



American Express Meetings & Events lance son baromètre et annonce une hausse du nombre d'évènements professionnels pour 2012

Communiqué de presse, le 30 Novembre 2011 – La demande mondiale en meetings et événements en 2012 semble être à la hausse, selon une enquête récente réalisée auprès d'experts en réunions professionnelles (Meetings Planners, acheteurs et hôteliers). Parmi les Meetings Planners interrogés, 42% en Amérique du Nord, 50% en Amérique Latine, 51% en Europe et 57% en Asie constatent une augmentation de l'activité de leurs clients. Par ailleurs, 60% des fournisseurs d'évènements prévoient également une croissance du nombre de réunions. Selon l'*American Express Meetings & Events 2012 Meetings Forecast* publié aujourd'hui, compte tenu de la hausse tarifaire annoncée en termes de déplacements et de réunions professionnels, il est d'autant plus crucial pour les entreprises de se concentrer sur le bon équilibre entre rentabilité et impact d'un événement lors de la sélection d'un lieu.

« Dans de nombreux cas, les dépenses en meetings et événements sont un indicateur de la façon dont les entreprises communiquent avec leurs clients et prospects. Et à ce titre, organiser des réunions et des événements peut être un formidable levier de croissance et de développement clients pour les entreprises », a déclaré Issa Jouaneh, vice-président et directeur général d'American Express Meetings & Events. « Même dans un contexte économique incertain, les intervenants du secteur du MICE conservent un optimisme mesuré car ils constatent une augmentation de la demande de la part de leurs clients. Nous espérons que les tendances et prévisions de cette étude permettront aux professionnels du MICE ainsi qu'aux dirigeants d'être guidés afin de faire la meilleure utilisation de leurs investissements en meetings et événements. »

Profil mondial des réunions en 2012

Les déclarations des meetings planners et hôteliers interrogés à travers le monde mettent en lumière les caractéristiques générales des réunions de l'année prochaine que les entreprises peuvent utiliser pour obtenir un maximum de retour sur investissement. Notamment, les entreprises maintiennent les réunions et prévoient d'augmenter leurs budgets MICE, tandis que les dépenses pour des rencontres individuelles devraient diminuer ou rester stables par rapport à 2011. Selon l'enquête, un tiers (33%) des hôteliers interrogés s'attendent à une réduction des budgets pour les rencontres individuelles, tandis que seulement 7% s'attendent à une augmentation.

Tendances mondiales en 2012

- *Des évènements plus courts et avec moins de participants* : Le nombre de participants par réunion diminuera probablement (40%), de même que le nombre de jours (33%), selon les hôteliers interrogés. Le moteur de cette tendance est le besoin de « faire plus avec moins », les entreprises cherchant à organiser un plus grand nombre de réunions.
- *Des évènements plus proches* : les fournisseurs interrogés ont indiqué que les Meetings Planners souhaitent organiser des réunions plus proches géographiquement (53% de leurs clients demandent plus de réunions locales). Une exigence probablement liée à la volonté de maintenir des coûts bas pour les rencontres individuelles.
- *Des évènements aux agendas plus denses* : Constatant que leurs clients se concentrent plus que jamais sur le contenu des réunions, les hôteliers s'attendent à accueillir plus d'évènements de type incentive avec un focus business important (47% des clients prévoient de combiner meetings et incentives).
- *Des évènements plus « verts »* : les hôteliers ont noté que 47% des clients ont une exigence verte pour leurs événements. Les Meetings Planners ont corroboré cette tendance et 73% indiquent que leurs clients montrent un intérêt croissant dans le reporting des mesures environnementales. Cependant, ceci n'impacte pas encore les décisions.
- *La sélection du lieu*: L'étude révèle un détournement des réservations dans les lieux luxueux, à l'exception des réunions en Asie et en Amérique latine. Selon les fournisseurs, 40% constatent une légère hausse de la demande pour ces lieux.

« Comme les entreprises restent soucieuses des coûts, et ont également un besoin croissant de réunions, il est important pour les professionnels du MICE de chercher des façons d'optimiser les dépenses et assurer l'efficacité des événements », poursuit Issa Jouaneh. « Cependant, l'optimisation ne signifie pas seulement savoir où l'argent est dépensé, mais aussi quand le dépenser. Évaluer chaque opération et ses objectifs est essentiel à sa réussite et à l'obtention du meilleur retour sur investissement possible, et ce qu'il s'agisse d'une réunion interne virtuelle ou d'un événement client en face-à-face. »

Prévisions par région des tendances MICE pour l'année prochaine

Amérique du Nord

Le marché nord-américain du MICE a été relativement solide en 2011 et devrait croître en 2012, selon les résultats de l'enquête prévisionnelle de Maxvantage, alliance stratégique entre American Express Meetings & Events et Maritz Travel. Ce marché reste leader dans la recherche de nouveaux moyens pour optimiser les dépenses en meetings et événements et le retour sur expérience. Avec une augmentation attendue du nombre de meetings et événements, l'enquête indique que les entreprises sont soucieuses d'éviter toute opinion négative sur des dépenses excessives.

