

Participer à un salon, c'est efficace ! La preuve en chiffres...

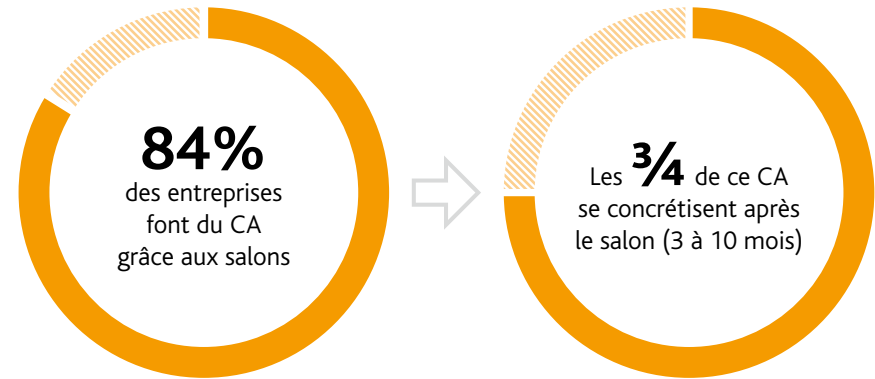
Source : Étude Médiamétrie pour UNIMEV – Direction Générale des Entreprises (Ministère de l'Economie) – CCI Paris Île-de-France – CEP
Echantillon : 3319 entreprises interrogées, 48 foires et salons français (Paris, région, professionnels, grand public, audience nationale et internationale...), double série d'entretiens jusqu'à 10 mois après le salon.

LES ENTREPRISES PARTICIPENT AUX SALONS POUR



note sur 10

IMPORTANCE DU SUIVI DES PROSPECTS POST SALON



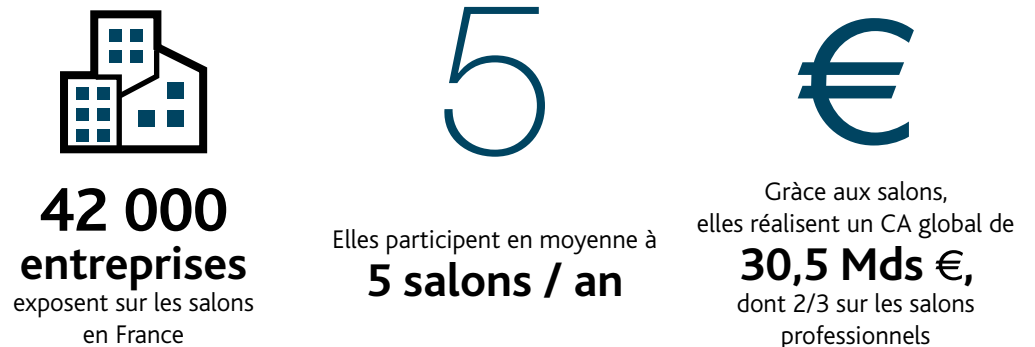
NB : (81% pour les salons professionnels)

UN INVESTISSEMENT RENTABLE



*Coût complet : stand, frais de déplacements, documentation, hôtesse...

DONNÉES MACRO-ÉCONOMIQUES



Les salons en France, des plateformes d'affaires vers l'international...

pour les entreprises françaises qui réalisent un CA de **2,6 Mds €** avec les visiteurs étrangers



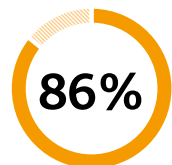
des exposants français réalisent des affaires avec les visiteurs internationaux



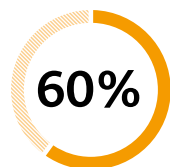
et les entreprises étrangères qui réalisent un CA de **7,4 Mds €** avec les visiteurs étrangers (76%)

Ces entreprises qui exposent...

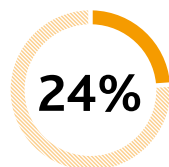
SUR LES 42 000 ENTREPRISES QUI PARTICIPENT AUX SALONS EN FRANCE



sont des PME / PMI de moins de 50 salariés

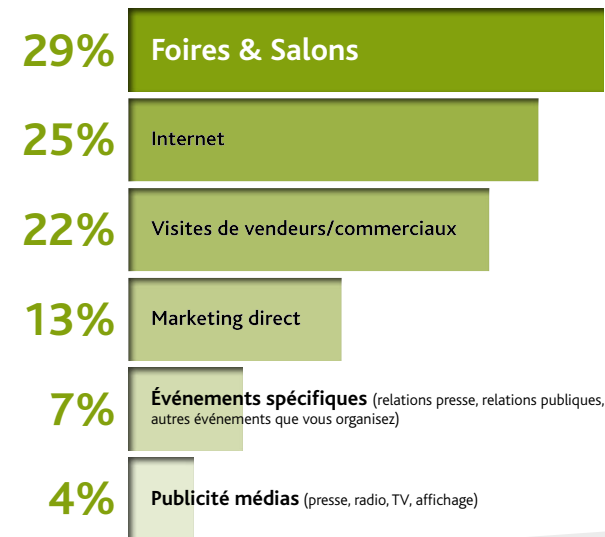


consacrent plus de 15% de leur budget marketing / promotion aux salons



exposent pour la première fois

POUR LES EXPOSANTS, LE SALON A LE MEILLEUR RAPPORT COÛT/EFFICACITÉ DE TOUS LES OUTILS DE PROMOTION



Marché des salons en France



210 000 stands



21 millions de visiteurs dont 710 000 visiteurs étrangers



90 000 emplois équivalent temps plein



5,8 milliards de retombées économiques pour la filière tourisme d'affaires (hôtellerie, transport...)