

Exemple de contribution pour donner une nouvelle place au Tourisme d'affaires dans le Schéma touristique d'une Collectivité territoriale. Pour conduire une politique innovante et performante de Foires, Salons, Congrès et Evénements

au service du développement du Tourisme et
des politiques territoriales économique, de
Recherche et d'Innovation, d'Aménagement
du territoire, de l'Agriculture, des Industries
créatives et culturelles, des Relations
internationales

Rédacteur : Marc Halpert, Nundinotopia, Livre blanc sur la
Recherche et l'Innovation dans les Foires, Salons et Congrès,
marc.halpert@dbmail.com, 06 41 54 05 21

SOMMAIRE

Résumé, p. 2

- A. Contexte : Une situation ouverte où tout peut encore s'inventer en matière de politique territoriale de Foires, Salons, Congrès et Evénements, p.3
- B. Enjeu du TEMPS PUBLIC et proposition, p.4
- C. Une base nécessaire : prendre conscience des forces du Territoire X, construire son expertise territoriale, p. 5
- D. Avant le tourisme, se placer d'abord dans la Société de la Connaissance : commencer par la Recherche et l'Innovation, priorité reconnue du Territoire X, p.6
- E. S'inclure dans le TOURISME. La logique utile de Destination malgré une filière encore atomisée, p.8
- F. Tenter l'international, p.9
- G. Evénements de la culture et Culture de l'événement : le pli touristique, p.11
- H. Le numérique interrogé par l'événement : les Millennials, le Territoire X conversationnel, la territorialisation du numérique par l'événement, p.12
- I. La nécessaire question de l'environnement, p.13

Conclusions, p.14

Résumé

Notre proposition a pour objectif d'attirer l'attention sur le rôle-clef des Foires, Salons, Congrès et Evénements (FSCE) à l'échelle du Territoire X et de contribuer à la **définition d'une Politique innovante et performante des FSCE dans le Schéma territorial du Tourisme.**

L'activité FSCE, élément-clef du Tourisme d'affaires, fait rarement l'objet de politique territoriale claire. **L'intégrer solidement dans le Schéma touristique sera une véritable originalité et marque de positionnement.**

Pour les Etats, les Régions, les Villes et Territoires, le défi à venir sera de plus en plus celui de l'invention et de la conquête du TEMPS PUBLIC. **Notre proposition s'inscrit dans cet horizon de construire le TERRITOIRE-TEMPS du Territoire X.**

Au-delà de cette singularité possible, l'activité FSCE est en pleine croissance mondiale, au nœud des problématiques de compétitivité et d'attractivité territoriale. **Elle est à la fois DANS le Tourisme et AU-DELA, au service de champs d'activité tiers. Elle enrichit et étend les puissances du Tourisme.**

Les principaux points de notre contribution :

1. **Prendre conscience des forces du Territoire X dans les FSCE, construire son expertise** : identifier les investissements menés par le Territoire X ; évaluer les événements comme mode de structuration du territoire ; se réarticuler dans le temps long des pratiques ; mesurer les retombées économiques, mais aussi symboliques, sociétales et structurantes pour les filières.
2. **Commencer par la Recherche et l'Innovation, priorité du Territoire X** : définition d'une politique territoriale des Congrès pour la Recherche ; encourager les dispositifs FSCE comme base de valorisation de la Recherche ; Développement de Living labs et de dispositifs de recueil de données ; structuration d'un savoir pluridisciplinaire, d'une R&D FSCE.
3. **S'inclure dans le tourisme avec une logique utile de DESTINATION.** Dans un premier temps résister à la tentation d'une marque type « Territoire X Events » pour encourager d'abord la configuration de l'activité FSCE sur le territoire : se donner une ambition de territoire européen des FSCE ; définir des dispositifs d'événements prioritaires ; développer des projets-clefs d'accueil des « touristes d'affaires » ; renforcer la sécurité ; créer des proximités (type cluster, événement-cluster) au sein de la filière événement ; organiser un réseau d'Ambassadeurs porteurs de projets ; se placer comme force de proposition à l'échelle nationale et européenne ; créer un « réseau des territoires d'événements » ; optimiser les ponts avec le tourisme de loisirs.
4. **Tenter l'International.** Les FSCE créent des « territoires nomades du Territoire X » à l'étranger. Il s'agit d'encourager la présence du Territoire X sur les salons et congrès étrangers. Des pistes pourront être dessinées : cartographie du « soft power », accompagnement des entreprises locales de la filière événement et encouragement de l'organisation/duplication de manifestations à l'international. Il existe une opportunité particulière avec le Territoire étranger Y, jumelé avec le Territoire X, grand acteur de Foires, Salons et Congrès.
5. **Le Territoire X peut être ce Territoire touristique qui sera reconnue pour sa Culture de l'événement et ses Evénements culturels** : mettre en série les événements à vocation culturelle, encourager une culture de l'événement (réflexe d'utiliser les dispositifs événements), politique de soutien des événements culturels, valorisation des pratiques des professionnels de l'événement, positionnement pour des lignes éditoriales fortes, valorisation des réseaux de Foires, Marchés et Fêtes foraines.
6. **Interroger le numérique à l'aune de l'événement.** Intégrer les pratiques des Millénnaux dans la fabrication des événements, développer une « politique conversationnelle », utiliser l'événement comme facteur de territorialisation du numérique
7. **Poser la nécessaire question de l'environnement au cœur des enjeux du Tourisme et de sa croissance exponentielle.** Le leadership dans le Tourisme passe par la capacité à créer des événements sur les enjeux environnementaux du tourisme. Imaginons que le Territoire X réponde à la complexité de ces enjeux avec un événement d'envergure internationale, intégrable par exemple dans les démarches de l'ONU sur le Tourisme.

