

Market situation: France.

[MySwitzerland.com/meetings](https://myswitzerland.com/meetings)

Created by: Franziska Luthi
Created on: 06/09/2019

1 MARKET SITUATION AND OUTLOOK.

1.1 Economic situation

France is number 7 of the world's largest economic powers. The country's economy seems to resist better than Germany to the recent worldwide economic slow-down. During the first 2 quarters of 2019 the growth has continued but not as strong as in 2018. The GDP rose by 0.6 % within the first 2 quarters of the year and the forecasts expect it to continue on this pace. France is less dependent on exportations and can rely on internal growth thanks to consumers consumption eg.

In fact, the "gilet jaune" movement brought more purchasing power to some households and helped maintain a good level of consumers consumption.

Unemployment rate has again decreased and was measured at 8,5% at the end of august 2019 which is the lowest level since 2009 !

There is of course an uncertainty concerning the Brexit and its impact on European economy. The upcoming months will be decisive. One of the negative side effects are already the high level of CHF since this summer, due to the fact that our money is always seen as a safe investment...

(Source: Insee)

1.2 Situation of the Meeting Industry & Trends.

The yearly updated study "**barometer Coach Omnium**" said that spending of Meetings Industry in 2018 was stable. It seems that corporate clients in France acknowledge the positive impact of gathering their public in real life. There are a lot of small meetings (more than 50% of all meetings gather <50 pax) which take place in France or even inhouse (40%, especially the shorter one's). 25% gather more than 300 pax. Even though meetings are very short, the activity part is again an important one. 72% of organized events include also this social part which must be mostly fun, gaming or include sports.

The venue search is done via internet. Mice (paper) guides are only used by 24% of organizers nowadays, whereas 6-7 years back they were used by 60% of these organizers. The clients prefer to contact the suppliers directly. This shift is mainly due to new technology but probably also to the arrival of the next generation of meeting organizers.

Digitalization

The fear that digitalization and virtual events would kill the Meetings Industry is definitely gone; but it is also proven that an interaction between both worlds (the digital and the physical one) is needed to fully explore the potential of events. **Digitalization in the event industry** is still a

Market situation France. 2019

huge subject. It affects the agencies of course and it also has a tremendous impact on you as suppliers:

- **Venues must enable the use of technology**, with high-speed internet and secured wifi.
- **Internet** being definitely **the key tool for Venue search**, a good **multi-lingual** Internet presence, with up-to-date **pictures** or **movies** is a must if hotels or venues want to attract international guests.
- Clients cross-check **online recommendations** of hotels on tools like TripAdvisor, Booking etc. Bad rates or comments may prevent them from sending an RFP
- (...)

The Meetings & Events Industry in France in 2018

France has always been an industry with a lot of actors, from small to very big agencies. New technologies and digitalization have accelerated some changes within the industry and also brought new actors to the table.

- In order to survive and gain some profit margins, **Communication Agencies** or **Event Agencies** tend to integrate added value such as content strategy, social media management, tech tools for conferences etc. They need to be able to offer a 360° service to their (big) corporate clients with a strong procurement or to specialize themselves in the luxury segment or pharma industry.
There were again some merges of agencies in the last 11 months. Hopscotch integrated Vivacom, Babel integrated Chaikana...
- **Global business travel player** like American Express M&E (who absorbed Banks Sadler last year) or CWT M&E attract clients with their purchasing power and reporting tools.
- **Big hotel chains** like AccorHotels M&E have a specialized sales force and dedicated offers and tend to work directly with the corporate clients..
- The number of **Venue Finders and freelancers** has **increased** during the last couple of years. Even though it is quite easy for any meeting organizer to find information on the internet about hotels and venues, the fact that these actors do the sourcing job without any cost to the client is making them very successful. Don't underestimate their power.
- A big number of **reservation platforms** - mainly for smaller meetings without much added value - try to get some business as well. MYevent, YEMP, BizMeeting, Bird Office, 1001Salles (...). Their offer is mainly in France, but some of them are also integrating venues from Europe.
There are **new projects** in the pipeline of **big hotels chains** who collaborate in order to create a booking machine for meetings in their properties.

