sur 10).
- Les filières économiques clés de la région (finance, agroalimentaire) sont les premières à générer des événements.

## Réduction des distances

- La première origine des participants est régionale (pour 8 professionnels sur 10).
- La moitié des événements reçus dure 1 journée, impliquant des temps de trajet réduits.

## Optimisation de l'empreinte environnementale

- Près du tiers des prestataires sont labellisés ou en voie de l'être, dont 5 centres de congrès sur 7.

## Renouvellement de l'offre

- La plupart des grands équipements régionaux ont fait l'objet ou vont faire l'objet de rénovation/extension.
- Plus de la moitié des sites ont procédé à des investissements au cours des 3 dernières années, notamment de rafraîchissement et rénovation.

## Des événements de capacité réduite

- 82 participants en moyenne par événement (hors zénith – arenas) et une médiane à 45.

## Digitalisation du marché MICE

- Internet : 1<sup>er</sup> outil commercial
- Un tiers des prestataires souhaiterait des conseils sur la promotion / communication digitale et 17 % sur la digitalisation de leur activité, intentions qui pourraient être encouragées.

# Coach omnium

---

*Société d'études & de conseil spécialisée dans les  
MICE & l'hôtellerie depuis 1991*

12, Avenue du Maine – 75015 Paris

Tél. : 01 53 63 11 00

[www.coachomnium.com](http://www.coachomnium.com)