A.

Contexte : Une situation ouverte où tout peut encore s'inventer en matière de politique territoriale de Foires, Salons, Congrès et Evénements

Transformation. L'Industrie des rencontres professionnelles (Evénements) est en pleine transformation et en forte croissance, ancrée dans les enjeux de la modernité (société de la connaissance, Internationalisation, croissance démographique, urbanisation et compétition des territoires...). L'Europe est le continent leader mondial des Foires, Salons, Congrès et Evénements sur son territoire et dans le monde. La France est un acteur-clef de ce leadership et se structure plus clairement dans cette activité depuis 10 ans¹. L'activité « événement » concentrée en Ile-de-France se déplacera hors capitale. *Le Territoire X peut être Territoire leader de l'Evénement en France et une des grands territoires européens dans ce domaine.*

Mystère et paradoxe. L'activité des Foires, Salons, Congrès et Evénements explose depuis l'après-guerre, est en pleine croissance dans le monde entier et dans tous les secteurs de l'activité humaine (Economie, Science, Culture, Société, Territoire et Urbanisme) et, en même temps, ne fait l'objet que de très peu de théorisation et de recherche ou de présence dans l'univers fictionnelle (littérature, cinéma).

Voie libre. Il n'existe pas en France de Politique de Foires, Salons, Congrès et Evénements fortes, ni d'inclusions claires des dispositifs Foires, Salons, Congrès et Evénements dans les politiques économiques, d'Aménagement du territoire, de l'Agriculture, de Recherche et d'Innovation, des Industries créatives et de la Culture, des Relations internationales.

Leadership possible. Le Territoire X² peut être un des territoires européens les plus avancés pour définir une politique forte de Foires, Salons et Congrès, avec une vision stratégique ample, au sein du périmètre touristique et au-delà dans les domaines stratégiques majeurs de l'action publique.

¹ CHARIE Jean-Paul, *Foires, salons, congrès : pour que la France rime avec croissance*, Rapport d'information de la commission des affaires économiques, Assemblée nationale, février 2006 + PLASAIT Bernard, *Le tourisme d'affaires : un atout majeur pour l'économie*, Rapport pour le Conseil économique et social, juin 2007.

² Il serait possible de dire que la Région Ile-de-France a fait cet exercice (Rapport MARGOT-DUCLOT 2005*). Elle rassemble 2/3 de l'activité française en ce domaine. Toutefois, tout comme à l'échelle de l'Etat français l'inclusion claire dans les politiques hors touristiques ne semble pas si visibles. *MARGOT-DUCLOT Jean-Luc, *Rapport de mission sur le Tourisme d'Affaires*, remis au Président de la Région d'Ile-de-France J.P. Huchon, 2005, au fond la première initiative de synthèse sur les enjeux de la filière qui a inspiré les rapports suivants.

B.

Enjeu du TEMPS PUBLIC et proposition

La notion d'événements et d'actualités envahissent nos discours et nos perceptions. Notre modernité est une époque où le temps sort des repères institués.

Même si cela peut paraître abstrait, nous partons donc de l'hypothèse que nous sommes entrés dans **L'ERE DE L'INVENTION ET DE LA CONQUÊTE DU TEMPS PUBLIC**, au-delà de l'espace public et du territoire.

C'est pour cette raison que l'activité des Foires, Salons, Congrès et Evénements est exactement au cœur des enjeux des territoires et de leur compétitivité.

