



Communiqué de presse

American Express Meetings & Events annonce les résultats de son dernier baromètre et prévoit une stabilisation des activités MICE en 2014

Si l'activité en Amérique du Nord reste à l'équilibre, l'Europe, l'Amérique Centrale, l'Amérique du Sud et l'Asie risquent de connaître une baisse sensible des dépenses événementielles.

Les meeting planners tablent sur un retour aux réunions locales et régionales face aux restrictions budgétaires, aux circuits d'approbation plus durs et à une exigence encore plus forte d'efficacité et de retour sur investissement des rencontres professionnelles.

Paris, le 16 Octobre 2013 - Selon la dernière étude d'American Express Meetings & Events « 2014 Global Meetings Forecast », le marché mondial de l'événementiel devrait connaître une stagnation voire une légère diminution des dépenses MICE en 2014, et ce, après deux ans de budget restreint certes, mais de croissance de l'activité. Cette stabilisation s'expliquerait notamment par le développement de politiques MICE définies pour respecter les règles de l'entreprise et atteindre des objectifs stratégiques. Ainsi, quelle que soit la zone géographique, les organisateurs de réunions pourraient être encore confrontés à des défis budgétaires, alors qu'ils s'efforcent déjà de faire plus avec des budgets à l'identique ou en baisse, par rapport aux années précédentes.

En Europe, le nombre de meetings va ainsi se stabiliser. Les dépenses MICE et le nombre de participants par réunion subiraient une baisse de l'ordre d'1,8%. Deux exceptions à ces tendances toutefois avec le Royaume-Uni et l'Allemagne, deux destinations prisées, qui - croissance de ces deux pays oblige- devraient connaître une augmentation dans les trois catégories (dépense totale, nombre de participants, et nombre d'évènements).

« *Alors que les défis persistent, nous percevons de vrais signes de croissance dans certains marchés européens tels que le Royaume-Uni ou l'Allemagne – où nous constatons un optimisme dans tous les domaines du MICE. A l'exception de la France, les prévisions sont meilleures pour 2014 dans tous les pays européens,* » a déclaré Michael Schüller, Vice-Président Europe American Express Meetings & Events.

« *Les réunions internationales restent un véritable outil au service du développement de l'activité commerciale des entreprises. Et alors que les entreprises sont à la recherche de solutions leur permettant de rationaliser leur budget et le temps passé hors du bureau, la demande pour des meetings locaux est néanmoins sur le point de connaître une envolée,* » a conclu Michael Schüller.



En Amérique du Nord, près de la moitié des planners interrogés s'attendent à une légère croissance pour 2014 (+1,5% au total sur cette zone). Augmentation du nombre de participants également, car les entreprises cherchent à optimiser chaque événement et à en réduire le coût moyen par participant.

Après deux années d'augmentation, l'activité de la région Asie-Pacifique semble ralentir et devrait connaître une légère baisse du nombre d'événements (-1,2%). Une région Asie-Pacifique qui risque de rencontrer la plus forte baisse des dépenses par événement (-3,6%), et de s'orienter vers une plus grande maîtrise des dépenses. Les meetings planners de la région Asie-Pacifique anticipent également une baisse de 2,4% du nombre de participants.

En Amérique Centrale et en Amérique du Sud, le nombre de meetings devrait rester stable, et les dépenses MICE devraient diminuer de 1,4%, quand ces régions envisagent une légère augmentation du nombre de participants. Du fait de l'augmentation des taxes sur les importations en Argentine et de l'organisation de grands événements sportifs au Brésil, ces deux pays devraient privilégier plus particulièrement les réunions locales.

« À l'approche de 2014, les réunions et les événements vont probablement continuer à rester des critères clés pour les entreprises et leur permettre d'atteindre leurs objectifs commerciaux en communiquant de façon efficace avec leurs collaborateurs », a déclaré Issa Jouaneh, Vice-Président et Directeur Général, d'American Express Meetings & Events. « Dans un environnement où les budgets vont représenter un enjeu et les validations pour organiser des rencontres devenir de plus en plus difficiles à obtenir, les entreprises revoient leur stratégie MICE de façon à atteindre leurs objectifs, à augmenter l'efficacité et travailler sur le contrôle des coûts. Les meetings planners cherchent également à utiliser les médias sociaux pour réaliser des événements de qualité et suscitant davantage l'implication des participants afin de correspondre à leurs besoins. Avec cette nouvelle gestion de l'expérience et des dépenses événementielles intégrant le numérique, l'avenir s'annonce vraiment passionnant pour notre secteur, » a ajouté Issa Jouaneh.



Principales tendances par zone géographique

Prévisions	Amérique du Nord	Europe	Asie	Amérique Centrale/ Amérique du Sud
Nombre de Meetings	+1.5%	0.0%	(-1.2%)	0.0%
Nombre de participant par meeting	+0.6%	(-1.8%)	(-2.4%)	+0.6%
% de la dépense par entreprise	0.0%	(-1.8%)	(-3.6%)	(-1.4%)
Demande MICE par région	+2.3%	+2.4%	+4.0%	+0.6%
Lead Times	(-1.6%)	(-2.7%)	(-4.0%)	(-1.0%)
Top 5 Meetings Destinations	1. Orlando, FL 2. Chicago, IL 3. Las Vegas, NV 4. Atlanta, GA 5. San Diego, CA (Source: Cvent, 2013)	1. London 2. Paris 3. Barcelona 4. Amsterdam 5. Brussels	1. Shanghai 2. Singapore 3. Sydney 4. Hong Kong & Macau 5. Bangkok & Chiang Mai	1. Brazil/Rio de Janeiro 2. Riviera Maya/Cancun, Mexico 3. Cusco/Macchu Pichu/Lima, Peru 4. Cartagena de Indias, Colombia 5. San Jose, Costa Rica

Pour la deuxième année consécutive, Londres reste la destination privilégiée des meetings planners et Paris lui emboîte le pas. Barcelone, Amsterdam et Bruxelles figurent quant à elles dans le Top 5 du classement pour l'Europe.