The growing importance of CSR in events through ISO 20121

Green Evenement an important actor in France for pushing the Meeting Industry into CSR is at the origin of the creation of ISO Certification 20121.

After years of talking about green meetings, 2019 shows finally an acceleration of real awareness and acting.

LEVENEMENT, the French association of event agencies, has decided that all their members should be certified ISO20121. It seems that the awareness comes in the first place from the young employees (age 20-35) who want to be more responsible and sustainable and who don't bear to create events with so much waste (food waste, carpets, print material etc.) and are looking for ways to reduce and to recycle whenever possible. We are all responsible for the health of planet earth.

France has the biggest number of ISO 20121 certified suppliers or events and will expand its number in the upcoming months. The French government has been enrolled in this process as well.

We highly recommend to all actors in the Swiss Meeting Industry who want to show their commitment towards CSR to look into this label.

Main decision factors for booking an event are:

- **Accessibility.** Destinations with an airport or very close to an airport have a big advantage over others
- **Prize.** More and more corporate clients have **procurement policies** also for meetings. Tough negotiations between corporate clients and agencies/suppliers are the rule.
- **Content.** To get participants (to a congress/fair etc.) or to satisfy participants (for internal events), the content of the event has to make sense and to meet the participants' expectations or needs.
Market your destination with information about startups or companies that can be visited, special/unique experiences only possible in your destination or speakers you could suggest. It helps in sourcing process.
- **Unusual meeting formats** or **meeting rooms.** A trend to explore. Meetings need to be different to be memorable...

1.3 RFP situation in “France”

After a growth of number of RFPs for 2 years in a row, 2019 seems similar to 2018. March, April and July were the busiest months, but the requests come in quite regularly this year. The conversion rate is very satisfying so far as well.

Unfortunately the pressure on the budget doesn't always allow us to send an offer or to win the bid, as Switzerland is too expensive compared to the Euro-countries ... especially Spain and Portugal (France's number 2 and 3 destination after their own home country), but quite often we also don't find availabilities.

We get usually a **wide range of RFP's** - every size, every season and destination. The effect of the trend to reduced length of stay disadvantages clearly destinations with longer transfer times though.

The majority of confirmed groups in 2019 goes to cities like Geneva, Zurich or Lausanne/Monteux and **are small groups (<100)**. It seems that Switzerland is still particularly interesting for that size of Meetings out of France.

Most RFP's are not just simple RFP's for hotels anymore, but need specific themes or topics to be fulfilled in the destination (visits, activities etc).

To tease the client and to make a difference on the global Meetings Market, marketing with USP's (be it a particular destination, a special hotel concept or a unique incentive activity) is crucial !

2 TARGETS.

- Continue generating awareness for Switzerland and position our country as unusual, surprising, original, authentic and close living the claim “Switzerland Meet on a higher level” with conviction and passion.
- Presence on-line and off-line through KMM and participation in Meeting Industry Associations
- Keep our strong market presence and our quality approach towards buyers (agencies, corporates and Venue Finders) of the Meetings sector in France.
- Strong inbound marketing strategy, through online content production and placement and presence on Social Media (LinkedIn, Twitter, Slideshare etc)
- Permanent update and enrichment of our client database.
- Explore deeper into the Association Market by evaluating association meetings leads

3 CURRENT DATABASE SITUATION.

Kind	Contacts
Agencies	1814
Corporates	1306
Association	125
Media	24

4 DETAILED MARKETING ACTIVITIES.

Further details of past, present and future marketing activities can be found on www.stnet, which can be accessed by using your personal username and password.