2012 Amérique du Nord – Photographie prévisionnelle Maxvantage

- Nombre d'événements prévus : 80% des entreprises interrogées prévoient d'augmenter ou de maintenir le nombre d'événements organisés.
- Nombre de participants par événement : 25% des entreprises interrogées comptent diminuer le nombre de participants, tandis que 45% envisagent de conserver à peu près le même nombre.
- Lieux d'événements : 71% des entreprises interrogées prévoient de réserver dans des grandes villes et capitales, 31% dans des villes secondaires, et 13% comptent alterner entre grandes villes et villes secondaires.
- Délais d'organisation : 62% des entreprises interrogées s'attendent à une réduction des délais dans l'organisation de leurs événements, tandis que 7% s'attendent à une augmentation.

Europe

Le marché européen des meetings et événements pourrait éprouver des difficultés de croissance l'an prochain, en raison des perspectives économiques incertaines. Malgré cela, les prévisions actuelles indiquent que l'univers du MICE est sur une trajectoire positive, reflétant les tendances mondiales.

2012 Europe - Photographie prévisionnelle

- Nombre d'événements prévus : 75% des entreprises interrogées s'attendent à la même quantité ou plus en nombre d'événements organisés.
- Nombre de participants par événement : 26% des entreprises interrogées prévoient de diminuer le nombre de participants, tandis que 53% comptent conserver le même nombre.
- Lieux d'événements : 62% des entreprises interrogées envisagent de réserver dans des grandes villes et capitales, 12% dans des villes secondaires, et 26% une alternance entre grandes villes et villes secondaires.
- Délais d'organisation : 43% des entreprises interrogées s'attendent à une réduction des délais dans l'organisation de leurs événements, tandis que 11% s'attendent à une augmentation.

Asie-Pacifique

Le marché du MICE dans la région Asie-Pacifique brise la tendance comparé à ce qui est attendu dans le reste du monde, principalement en raison de la solidité de l'économie locale. Contrairement aux autres marchés, la place des rencontres individuelles devrait croître et les études indiquent que les entreprises sont moins soucieuses d'éviter les lieux luxueux ou de limiter les dépenses.

2012 en Asie-Pacifique - Photographie prévisionnelle

- Nombre d'événements prévus : 87% des entreprises interrogées prévoient d'augmenter ou de maintenir le nombre d'événements organisés.
- Nombre de participants par événement : 2% des entreprises interrogées comptent diminuer le nombre de participants, tandis que 49% estiment garder à peu près le même nombre ; 43% prévoient effectivement une augmentation des participants par événement.
- Lieux d'événements : 62% des entreprises interrogées envisagent de réserver dans des grandes villes et capitales, 19% dans des villes secondaires, et 17% une alternance entre grandes villes et villes secondaires.
- Délais d'organisation : 26% des entreprises interrogées s'attendent à une réduction des délais dans l'organisation de leurs événements, tandis que 9% s'attendent à une augmentation.

Amérique Latine

Une croissance modérée est attendue pour le marché du MICE en Amérique Latine, et en particulier auprès des hôteliers qui observent un « boom » dans leurs demandes en événements dans des villes clés telles que Rio de Janeiro, Sao Paulo et Panama.

2012 en Amérique latine – Photographie prévisionnelle

- Nombre d'événements prévus : 61% des entreprises interrogées comptent augmenter ou maintenir le nombre d'événements organisés.
- Nombre de participants par événement : 32% des entreprises interrogées envisagent de diminuer le nombre de participants, tandis que 18% s'attendent à conserver à peu près le même.
- Lieux d'événements : 27% des entreprises interrogées prévoient de réserver dans des grandes villes et capitales, 37% dans des villes secondaires, et 6% une alternance entre grandes villes et villes secondaires.
- Délais d'organisation : 21% des entreprises interrogées s'attendent à une réduction des délais dans l'organisation de leurs événements, tandis que 18% s'attendent à une augmentation.



A propos du baromètre American Express Meetings & Events

L'American Express Meetings & Events Meetings Forecast identifie les principales activités du MICE et les tendances pour 2012 sur une base mondiale et régionale, pour aider les professionnels du MICE et les dirigeants à faire le meilleur usage de leurs investissements en Meetings & Events. Les informations utilisées pour élaborer cette enquête ont été recueillies par American Express Meetings & Events et Maxvantage (aux Etats-Unis et au Canada) auprès de leurs clients, près de 200 hôteliers et professionnels du MICE travaillant en Amérique du Nord, en Europe (France, Benelux, Allemagne, Scandinavie et Royaume-Uni), Asie-Pacifique et Amérique latine.

A propos d'American Express Meetings & Events

Rattaché à American Express Voyages d'Affaires, le département Meetings & Events est représenté dans plus de 50 pays à travers le monde. Présent depuis 40 ans aux Etats-Unis, il offre aux entreprises des solutions complètes dans l'organisation et la gestion d'événements professionnels à l'échelle locale, régionale ou encore internationale. American Express Meetings & Events dispose d'une expertise en gestion stratégique d'événements incluant – contrôle, visibilité et réduction des coûts – qui s'appuie notamment sur le réseau mondial et la puissance d'achat d'American Express Voyages d'Affaires ainsi que sur une équipe dédiée aux meetings de plus de 1000 personnes à travers le monde. A fin 2010, American Express Meetings & Events a réalisé près de 1000 événements pour le compte de ses clients français.

American Express

Béatrice Hervieu / Chrystelle Castellani

Tél : 01 47 77 35 45 / 30 31

comfr@aexp.com

www.americanexpress.fr/presse