- Le TEMPS PUBLIC n'est pas nouveau. Il est lié à l'ESPACE PUBLIC. Simplement il devient aujourd'hui un enjeu plus clair de construction de la vie des territoires et des citoyens, de décisions des acteurs d'un territoire.
- LE TEMPS PUBLIC, c'est de la ville, de la campagne, du territoire (Braudel disait à propos des Foires, des « villes éphémères »).
- Le TEMPS PUBLIC est un TEMPS qui permet les RENCONTRES. Ils offrent des modes d'HABITATION DU TEMPS pour les individus et les collectifs, des modes d'être-là.
- Le TEMPS PUBLIC permet des fictions, des croyances, des fantasmes.
- Le TEMPS PUBLIC est fait de productions multiples de temporalités, avec leurs durées variables, leurs rythmes, des passages de l'une à l'autre, des ensembles temporels possibles, des bifurcations, etc... Il peut libérer des impératifs d'urgence, être lenteur.
- Ce TEMPS PUBLIC est un TEMPS PUBLIC DE LIBERTES. Il est organisé, institué pour être partageable par tous. Il sert les libertés d'entreprendre, de commerce, de mobilité, d'expression et plus globalement les libertés des citoyens. Les Pouvoirs publics contribuent à la production et à la protection de ce TEMPS PUBLIC, tout comme ils le font de manière plus explicite et instituée pour l'ESPACE PUBLIC.
- Le TEMPS PUBLIC comme l'ESPACE PUBLIC prend des figures territoriales, des formes singulières, des temps de différences. Il existe bien des TEMPS PUBLICS, comme des espaces publics. Comme pour les espaces publics, il existe un enjeu de vies pour les « habitants » de ces temps. De la même manière que se pose la question des « NON-LIEUX », indifférents aux vies et aux singularités, il existe la question du « NON-TEMPS » où la vie ne dure pas.
- De manière pragmatique : pas de développement économique sans TEMPS PUBLIC.
- Chaque territoire, chaque Région, chaque Etat, chaque Union d'Etats ou de territoires a cet enjeu de construction de son TERRITOIRE-TEMPS.

Enjeu : Construire le TERRITOIRE-TEMPS du Territoire X MAINTENANT ET DEMAIN comme levier essentiel de sa compétitivité interterritoriale européenne et mondiale, au service de ses filières, champs d'activités et populations.

Proposition

Avec l'ambition et la vision d'une construction du TERRITOIRE-TEMPS du Territoire X, contribuer à énoncer au cœur du Schéma Territorial du Tourisme une politique innovante et performante en France clairement dédiée à l'activité Foires, Salons, Congrès, Evénements et placer cette activité parmi les priorités de la stratégie globale du Territoire X.

- **Attirer de loin.** Cette politique sera un levier pour le Tourisme territorial et servira plus globalement le développement et l'attractivité du Territoire X aux échelles nationale, européenne et mondiale.
- **Construire des ponts avec l'économie, la recherche, la culture, l'international.** Elle aura la particularité de créer des ponts et de permettre des articulations, au-delà du tourisme, avec les politiques de développements des filières et des entreprises, de la Recherche et de l'Innovation, des Industries créatives et de la Culture, de l'Agriculture, de l'Aménagement du territoire, des Relations internationales.
- **Déplacer le Tourisme.** Cette politique révélera à partir du domaine stratégique des Foires, Salons, Congrès, Evénements la capacité du tourisme au global à servir au-delà de son propre périmètre. Elle contribuera ainsi à l'intégration du Tourisme dans la stratégie globale *du Territoire X*. Autrement dit, elle déplace le Tourisme hors de lui-même et renforce son rôle-clef *dans le Territoire X*. Cela créera un cercle vertueux de valorisation du Tourisme et de renforcement de ses atouts.
- **Aller au-delà de la base d'une structuration de destination.** Cette politique inclura et dépassera les éléments de mise en cohérence des ressources du territoire, de fédération des acteurs, de développement des leviers infrastructurales et logistiques, de marque territoriale dans le registre de l'Evénement (type « Territoire Events ») et d'orientation vers les marchés.

C.

Une base nécessaire : prendre conscience des forces du Territoire X, construire son expertise territoriale

- Le monde des Foires, Salons et Congrès, plus largement de l'Evénement, est peu pensé en général. Ceux qui le penseront et l'intégreront dans leur stratégie territoriale seront singuliers. **Avoir une politique territoriale de Foires, Salons et Congrès dans son Schéma touristique est rare et originale. C'est un levier de positionnement.**
- **Le rôle majeur des Pouvoirs Publics dans la filière Evénement.** N'a encore jamais été faite l'ample reconnaissance du rôle majeur des pouvoirs publics dans le développement de l'activité d'événements. Quels sont les investissements dans les infrastructures, organisations d'événements (sur le territoire et au-dehors), soutiens d'événements et de projets, présences sur les manifestations portées par les pouvoirs publics ? Cette question est valable à l'échelle du Territoire. La Collectivité aura intérêt à faire l'analyse de l'ensemble de ses investissements pour prendre une claire conscience de ses modes d'actions et pour faire reconnaître son rôle à l'intérieur de son territoire et à l'extérieur. Elle aura intérêt à contribuer à ce que son étude s'élargisse aux autres collectivités et à l'Etat sur son territoire.
- **Croiser les événements et les champs d'activité.** Le Territoire X rassemble une filière d'événements avec des sites, des organisateurs d'événements, des prestataires, avec des croisements avec les acteurs de la filière tourisme (organismes publics de tourisme, hébergements, restaurations, transports, centres de loisirs, ...). IL SERA NECESSAIRE D'ALLER AU-DELA DES DONNEES DES FILIERES EVENEMENTS ET TOURISME POUR IDENTIFIER AU COEUR DES FILIERES TIERCES LEURS UTILISATIONS DE L'EVENEMENT, AU MOINS SUR LA BASE DES

DOMAINES-CLEFS DU COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE, DE L'AGRICULTURE, DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION, DE LA CULTURE, DES RELATIONS INTERNATIONALES. Quels sont les croisements entre l'activité d'événements et les champs d'activités économiques, scientifiques, culturelles, ...qu'elle sert ?