Les principales tendances mondiales

Voici les principales tendances 2014 révélées par les planners d'American Express Meetings & Events.

- **Développer l'implication de l'audience ...** à travers les médias sociaux et les applications mobiles - Selon une étude de « Google's Our mobile planet », depuis 2012, le taux de pénétration des smartphones a augmenté de 10 points dans la plupart des grandes régions et l'utilisation quotidienne des réseaux sociaux via les smartphones est également en hausse. On sait d'ores et déjà qu'en 2014, on aura davantage recours aux médias sociaux pour organiser des réunions quelle que soit la région, puisque l'utilisation des appli et des réseaux va passer d'un mode essentiellement personnel à un usage professionnel. D'ailleurs, les meetings planners ont manifesté un réel intérêt pour les applications mobiles et ont même exprimé le désir d'apprendre comment utiliser au mieux ces applications pour leurs propres rencontres. [Avec la technologie pour développer des applications grand public spécifiques et dédiées aux meetings, les entreprises sont en train de choisir les outils et les fournisseurs appropriés pour leurs applications de réunions. Les planners sont fortement incités à utiliser les médias sociaux et des applications mobiles avant, pendant et après les réunions comme un moyen de communiquer et de connecter les participants entre eux, afin d'optimiser le temps consacré aux réunions, l'engagement des participants et plus généralement l'efficacité de la rencontre].
- **Contrôles budgétaires** pour une tendance aux réunions locales et régionales avec des enjeux budgétaires croissants, les meetings nationaux sont de mise pour l'année à venir, selon les meetings planners. Autre point prégnant : rester près de la maison tout en cherchant à organiser davantage de réunions dans la même zone géographique ou à proximité de ses propres sites. Conformité, coût et temps de déplacement expliquent aisément cette tendance, car les entreprises continueront probablement à chercher d'autres façons de contrôler les coûts et de réduire le temps passé hors du bureau.
- **Validation des meetings : un défi de plus en plus difficile à relever**, avec des process d'approbation de plus en plus complexes et plus rigoureux, et ce quelle que soit la région concernée. Principale raison invoquée, le temps passé à obtenir la fameuse validation. On s'achemine du reste vers des réunions génératrices de revenus et probablement plus tournées vers l'externe. Les cadres supérieurs doivent souvent approuver des réunions à partir d'un certain seuil budgétaire ou d'un nombre de participants limite, ce qui rallonge les circuits de validation et retarde d'autant leur approbation.
- **Les tarifs groupe** - incorporer des tarifs groupe dans un programme de réunions stratégique est une autre façon pour les meetings planners d'optimiser les coûts en



2014. Les tarifs groupe pour l'hôtel et l'air pour les événements devraient connaître une légère augmentation vs 2013. Comme les meetings planners sont plus aware de la flexibilité et des avantages que confèrent ces tarifs, il va sans dire qu'ils vont prendre une place déterminante dans l'organisation des événements.

- **Sites non- traditionnels** – Les meetings planners interrogés pour le baromètre Meetings & Events 2013 révélaient qu'ils envisageaient déjà de choisir des propriétés non traditionnelles telles que des universités et des aquariums comme lieux de rencontre. Les résultats de l'enquête 2014 confirment ces tendances en Europe et en Asie avec une augmentation de 2,5 % pour ces sites alternatifs. En Amérique du Nord le recours à des sites « hip et trendy » devrait connaître un engouement notamment pour l'organisation d'événements plus promotionnels.

Les conclusions du baromètre Meetings & Events sont fondées sur une large enquête menée auprès de professionnels de l'événementiel avec des meetings planners, des acheteurs et des hôteliers du monde entier.

À propos du baromètre American Express Meetings & Events

Cette étude identifie les principales tendances pour 2014 à l'échelle internationale et mondiale pour accompagner les professionnels et les cadres et les aider à orienter leur stratégie MICE et à optimiser leurs dépenses événementielles. De nombreuses sources ont été utilisées pour élaborer cette étude, incluant les propres données d'American Express, celles de ses partenaires et celles du secteur, les résultats du baromètre 2014 ainsi que des informations collectées lors d'entretiens avec des leaders du secteur. Ces informations ont été recueillies sur à partir des opérations de Meetings & Events dans le monde et sur la base des informations collectées auprès des clients américains de Maxvantage. Les entretiens avec les professionnels du secteur ont été menés aux Etats-Unis, au Canada, en Europe (France, Benelux, Allemagne, pays nordiques, Espagne et Royaume-Uni), en Asie-Pacifique, en Amérique Centrale et en Amérique du Sud (Mexique inclus). L'étude a également pris en compte les résultats d'une enquête et des interviews réalisées auprès des principaux fournisseurs en matière de MICE.

À propos d'American Express Meetings & Events

Rattaché à American Express Voyages d'Affaires, le département Meetings & Events existe depuis plus de 40 ans et il est représenté dans plus de 50 pays à travers le monde. Présent depuis plus de 10 ans en France, il offre aux entreprises des solutions complètes dans l'organisation et la gestion d'événements professionnels. American Express Meetings & Events dispose d'une expertise en organisation et en gestion stratégique d'événements (sourcing, planning, négociation de contrat, budget, gestion des dépenses, reporting et benchmark, conseil et intégration technologique)– une approche end to end apportant 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. A fin 2012, American Express Meetings & Events a réalisé plus de 2200 événements pour le compte de ses clients français.