FRANCE

01/01/2020 – 31/12/2020	e-mail news dédiée destination Edition spéciale d'e-news dédiée à une destination, envoyée à environ 2400 contacts de notre DB. 4-5 sujets par newsletter. Possibilité de combiner avec un webinaire	Comments Vous fournissez le contenu (texte et image). Nous mettons à disposition nos adresses qualifiées et nous nous occupons de la mise en page, du routage. Reporting (taux d'ouverture, taux de clics ...)	Cost CHF 500 Préparation contenu avec image possibilité pour une destination de cumuler avec un webinaire et de bénéficier d'un prix special pour les deux (800 CHF)
01/01/2020 – 31/12/2020	Content Marketing Dans une stratégie de Inbound Marketing, nous publions du contenu intéressant francophone pour un public MICE sur notre page "marque" www.news.suisse-conventionbureau.com . Contenu est relayé à travers nos canaux de réseaux sociaux pro (Linkedin, Twitter, facebook) y compris ambassadeurs But: développement de notre image professionnelle , génération de contacts + de leads	Comments	Cost CHF 0 Open to Subpartner nous donner des contacts de clients qui ont fait un séminaire chez vous afin de pouvoir recueillir leur témoignage et le publier sur le blog
01/01/2020 – 31/12/2020	E-Marketing: "content placement" destinations via Outbrain ou similaire Campagne au clic pour diffuser plus largement le contenu Mice (en français) de vos sites internet respectifs à un public français et générer ainsi plus de traffic. Campagne au clic. Le contenu est diffusé (sous forme de recommandation) sur des sites premium, tel que Orange Actu, TF1 news, 20minutes.fr, Le Parisien, La Tribune, Libération, Europe1 etc.	Comments C'est à vous de décider le montant du budget que vous voulez consacrer à la diffusion de votre contenu. Min. 2000 € est conseillé. Les coûts au clic varient entre 0,20€ et 0,80€ selon le dispositif	Cost CHF 2'000 Vous nous indiquez les URLs de votre site web à diffuser. Vous définissez la durée de la campagne et le budget
01/01/2020 – 31/12/2020	Webinaires MICE Nous continuons d'organiser des webinaires 5-6 fois par an, le 2ème mardi du mois. Séquences de 15-20 minutes pendant lesquelles nous présenterons soit une destination, soit un nouvel hôtel, soit une thématique ou problématique d'un organisateur d'événement. Les présentations sont accessibles par la suite sur le compte slideshare du Convention Bureau. Planning et follow-up également communiqué sur le site internet et via réseaux sociaux.	Comments Courte présentation destination ou nouvel hôtel/centre de congrès ou nouveau concept activité par nos partenaires destinations / hôtels / agences à des clients connectés à distance. Génération de 20-60 leads, intéressés par la destination ou la thématique. Visibilité avant et après sur les réseaux sociaux (twitter, linkedin, Slideshare.net) et sur MySwitzerland.com/webinaire	Cost CHF 500 présentation offre destination/produit (nouvel) hotel etc "en direct de ..." possibilité pour une destination de cumuler avec une e-news dédié et de bénéficier d'un prix special pour les deux (800 CHF)
01/01/2020 – 31/12/2020	Eductours Voyages d'étude mettant en avant une thématique, nouveauté etc. • soit en collaboration avec une agence qui invite des clients Destination choisie en accord avec agence (potentiel clients) • soit avec des agences de notre database • intégration d'un journaliste Partenaires peuvent nous solliciter pour accueillir un groupe Nous prévoyons 2-3 voyages. Nous souhaitons intégrer une approche thématique de la destination pour un meilleur ROI	Comments Pour un bon résultat et ROI, il est bien de présenter des nouveautés ou de prévoir un programme sur une thématique. SCIB sélectionne les clients à inviter. Formule 2-3 jours sur un week-end. SCIB s'occupe également du transport. Accompagnement et suivi	Cost CHF 0 "Landarrangement" doit être pris en charge par la destination.