- **Le Territoire X est une terre de Foires, Salons et Congrès, de l'Antiquité à demain.** Il faut se replacer dans ce temps long et imaginer l'avenir. Il possède à la fois des pôles de leadership (infrastructures x ou y), des grandes places de congrès (*citer*), de grands événements (*citer*), et un maillage consistant sur tout le territoire (*citer*), un levier décisif pour le tourisme d'affaires avec tel ou tel atout de transport (LGV, aéroport, réseau routier, ...)
- **Il existe un enjeu de configuration de l'activité touristique elle-même.** Quels seraient les investissements en hôtellerie, en infrastructure routières, en moyen de transports, etc...sans la manne du tourisme d'affaires ? Toute la structuration de la filière encouragée par l'activité du tourisme d'affaires consolide en même temps l'offre possible pour le tourisme de Loisirs et le renforcement des équilibres et des performances financières.
- **Il y aura aussi un enjeu d'évaluation des retombées de l'activité d'événements.** L'analyse des retombées économiques est un grand classique. Se développent des modèles d'analyses des retombées en termes symboliques, de configuration de filières, d'impact sociétales et environnementale, d'image, etc³...Un congrès de quinze mathématiciens hors normes a peu de retombées économiques directes, mais des retombées immenses sur l'excellence du laboratoire qui invite et organise ou la filière mathématique du territoire ou bien au-delà (pensons aux congrès Solvay et à celui de 1927 avec Einstein, Heisenberg, Bohr, de Broglie, ...).

D.

Avant le tourisme, se placer d'abord dans la Société de la Connaissance : commencer par la Recherche et l'Innovation, priorité reconnue du Territoire X

De la même manière que les Recherches sur le tourisme restent dispersées et sous-estimées, les Recherches sur l'activité Foires, Salons et Congrès sont minimales au regard de l'intrication très importante de cette activité dans tous les domaines de notre société et de notre modernité.

Plus encore les Foires, Salons et Congrès sont historiquement liés au développement des sciences et des techniques, à l'émergence d'innovation⁴.

³ L'Union Française des Métiers de l'Événement, UNIMEV, qui rassemble plus de 90% des acteurs de la filière a construit un outil de mesure original, le Calculateur de Performance Globale : <http://www.unimev.fr/outil/calculateur-de-performance-globale-de-lindustrie-francaise-de-levenement-145>

⁴ A une époque qui voit se multiplier les clusters, les mécanismes de transversalité et de fertilisation croisée, les schèmes de partage de la connaissance et de production d'innovation sur les bases de la proximité, il est bon de rappeler que les salons et congrès eux-mêmes peuvent être considérés comme des « **clusters transitoires et répétitifs** »* capables sur la durée longue de créer sur des territoires donnés des temporalités de partage de savoir, de réseau, de reconnaissance et d'innovation, en combinant l'hétérogénéité des acteurs scientifiques, économiques et politiques. Ils peuvent constituer des « Field Configuring Events »* dont l'efficacité joue sur l'évolution des filières, des marchés, des pratiques scientifiques ou technologiques de tel ou tel champ d'activité, ou des ponts des uns aux autres.

* Temporary Clusters and Knowledge Creation: The Effects of International Trade Fairs, Conventions and Other Professional Gatherings, Peter Maskell, Harald BATHOLT and Anders MALMBERG, 2004, <http://www.spaces-online.uni-hd.de/include/SPACES%202004-04%20Maskell-Batholt-Malmberg.pdf> ; Exploring the Knowledge Strategies of Temporary Cluster Organizers: A Longitudinal Study of the

Il existe donc un double enjeu de construire une R&D sur les Foires, Salons et Congrès et de servir de dispositifs de Foires, Salons et Congrès comme leviers stratégiques de développement de la Recherche et de l'Innovation dans les mondes économiques, scientifiques, culturels tiers.

Il est tout à fait possible d'imaginer et de vouloir que le Territoire X devienne la terre par excellence des congrès, des salons et des foires au service de la Recherche et de ses avancées et le promoteur d'une Recherche et Innovation qui sait s'exporter et développer ses affaires étrangères par ces dispositifs dans le monde.

Aucune Territoire en Europe, même les plus avancés dans la filière de l'événement, n'aura aussi clairement identifié et valorisé ce levier.

