

Fiere, Saloni e Congressi di Francia

**L'andamento del settore nel 2002
- Traduzione comunicato stampa OJS -**

Una buona annata 2002 per i congressi

- Per l'insieme degli operatori, l'attività è stata migliore nel 2002 che nel 2001.
 - ⇒ Montpellier: attività in ascesa del 12%
 - ⇒ Marsiglia: + 10%
 - ⇒ Parigi: + 3%
 - ⇒ Nantes: + 18%
 - ⇒ Strasburgo: +8% (numero di congressisti)
- Gli operatori si aspettano un anno ancora migliore nel 2003 (Chalons sur Saône, Lione, Nizza, Nancy, Nantes, Parigi, Reims, Strasburgo, Versailles...), anche se restano alcuni dubbi sui congressi internazionali.
- Per rafforzare l'informazione e disporre di veri strumenti statistici, FSCF ha approntato un programma d'inchiesta con France Congrès, la Fédération des Sem e la CCIP per conoscere precisamente la congiuntura del mercato dei congressi e delle riunioni.

Appuntamento l'anno prossimo con delle cifre esaustive.

La Francia, 1° paese europeo per i centri congressi

- Con quasi 120 centri congressi, la Francia si pone al primo posto europeo (36% dell'offerta di accoglienza) e al 2° posto mondiale in termini di attrezzature destinate a congressi e riunioni.
- Gli investimenti per la creazione di aree complementari, il rinnovo e la messa a norma di queste infrastrutture continuano a moltiplicarsi in Francia:
 - ⇒ Clermont Ferrand
 - ⇒ Bordeaux
 - ⇒ Aiaccio
 - ⇒ Nancy
- I centri congressi, soli o addossati ad aree espositive (Lione) per rispondere alla domanda del mercato, costituiscono degli strumenti di pianificazione del territorio non sufficientemente apprezzati come tali dai responsabili politici e amministrativi in Francia.

Evoluzione 2002 di 70 fiere-esposizioni

- cifre OJS -

- Con 6,279 milioni di visitatori accolti, le 70 fiere-esposizioni controllate dall'OJS stabilizzano la loro audience (-0,7%) presso un largo pubblico.
- Un'evoluzione della frequentazione contrastata tra i due semestri 2002:
 - ⇒ Frequentazione delle 36 fiere del 1° semestre in calo: -5,2%
 - ⇒ Frequentazione in forte ascesa delle 34 fiere del 2° semestre: +4,3%
- Escludendo la Fiera di Parigi, che costituisce un caso particolare (22% del totale dei visitatori controllati), il progressivo aumento della frequentazione delle fiere in 69 altre città francesi è un dato positivo: +0,44%
- 1370133 m² di esposizione (netti) sono stati dedicati all'incontro tra i protagonisti della vita locale, i marchi, gli artigiani e i consumatori.
- 28616 società che espongono – in leggero calo dell' 1,1% ma con una fortissima crescita della presenza di espositori stranieri: +10,6%

Evoluzione 2002 di 175 saloni

– cifre OJS –

- Una frequentazione in forte crescita:
 - ⇒ Con il +2,52% di progressivo aumento del numero di visitatori (4,5 milioni), i saloni aperti al pubblico confermano il loro ruolo di media d'informazione privilegiato del consumatore prima dell'acquisto.
 - ⇒ Con il +2,7% di crescita delle visite registrate nei saloni professionali (2,52 milioni), le imprese che espongono, sempre più numerose, (+0,86%), incontrano i loro clienti e i loro prospects senza spostarsi.
- La frequentazione dei visitatori stranieri, in ascesa del 5,5%, compensa quasi totalmente il calo registrato nel 2001.
- 2296546 m² d'esposizioni sono stati utilizzati da 64716 imprese per esporre le loro innovazioni, le loro offerte commerciali e i loro marchi.

Evoluzione 2002 /N-1 dei principali indicatori di 245 manifestazioni
(i cui risultati sono paragonabili – fonte OJS)

Evoluzione 2002/N-1	69 fiere in Regioni	70 fiere(inclusa la Fiera di Parigi)	56 saloni gran pubblico	119 saloni professionali
Visite	+0,44%	-0,71%	+2,52%	+2,70%
Di cui visite straniere nei saloni strettamente professionali				+5,53%
Aree locate	-0,48%	-0,81%	+1,55%	-2,20%
Espositori diretti	-0,50%	-1,13%	-1,47%	+0,86%

Le prospettive per il 2003

I congressi

I professionisti del settore sono d'accordo nel dire che l'anno 2003 si annuncia piuttosto bene con dei primi risultati incoraggianti e delle prospettive positive in questo inizio di anno. Certamente la congiuntura internazionale può incidere, ma è ancora presto per determinarne gli effetti precisi.

I saloni

Le prime cifre di frequentazione, segnatamente internazionale, sono molto positivi in rapporto al 2002. Qualche esempio:

- Prêt-à-Porter: +2,4%
- Interfiliera: +26%
- Lingerie: +8%
- Meuble de Paris: stabile, ma +25% di visitatori stranieri
- Agricoltura: +6,9%
- Sima/Simagéna (materiale agricolo): 3%
- Sirha: stabile, ma +33% della frequentazione internazionale

Le fiere

Le prime cifre di frequentazione sono troppo parziali poiché la stagione si è appena aperta. Notiamo tuttavia un aumento a Nizza e una stabilità ad Alençon da paragonare con il calo a Lione dovuto senza dubbio alla concomitanza con l'inizio della guerra in Irak.

Un media che dimostra la sua efficacia

- cifre France Pub -

- Le spese degli inserzionisti per il media fiere e saloni ammontano a 1,344 miliardi di euro nel 2002, ossia il 4,6% dell'insieme delle spese di comunicazione delle imprese (29,238 miliardi di euro).
- Un buon risultato da comparare alle evoluzioni delle spese per i comunicati stampa (-2,9%) o per l'affissione (-3,9%): il media fiere e saloni resiste bene in un contesto economico freddo.
- Il leggero calo dell'1% delle spese destinate dalle imprese a questo media riguarda piuttosto le prestazioni di servizi associati alla loro presenza nelle manifestazioni.
- La questione del calcolo dell'efficacia dello strumento "fiere e saloni" per gli espositori sarà al centro delle discussioni del prossimo congresso della professione ad Avignone (30 giugno-1° luglio 2003)