28/01/2020 – 30/01/2020	Roadshow Paris-Nice-Lyon avec Partance	Comments	Cost CHF
	Partance est détenteur d'un carnet d'adresse de clients Mice et propose différents événements pour les rencontrer. Nous allons participer à un roadshow pour visiter des agences Mice dans 2 villes de Province. et à Paris 3 déjeuners avec 10-15 personnes. Présentation destination environ 10' pendant le déjeuner assis. Présence de 4-6 prestataires	Si vous êtes intéressé à aller également à Lyon et Nice, contactez-nous pour voir si c'est encore possible. La participation pour les 3 déjeuners s'élève à 3500 CHF (hors frais de déplacement)	1'700 Nous proposons à 1-2 destinations de représenter la Suisse sur le déjeuner à Paris (28 janvier) seulement.
01/02/2020 – 08/12/2020	Business lunch à Paris avec Partance	Comments	Cost CHF
	Partance est détenteur d'un carnet d'adresse de clients Mice et propose différents événements pour les rencontrer. Ils proposent plusieurs dates pendant l'année, soit réservées aux agences Mice, soit aux corpos. déjeuners avec 10-15 personnes. Présentation destination environ 10' pendant le cocktail déjeunatoire. Présence de 4-6 prestataires	SCIB participera au déjeuner avec clients corpos le 7 avril	1'800 Open to Subpartner Rencontre networking avec courte présentation pendant cocktail déjeunatoire avec 10-15 clients
03/03/2020 – 01/12/2020	Business lunch associations à Paris avec Partance	Comments	Cost CHF
	Partance organise un déjeuner présentation sous forme de déjeuner assis à Paris. 3 dates dédiées aux associations (15 clients). 4-5 prestataires présentent leur offre à tous pendant 10 minutes pendant le repas. Networking pendant l'apéritif en attendant que tout le monde soit arrivé. Dates: 3 mars / 15 septembre / 1er décembre	Possibilité de participer soit en tant que destination ou centre de congrès seul; dans ce cas, le tarif de participation est de 1900 CHF. Si 4-5 destinations/centres de congrès suisses sont intéressés, nous pouvons avoir notre événement exclusif suisse. Dans ce cas le tarif s'élève à 6400 CHF pour l'ensemble	1'900 Open to Subpartner Networking et présentation offre pendant 10 min à table
12/03/2020 – 12/03/2020	Pure Meetings & Events International, Paris	Comments	Cost CHF
	Plate-forme BtoB sur 1 journée, destinée aux organisateurs de séminaires francophones (français, belges, suisses) cherchant des destinations étrangères et des prestataires (OT, DMC, hôtels, lieux événementiels). Initiateur: Georges Freiha; 2020 sera la 4 ^e édition. Conférences, présentations, rendez-vous. 1 exposant pour 5 visiteurs. Entre 500 visiteurs attendus	Volonté du salon de présenter de nouveaux acteurs (exposants) aux acheteurs chaque année. Système de rdv, mais aussi des visiteurs libres. Tarif 2900 CHF ou en table partagée 2080 CHF; supplément 120 CHF imposé pour restauration pendant la journée	2'900 Open to Subpartner 1 table pendant toute la journée (9h) pour accueillir clients en rdv. Accès au profil de tous les acheteurs pour prise de rdv. Inscription hôtels ou agence réceptive sans la destination possible
20/04/2020 – 22/04/2020	Heavent Meetings, Cannes	Comments	Cost CHF
	Événement BtoB au Salon des Festivals de Cannes. Un rdv phare pour le secteur Mice en France. Des hosted buyers - surtout parisiens, mais également de Province - (agences MICE + corpo) et quelques hosted buyers internationaux sont invités pour 2j de rdv + des conférences. 3 opportunités de networking en soirée, dont la soirée de remise "Heavent Awards". Participation sous forme de stand avec agenda rdv + possibilité de déjeuner privatif assis avec des clients.	Malgré la cherté du salon, ça reste la plate-forme la plus qualitative en France.	11'000 1 table avec un agenda rdv (partagé ou pas) avec min 7 rdv/jour et déjeuner avec min 6 clients/jour (9 pour notre participation en 2017). 3 soirées de networking garanties. Plus visiteurs libres. Une destination peut venir avec 1-2 prestataires locaux pour diminuer/partager les coûts. Min. 5500 CHF si agenda partagé, sinon 11'000 CHF. 12 rdv déjeuner inclus.