Nous proposons 4 grands axes de travail :

- **Axe 1 : Politique.** Définition d'une politique territoriale des congrès pour le développement des communautés scientifiques et le positionnement de la Recherche territoriale dans le Monde ;
- **Axe 2 : Médias.** Encouragement à l'utilisation du dispositif congrès, foires et salons à fins de collaboration entre les laboratoires et les entreprises, la Recherche et les Marchés, sur les bases de valorisation de la Recherche et d'accélération des transferts technologiques,
- **Axe 3 : Labs.** Développement de « living labs », d'expérimentation et de processus de recueil de données sur les salons et congrès auprès des publics professionnels et du grand public,
- **Axe 4 : RDI.** Structuration d'une Recherche Développement Innovation dans les Foires, Salons, Congrès à des fins d'expertise et d'innovation du Territoire X dans ce secteur au service de la Recherche et des entreprises.

E.

S'inclure dans le TOURISME. La logique utile de Destination malgré une filière encore atomisée

Un certain chemin sur le Tourisme d'affaires a été parcouru sur le Territoire X. Nous nous inscrivons dans les pas déjà franchis.

1. Résister d'abord à la tentation d'une marque type « TERRITOIRE EVENEMENTS »

Un des grands leviers de développement de l'activité des Foires, Salons et Congrès consiste à la fédération des acteurs de la chaîne d'accueil : passage des frontières, transports,

EU Fabric Industry Trade Shows (1986–2006), Diego RINNALO, Francesca GOLFETTO, Bocconi University, *Economic Economic Geography* Volume 87, Issue 4, pages 453–476, October 2011 ; Field-Configuring Events as Structuring Mechanisms: How Conferences, Ceremonies, and Trade Shows Constitute New Technologies, Industries, and Markets, Joseph LAMPEL, City University London - Sir John Cass Business School, Alan B. MEYER, University of Oregon - Department of Management, 2008, *Journal of Management Studies*, Vol. 45, No. 6, pp. 1025-1035, September 2008.

infrastructures de manifestations, hébergement, implication des acteurs politiques...et la création d'une logique de destination. Ce levier est identifié dans l'ensemble de l'Europe à l'échelle des villes, à l'échelle des Etats -enjeu de la marque France-.

La tentation est forte d'imaginer une marque TERRITOIRE EVENEMENTS.

Notre proposition n'est pas de suivre cette tentation qui épuise les acteurs et les structures dans des efforts de communication : une marque est un CAPITAL qui coute cher et qui peut aujourd'hui être trop fragile. Le sujet peut être sensé, mais il faut d'abord configurer les infrastructures, les réseaux, les projets.

2. Configurer un champ d'activité, et laisser apparaître les marques professionnelles

Si l'ensemble des acteurs est aujourd'hui atomisé, ce n'est pas en raison de l'absence d'une marque, c'est en raison de leur atomisation structurelle et de la faible industrialisation de l'activité des foires, salons et congrès.

Nous invitons à privilégier des logiques d'investissement par projets, par initiatives et nœuds locaux, qui passent hors des fourches caudines d'une marque territoriale forte et qui permet l'expression des marques des acteurs et des productions dans leur diversité.

L'enjeu n'est pas la marque qui cautionne, mais la production de l'espace et du temps publics qui facilitent. Le Territoire X n'a pas besoin d'un double pour l'instant (une marque), il constitue déjà en lui-même sa propre puissance et unité, mais il a une stratégie :

1. **Ambition.** Se donner une ambition très forte : être un grand territoire européen de Foires, Salons, Congrès et Evénements (voir les grands leaders du côté des Länder allemands à la pointe, la Catalogne, la Lombardie), le 1^{er} territoire hors Ile-de-France de Foires, Salons et Congrès et être la première zone de captation de la décentralisation de l'activité en France,
2. **Priorité des dispositifs d'événements.** Définir, pour investir au sein de ses grandes politiques industrielles, de recherche et d'innovation, de culture et d'aménagement du territoire, des priorités de dispositifs d'événements (non pas seulement identifier et porter une série de Grands Evénements, comme seuls marqueurs, mais partir des finalités tierces des industries, de la recherche, de la culture...)
3. **Projets-clefs d'accueil.** Développer des projets-clefs en matière d'accessibilité, d'infrastructures, d'accueil et d'hébergement des participants dès l'entrée des portes du Territoire X ;
4. **Renforcer la sécurité.** La sécurité des lieux de manifestations est bien inhérente à leur histoire, elle est aujourd'hui, dans une situation de risques terroristes, un enjeu majeur,
5. **Création de proximités.** Favoriser et accompagner l'intégration de la filière Evénements et les échanges entre les acteurs dans leur diversité : cluster tourisme d'affaires, assises, soutien de projets innovants, contrat de filière ...
6. **Ambassadeurs.** Identifier, créer, valoriser un vaste réseau d'Ambassadeurs d'excellence capables de porter au sein de leurs propres réseaux économiques, scientifiques, politiques les candidatures d'événements du territoire. Le meilleur levier de création de manifestations sur un territoire reste les décideurs locaux, y compris pour les manifestations les plus grandes et les plus internationales.
7. **Penser Europe et International.** Se positionner à l'échelle nationale et européenne comme force de proposition sur l'évolution des politiques publiques en matière d'événements (envisager des partenariats à l'échelle nationale avec les fédérations

de la filière événement⁵, créer un « réseau des Territoires d'événements », se servir de l'expertise à construire une R&D dans le domaine) ;

8. **Inclusion dans le Tourisme.** Optimiser les ponts entre le tourisme d'affaires et le tourisme de loisirs.

