

Impact de la crise Covid-19 sur les rencontres et événements professionnels en France

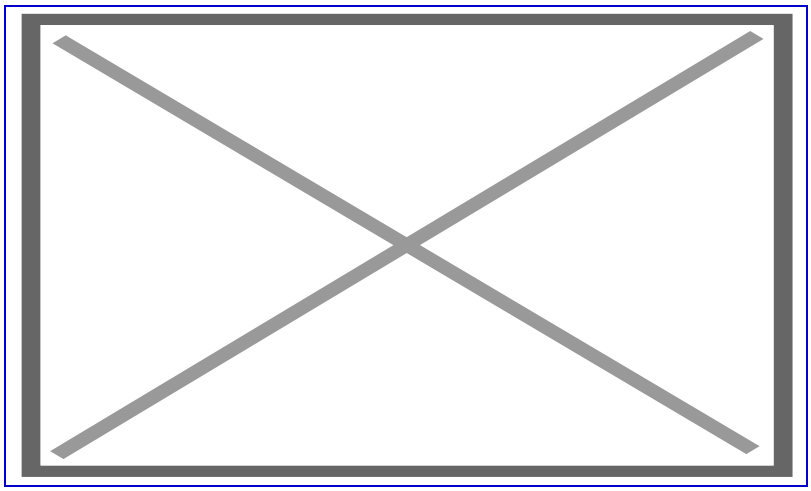
ARTICLE

Depuis le mois de mars, les mesures prises pour endiguer l'épidémie de Covid-19 ont impacté extrêmement durement l'industrie des rencontres et événements professionnels. Ces mesures qui restreignent l'activité du secteur ont amené ses acteurs à s'adapter et à réinventer leurs offres, mais le manque de visibilité à moyen et long termes plonge toute l'industrie dans l'incertitude face à l'avenir. Afin d'apporter aux acteurs de la filière des éléments leur permettant de se projeter et de préparer la reprise de l'activité, Atout France a lancé en juin une étude réalisée avec le cabinet EY.

Ont notamment été interrogés, avec l'appui des bureaux Atout France en Allemagne, Grande-Bretagne et Belgique et grâce à leur réseau de contacts locaux, un panel très ciblé d'organisateurs d'événements dans ces 3 pays : agences événementielles, associations organisatrices de congrès, grandes entreprises.
Les résultats présentés ci-dessous se basent sur une enquête menée en août et septembre 2020. Les constats exprimés ont donc pu connaître des inflexions depuis, compte-tenu de la rapidité avec laquelle la situation évolue. Les vagues d'enquêtes seront renouvelées sur le premier et le second semestre 2021 pour actualiser la perception et les résultats et être en capacité de toujours mieux anticiper les enjeux auxquels toute l'industrie doit faire face.

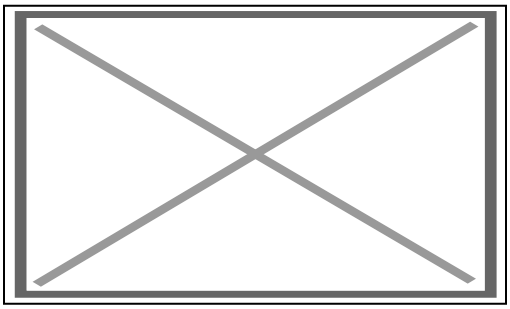
- **46% d'événements reportés, transformés ou même maintenus**

L'étude témoigne tout d'abord de la très forte réactivité des acteurs du secteur. En effet, 46% des événements prévus ce printemps et cet été ont été sauvegardés : ils ont seulement été reportés ou transformés, voire tout simplement maintenus.

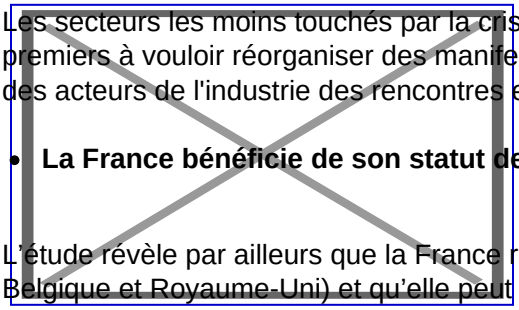


Les événements digitaux ont connu une forte accélération depuis le début de cette crise mais sont progressivement remplacés, lorsque cela est possible, par les événements hybrides. Ceux-ci permettent d'entretenir et de renforcer des réseaux de manière plus humaine, en présentiel, tout en élargissant les possibilités de rencontres en réduisant les risques sanitaires et l'impact écologique, à distance.

- **Divergences quant aux perspectives de reprise**



S’agissant des perspectives de reprise, l’enquête démontre cependant que les points de vue divergent sensiblement : alors que les entreprises commanditaires n’envisagent pas de réel redémarrage avant le second semestre 2021 (voire plus tard pour les séminaires et salons), les associations et agences organisatrices misent quant à elles sur un rebond se situant plutôt au premier trimestre 2021, notamment pour les séminaires, les lancements de produit et les opérations de team building.
Le manque de confiance et l’absence de visibilité sont cependant extrêmement marqués au sein des entreprises, dont près de la moitié n’a même pas souhaité ou pu se prononcer sur cette éventuelle reprise.



Les secteurs les moins touchés par la crise (pharmaceutique, technologies et biens de consommation) seront les premiers à vouloir réorganiser des manifestations professionnelles et méritent donc une attention particulière de la part des acteurs de l'industrie des rencontres et événements professionnels.

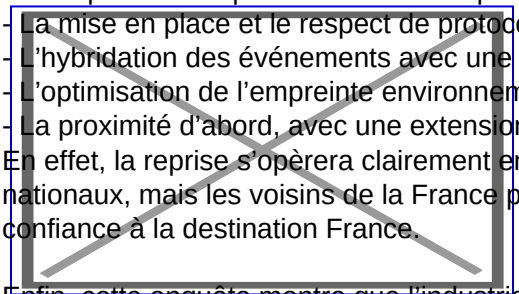
- **La France bénéficie de son statut de référence mais doit offrir des garanties**

L’étude révèle par ailleurs que la France reste une destination de référence sur les 3 marchés sondés (Allemagne, Belgique et Royaume-Uni) et qu’elle peut tirer son épingle du jeu en se différenciant grâce à son positionnement central en Europe de l'Ouest, à un large choix d’offres, une culture recherchée et un territoire varié géographiquement.

Pour les professionnels interrogés, le retour de la confiance et des opérations, outre la levée des barrières réglementaires, passera par plusieurs facteurs clés :

- L’adaptation des prestations et tarifs pour préserver la rentabilité des opérations ;
- La mise en place et le respect de protocoles sanitaires sécurisants ;
- L’hybridation des événements avec une part significative donnée au digital ;
- L’optimisation de l’empreinte environnementale des événements ;
- La proximité d’abord, avec une extension du rayon d’action géographique progressive.

En effet, la reprise s’opèrera clairement en cercles concentriques, en premier lieu sur des événements locaux et nationaux, mais les voisins de la France pourraient d'ici quelques mois redevenir des clients solides et prêts à faire confiance à la destination France.



Enfin, cette enquête montre que l’industrie des rencontres professionnelles devrait être durablement impactée par la crise dans la conception même des événements (avec la part croissante du digital et de l’hybridation des formats), leur localisation (des espaces moins « intensifs », moins lointains, à la campagne, voire en extérieur) et leur modèle

économique qui est à réinventer pour trouver de nouveaux équilibres.