01/07/2020 – 30/09/2020	Apéritif présentation	Comments	Cost CHF
	Afin de multiplier les possibilités pour nos clients et prospects de nous rencontrer sans leur prendre trop de leur temps précieux, nous leur proposons 2-3 rendez-vous conviviaux sur notre terrasse (endroit central à Paris) pour un afterwork. Apéritif avec vins suisses et présentation informelle de notre offre séminaire. Format "open house" vient qui peut, nous serons de toute façon là.	- Invitations last minute, car dépendant de la météo. - Entre 10 et 20 clients par événements	700
			Open to Subpartner Networking lors d'un apéritif afterwork. Tarif + TVA. Participation pour un hôtel sans la destination possible. Maximum 2 partenaires.
01/10/2020 – 20/10/2020	Networking Event pour agences + court workshop agences/corpo	Comments	Cost CHF
	Organisation d'une soirée Networking avec une compétition ludique pour agences "MICE" qui constituent une équipe de 4-5 personnes. Maximum 10 équipes admises. 1-2 équipes par destination suisse 8è Suisse Cocktail-Mix Challenge Événement sera relayé/parrainé par un magazine spécialisé MICE. 1er prix: un voyage en Suisse à gagner. La compétition ludique est précédée d'un workshop ouvert à tous (agences & corpo)	Présentation des destinations participantes d'une manière originale. Possibilité de Networking avec 40-50 clients agence dans une ambiance détendue. Opportunité supplémentaire de rencontrer d'autres clients lors d'un court workshop avant l'événement	1'900
			"Elevator Pitch" destination, coaching 1-2 équipes agences;Networking avec tous les clients (40-50) présents. En 1ère partie de la soirée: workshop agences+corpos Tarif + TVA. Une destination peut se faire représenter par un hôtel Nous cherchons aussi un barman d'un hôtel suisse pour l'initiation à la mixologie (intervention en français). Nous contacter pour modalités de participation
21/12/2020 – 21/12/2020	Afterwork de Noël avec Curling & Fondue	Comments	Cost CHF
	Organisation d'un Afterwork de Noël sur notre terrasse. Nous proposons une initiation au Curling sur une piste de glace artificielle. Côté restauration nous prévoyons une fondue au fromage, du vin chaud et d'autres spécialités culinaires suisses.	Participation limitée à max. 3 partenaires. Priorité aux destinations, mais participation d'un prestataire local (hotel, etc.) possible également si <3 destinations inscrites (dans ce cas, tarif 1200 CHF)	900
			Rencontre networking avec environ 50 clients. Présentation destination lors d'un pitch de 3-5'
01/01/2020 – 31/12/2020	Publi-reportage destination dans Voyages & Stratégies	Comments	Cost CHF
	V&S est un des magazines Mice les plus anciens, connus et lus du marché. Diffusé 5 fois par an à 10500 contacts en France. Lecteurs: Chefs de projet et directeurs en agences événementielles et incentive / Directions de la communication, marketing, commerciale / Meeting planners en entreprises. Publication d'un publi-reportage pleine page sur votre destination, écrit par un journaliste du magazine. Contenu sera également inclus sur le site internet du magazine	Vous fournissez les informations et photos pour la rédaction d'un publi-redactionnel destination pleine page A4 rédigée par un journaliste après rendez-vous téléphonique	3'100
			Open to Subpartner Fournir informations et photos pour la rédaction d'un publi-redactionnel destination pleine page A4 rédigée par un journaliste. Coût inclut la rédaction, publication et diffusion du publi-reportage print + intégration sur site internet