F.

Tenter l'international

L'activité des Foires, Salons et Congrès permet d'envisager des voies multiples du développement du tourisme du Territoire X par l'international, en sus de la venue des étrangers lors de manifestations sur le territoire.

1. Les Foires, Salons, Congrès, Evénements : des « territoires nomades » du territoire hors de chez lui

Les Foires, Salons et Congrès à l'étranger sont des « territoires nomades du Territoire X » à l'étranger.

- Promotion de la destination touristique du Territoire X sur les salons étrangers ou les salons internationaux implantés en France,
- Promotion des savoir-faire et encouragement du business des filières du Territoire X sur les Salons et Congrès étrangers,
- Interventions d'entreprises du Territoire X dans la réalisation de Foires, Salons et Congrès à l'étranger : prestataires de services, organisateurs de manifestations, voire gestionnaires de sites (compétences en ingénierie de gestion de site, organisation d'événements).
- Duplication de Salons du Territoire X à l'étranger, co-création de manifestations avec des acteurs étrangers à l'international, duplication de salons étrangers sur le Territoire X,
- Partenariat et échanges avec de grandes régions de Foires, Salons et Congrès à l'étranger.

2. Cela peut conduire à différentes pistes de développement (qui existent sans doute déjà au moins en partie) :

- **Cartographie du « soft power ».** Dessiner la carte des relations internationales du Territoire X via ses participations ou des participations de ses entreprises, organismes, laboratoires, etc... sur des manifestations à l'étranger pour renforcer le rôle de l'activité d'Evénements dans les Relations internationales du Territoire X,
- **Encourager les entreprises de la filière FSCE du Territoire X** qui réalisent une part de leurs prestations à l'international. Elles assurent la promotion d'un « Territoire de l'Evénement » et elles peuvent assurer le réseau de partenariats possibles avec des professionnels étrangers. Elles peuvent faciliter aussi la venue de leurs clients étrangers

⁵ Voir notamment des échanges avec l'UNIMEV, Union Française des Métiers de l'Evénement.

sur les manifestations sur le Territoire X. Ce soutien de leur croissance à l'étranger permettra aussi leur positionnement sur le marché français.

- **Faciliter l'internationalisation d'organiseurs** du Territoire X, implantation à l'étranger, duplication de leur manifestations, joint-venture et collaborations avec des entreprises étrangères pour la création de manifestations à l'international.

3. L'opportunité du jumelage

A propos des territoires étrangers, le Territoire X est jumelé avec le Territoire étranger Y, dont l'activité Foires, Salons, Congrès est reconnue à l'échelle internationale. Il y aurait des avantages à développer des relations entre le Territoire X et le Territoire étranger Y à partir de l'activité des Foires, Salons et Congrès. Exemples :

- **Des échanges sur les pratiques, la stratégie, la recherche et l'innovation** dans l'activité Salons et Congrès avec les professionnels de la filière ;
- **La valorisation de secteurs d'activité et d'entreprises du Territoire étranger Y et du Territoire X** dans les grands salons de chacun,
- **L'incitation à créer des manifestations**, notamment des congrès, sur les deux Territoires X et Y en relation avec les champs de recherche et d'innovation de chacun.
- **La création d'un événement économique porté par le Territoire étranger Y et le Territoire X** : par exemple des « Assises européennes de l'innovation » portées par les deux territoires !

G.

Evénements de la culture et Culture de l'événement : le pli touristique

L'activité des Foires, Salons, Congrès et Evénements constitue un levier majeur de développement des Industries créatives, de la Culture et de tout politique culturelle (Livres, Images et Cinéma, Arts, Spectacles, Musiques...). Que serait l'édition sans Salon du Livres, le Cinéma sans festival et marché du film ? Un Cluster de l'image ne finira-t-il pas par créer son événement de l'image ? Y aurait-il de l'art contemporain sans Foire de l'Art contemporain ?...

En revanche, par un mystère encore non élucidé, l'activité des Foires, Salons et Congrès est très rarement prise en considération dans la définition du périmètre des Industries créatives et du champ de la Culture. Cette activité est productrice de dispositifs, d'une médiation, distribution, diffusion de produits culturels. Plus largement, elle contribue aussi à la production de normes et valeurs, de rites dans tout milieu qui l'utilise. Elle est aussi elle-même un fait culturel. Il existe une Culture de l'Evénement à construire et à promouvoir.

Événements de Culture et Culture de l'Événement contribueront à renforcer la proposition touristique elle-même auprès du grand public français et international.

Le Territoire X peut être ce territoire touristique qui sera reconnu pour SA CULTURE DE L'ÉVÉNEMENT et SES ÉVÉNEMENTS CULTURELS.

