

Une année dans la peau

d'un-e organisateur-trice d'événements :

salons, foires et congrès

Les événements organisés

70%

Organisent
1 à 5
événements

88%

Accueillent
300 à 800
exposant-es

86%

Reçoivent
< 50 000
visiteurs



Le top 5 des secteurs représentés

14% Habitat - Immobilier - BTP

14% Alimentation - Hôtellerie - Gastronomie - Vin

12% Art - Culture - Collection

10% Santé - Bien-être - Seniors

10% Loisirs - Sport - Tourisme



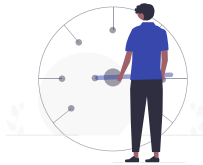
Les équipes organisatrices



88%

sont entre 1 à 10
collaborateurs-trices

Les logiciels les plus utilisés



Les périodes de rush

1er trimestre
janvier à mars

2ème trimestre
avril à juin

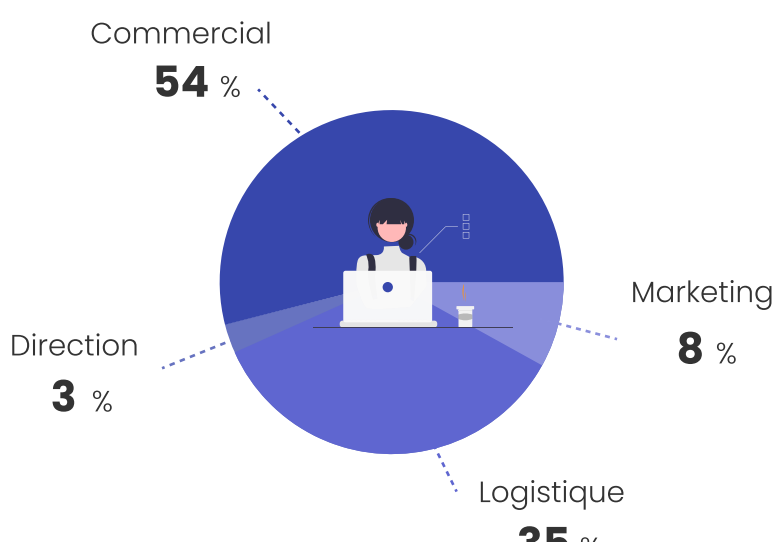
3ème trimestre
juin à août

4ème trimestre
septembre à décembre



Les équipes sont sous pression généralement
entre **septembre et mars**.

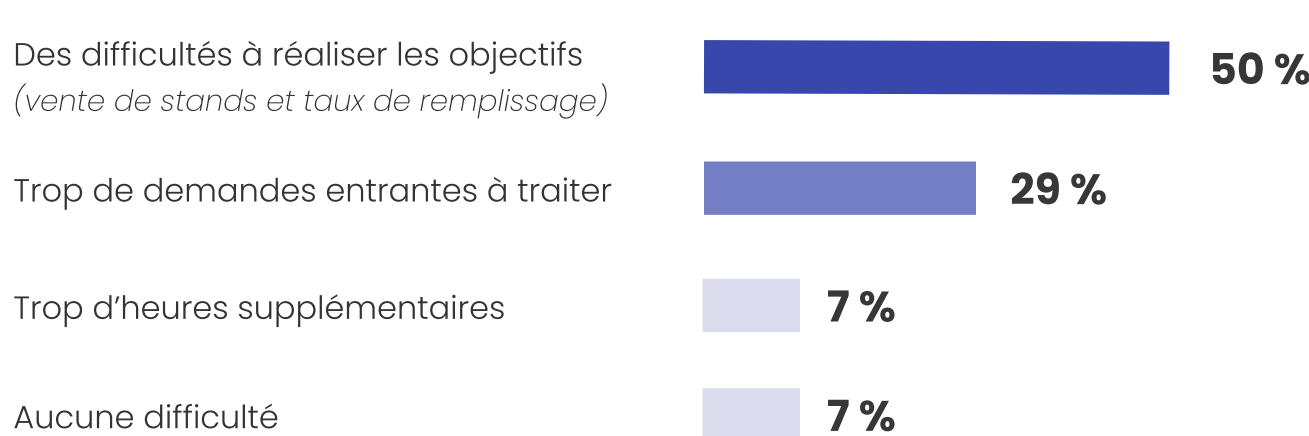
Cela concerne en majorité



3/4

de ces organisateurs-trices considèrent que cette
période de rush **les impacte fortement**.

Pour les commerciaux, cela engendre...



Côté logistique, c'est surtout lié...

À l'**installation générale** du salon pour **67 %**

et pour **11%** de ces organisateurs-trices, c'est aussi lié

-> Aux prestataires

-> Aux dates

-> Au volume de visiteurs

Quant au marketing et à la Direction



La problématique principale des
équipes marketing concerne
l'ensemble des **communications avec**
les exposant-es et visiteur-es.



Pour la **Direction**, la problématique
sera surtout liée à l'impact sur la
disponibilité et à la **trésorerie de**
l'entreprise.