Il sera donc utile d'inclure dans une politique innovante des Foires, Salons, Congrès et Événements :

- La mise en série des Événements à vocation culturelle à la fois comme levier de développement de filières de l'Industrie créative et culturelle et comme offre culturelle pour les publics : Le Territoire X, terre de grandes manifestations des Industries créatives et de la Culture ;
- Le développement et l'encouragement d'une culture de l'événement. Cette culture de l'Événement peut prendre différentes formes :
 - i. Un réflexe pour envisager les configurations d'activité d'abord par la production d'événements (foires, salons, congrès, événements),
 - ii. Une forte politique de soutien des événements culturels,
 - iii. La valorisation des pratiques des professionnels de l'événement ;
 - iv. L'encouragement à la production d'un certain style d'événements, à fortes dimension éditoriale et production de valeur ;
 - v. La valorisation des réseaux de foires, mais aussi des marchés, des fêtes foraines.

Remarques sur les marchés et les fêtes foraines.

- Si les Foires sont encore facilement incluses dans la notion floue et vaste d'« événement », les marchés eux ne le sont pas. Il existe bien sûr un cousinage très proche entre Foires et Marchés de l'Antiquité à nos jours. Et le rôle des marchés comme forme d'expression majeure des villes, villages et campagnes n'est pas à prouver, il revient même au goût du jour.
- Les fêtes foraines sont elles aussi essentielles et peu éloignées au fond des foires ou même de nos parcs à thème les plus modernes (Futuroscope et fête foraine sont au moins cousins), les continuités existent incontestablement (tout comme le rapport originaire entre cinématographe et fête foraine).

Pouvons-nous imaginer un Territoire X des marchés ? Un Territoire X des Fêtes foraines ? Oui.

H.

Le numérique interrogé par l'événement : les Millennials, le Territoire X conversationnel, la territorialisation du numérique par l'événement

Les technologies numériques et digitales contribuent à la transformation des métiers de l'Événement comme de tous les métiers. Cette entrée du digital et du numérique a été rapide dans les métiers des prestataires, mais lente, voire tardive dans les métiers de l'organisation de manifestations et la gestion de sites. Toutefois il existe une très forte communauté de destin entre le monde du numérique et celui des « Rencontres réelles », Foires, Salons, Congrès, Evénements.

1. Le levier des Millennials

De manière pragmatique, l'ensemble des publics et participants des Foires, Salons, Congrès et Evénements appartient et appartiendront à la génération du numérique et à la culture numérique (« Millennials »). Leurs usages doivent se retrouver au cœur de la filière événement. Le Territoire X peut jouer un rôle dans ce sens sur son territoire.

2. Un Territoire X conversationnelle

Il existe un véritable enjeu stratégique à considérer le voisinage conceptuel de la sociabilité digitale et celle des Foires, Salons, Congrès et Evénements.

La communication du digital crée des « marchés-conversations » (« markets are conversations »⁶). Les Foires, Salons, Congrès et Evénements sont eux-mêmes des CONVERSATIONS, par nature et au-delà de leur intégration du digital.

Le problème : la CONVERSATION n'est pas énoncée au cœur des stratégies de la filière événement, qui ne profite pas ainsi de son TRESOR et d'un des leviers majeurs de sa compétitivité. Les événements sont bien des moteurs conversationnels essentiels.

Développer une politique territoriale des Foires, Salons, Congrès et Evénements, c'est CONSTRUIRE UNE POLITIQUE CONVERSATIONNELLE DU TERRITOIRE X.

3. L'Événement, facteur-clef de succès de la territorialisation du numérique

Les Foires, Salons, Congrès et Evénements seront de plus en plus investis par les acteurs du numérique. Le monde des rencontres physiques est en croissance et sera en croissance. Il est une véritable opportunité économique. Pas de développement du numérique sur un territoire sans développement de l'activité des Foires, Salons, Congrès, Evénements (voir les événements de e-sport, le CES à Las Vegas, Salon E3 au Japon, etc...). La politique numérique du Territoire X implique une politique ambitieuse sur les Foires, Salons, Congrès, Evénements.

⁶ « Markets are conversations », www.cluetrainmanifesto.com

I.

La nécessaire question de l'environnement

1. La priorité du Tourisme rend nécessaire le développement de Salons, Congrès et Événements sur les thématiques de développement durable⁷

- Un des plus grands enjeux de la croissance exponentielle du Tourisme dans le monde est celui de l'environnement, du développement durable et de la pérennité de la Planète. Cet enjeu est COMPLEXE et appartient à une société moderne COMPLEXE.
- La question du Tourisme est aussi une manière de rendre sensible l'ensemble des habitants-touristes de la Planète à l'enjeu du développement durable.
- Les Salons et Congrès, plus largement les phénomènes de rassemblement collectif, sont aussi des machines inventées par l'homme moderne pour AFFRONTER LE COMPLEXE (salon = cerveau). Autrement dit, pour résoudre la complexité de la question de l'avenir de la planète il faut se réunir.
- Le Territoire X touristique aura à résoudre de manière extrêmement sérieuse la question du développement durable et de la préservation de son « capital touristique » (climat, littoral, vins, ...), sans compter celle déjà posée par les changements climatiques.

Si les Événements sont bien ces machines à résolutions du complexe, il faudra des événements sur la thématique du développement durable et du tourisme sur le Territoire X.

2. Mettre en série les Événements en relation avec la question environnementale, créer des événements d'envergure européenne et internationale sur le Tourisme et l'Environnement.

Face à l'enjeu, le Territoire X peut affirmer son leadership dans le tourisme par son leadership sur la question environnementale. La valeur du tourisme est et sera dépendante de l'intégration extrêmement forte des enjeux environnementaux.

Les acteurs de la Recherche (Agronomie, Océanographie, Aéronautique, Santé, ...) du Territoire X mènent des travaux en rapport avec la question environnementale et participent à des événements qui abordent le sujet. Il faut identifier toutes les initiatives sur le territoire et hors le territoire du Territoire X où des acteurs du Territoire X traitent de la question environnementale. Il pourra être utile de mettre en série tout ce réseau d'événements et d'en faire une plateforme pour imaginer une mise en relation avec les enjeux du tourisme du Territoire X.

⁷ Nous devons l'attention portée à ce sujet à M. Jean-Daniel Caillet, chef d'entreprise à Bordeaux, très engagé et producteur de solutions sur les questions de développement durable.

Le Territoire X et ses acteurs du tourisme, de la recherche et de l'industrie pourront être à l'initiative sur leur territoire d'un grand EVENEMENT Tourisme et Planète d'envergure internationale, à l'instar de conférences de l'ONU.

Conclusion

Le sujet n'est pas épuisé.

Ce qui est vrai à l'échelle d'un territoire local l'est aussi à une échelle plus vaste, nationale, européenne, internationale. L'activité des Foires, Salons, Congrès et Evénements sont des outils de construction et d'architecture de notre temps moderne, de notre temps en société, disons de notre contemporanéité. Cette activité est paradoxalement au cœur des enjeux de complexification, d'internationalisation, d'urbanisation et de fragmentation du monde et en même temps si méconnue des politiques publiques. Comment oublier que le Capitalisme du 21^{ème} siècle est impossible sans Foires, Salons, Congrès et Evénements ? Comment avoir de grandes visions sur la Société de la Connaissance sans une grande politique de Congrès et de Salons ? Comment envisager la lutte contre les défis environnementaux sans des productions de rencontres entre les hommes ? Comment penser donc que la croissance démographique, les chamboulements du sens des frontières ne conduiront pas à organiser les « frottements » des hommes et des sociétés, les zones franches d'échanges, les frontières humaines pacifiques ?

Au fond, par le biais d'une politique de tourisme qui inclut le « tourisme d'affaires » et en son sein les puissances d'ouverture des Foires, Salons, Congrès et Evénements, le Territoire X se prépare à affronter des défis plus vastes et plus stratégiques encore. Il s'agit de construire le TERRITOIRE-TEMPS du Territoire X, certes, mais aussi de trouver les modes de contribution au TEMPS et à l'AVENIR PLANETAIRE : Rien moins que cela, quand le tourisme lui-même est une interrogation très vaste du développement de l'espèce humaine et de sa curiosité sur son territoire et sa communauté de vie qu'est la planète.

Tout commence localement, les lignes, les points que dessinent les manifestations sur un territoire qui dresse ainsi un maillage, une structure mobile et temporelle d'un territoire. Le Territoire X se fera avec son filet d'événements, avec son squelette de forces éphémères et REPETITIVES. Et les manifestations sont essentielles à l'expression des singularités des forces en présence, des filières, des populations. Le visage du Territoire X, son offre de voyages et de fictions, ses paysages se construiront avec ses événements.

Les FSCE dépassent la communication, dépassent l'information. Ils produisent de l'actualité, du commun. Ils sont actes.

Et ce qui va être fondamental dans cette politique touristique est leur rôle moteur pour l'économie, dans les filières de l'Industrie, du Commerce, de l'Agriculture, de la Culture et des Industries créatives, pour l'Aménagement du territoire et la politique des villes, pour le développement des Relations Internationales, pour la Connaissance. Le Tourisme devient affaire vaste, directement connectée à l'ensemble des champs de l'activité humaine.

Peu ou pas de Territoire ont fait l'effort de penser une telle politique des Foires, Salons, Congrès et Evénement. L'opportunité est immense. Pensons un instant à l'Allemagne sans ses foires, sans

ses dix plus grands parcs des expositions mondiaux, sans ses deux tiers des plus grosses manifestations internationales. Pensons aussi à l'Europe sans son extraordinaire civilisation de Foires, Salons et Congrès. Paris, Vienne, Barcelone, Bruxelles, ... Et la France elle-même dont le 19^{ème} siècle a été la plus grande serre des florescences d'Expositions Universelles, de Congrès ?

Le Territoire X peut le faire.