

**UNICEO**

UNITED NETWORKS OF  
INTERNATIONAL CORPORATE  
EVENTS ORGANIZERS

# LA SÉCURITÉ DES ÉVÉNEMENTS DANS LE NOUVEAU CONTEXTE DE CRISE

*L'impact du terrorisme sur les événements corporate.*



Unis pour le **succès de nos événements** | [uniceo.org](http://uniceo.org)

# Edito

---

Le monde, et plus particulièrement l'Europe et notamment la France, est aujourd'hui la cible d'individus qui cherchent à imposer leurs idées en semant la terreur par le biais d'attaques terroristes à fort impact médiatique.

Ces attaques visant des citoyens ordinaires sont perpétrées par des individus ordinaires dans des lieux à forte concentration. Ces caractéristiques font que le secteur événementiel est particulièrement vulnérable (nous l'avons vu lors des récents événements en France) car il rassemble un nombre important de personnes en un même lieu.

A l'heure du choix de la devise qui devait guider notre action, nous ne nous doutions pas à quel point elle allait devenir importante. Car ce sont également les valeurs véhiculées par notre secteur qui sont la cible indirecte de ces attaques. Des valeurs basées sur les relations humaines, l'accueil, le partage et la fraternité entre les individus.

A l'heure où des adeptes d'idéologies destructrices cherchent à nous déstabiliser, seule l'unité entre les gens de bien pourra les arrêter; notre devise prend maintenant tout son sens: **Unis nous serons plus forts!**



**Laurent Fuchs**  
Executive Director UNICEO

Comme pour les affaires, la confiance est nécessaire pour attirer et fidéliser les touristes et clients sur une destination. L'une des conséquences des attentats de ces derniers mois est malheureusement un ébranlement de la confiance des voyageurs et des professionnels qui se voient touchés au cœur de leurs activités.

En France, la situation est préoccupante et les autorités en place doivent se poser la question du devenir du tourisme de loisir et d'affaires, une activité qui fait vivre directement et indirectement des millions de personnes. Les voyageurs quand à eux réclament l'assurance d'une sécurité des biens et des personnes afin que toutes les conditions soient réunies pour assurer le succès de leurs événements.

Au-delà des événements ponctuels tels que les attentats, les grandes capitales européennes telles que Paris, Londres, Bruxelles ou Istanbul doivent se remettre en question pour rassurer, capter et fidéliser une clientèle corporate exigeante et volatile. Des signes forts doivent être donnés pour assurer la sécurité des voyageurs d'affaires et celle des participants aux congrès et conférences.

Dans cette étude nous avons interrogé les organisateurs et en particulier les Membres d'UNICEO et ceux de l'AFTM. Les réponses et témoignages nous donnent un éclairage du terrain et des orientations qui faute de solutions pérennes peuvent aider les professionnels à appréhender ces situations complexes et à se sentir moins seul lorsqu'une catastrophe survient lors d'un congrès ou d'un séminaire.



**Daniel Verschaere**

Directeur marketing et communication  
chez Wavestone  
Vice-Président UNICEO France



## La **revue de presse**

### **Un tourisme mondial au beau fixe mais des destinations fragiles**

Malgré les menaces terroristes dans différents points du globe, les voyants sont au vert dans le secteur du tourisme mondial.

« Le marché rebondit, il est très résilient, analyse Chris Goater, porte-parole de l'association internationale du transport aérien (IATA), qui table sur une croissance de 6 % du trafic passager en 2016.

Le Conseil mondial du tourisme et du voyage estime que la croissance du tourisme mondial atteindra 3,5 % en 2016 et que **le désir de voyager surpasse le sentiment de peur.** » De fait, les conséquences des attentats sont limitées. « Parmi les quatre catégories de crises (sanitaires, environnementales, politiques, terroristes), une étude a montré que les attentats sont ceux qui ont le moins d'impact en termes de pertes de fréquentation et de temps de retour à la normale : 13 mois en moyenne, contre 21,3 mois après une épidémie ou 26,7 mois après des troubles politiques.

La situation risque d'être différente en Turquie, qui a subi de nombreux attentats durant ces derniers mois.

### **L'Europe du Sud (Italie, Espagne et Portugal) et l'Asie, destinations de repli.**

Les premiers chiffres pour 2016 montrent une bonne fréquentation touristique internationale (+ 5,1 % en février par rapport à 2015). L'Afrique subsaharienne (+ 11,7 %) et l'Asie Pacifique (+ 8,3 %) s'en sortent particulièrement bien, et la croissance est aussi robuste en Europe (+ 4,2 %) et dans les Amériques (+ 6,6 %) ». Le Canada a ainsi annoncé une hausse de 11 % des dépenses touristiques au premier trimestre.

Au niveau des réservations, par rapport à l'année précédente, le Syndicat des voyagistes français constatait en mai une dégringolade de la Tunisie (- 59 % de passager), de la Turquie (- 62 %), mais aussi du Maroc (- 17 %), au profit de l'Europe du Sud : Portugal (+ 30 %), Espagne (+ 8 %), Italie (+ 2 %), ou de destinations plus lointaines, comme l'Indonésie (+ 43 %), la Thaïlande (+ 17 %) et Cuba (+ 36 %) ou la Polynésie française (+ 18 %).

« Les Baléares et les Canaries obtiennent les deux premières places du top 5 de nos séjours, suivies de l'Italie ; et côté vols secs, la Péninsule ibérique est prise d'assaut, avec Lisbonne et Barcelone », note le voyageur en ligne Opodo. Le Portugal a ainsi battu en 2015 un nouveau record en accueillant 10,2 millions de touristes étrangers, en hausse de 9,7 %.

## **L'Afrique de l'Ouest sous surveillance**

---

Le développement du tourisme en Afrique de l'Ouest est également freiné par les attaques djihadistes du groupe Boko Haram. Les huit Etats membres de l'Union économique et monétaire ouest-africaine (Uemoa) ont enregistré une baisse d'activité de 6 % en 2015, notamment après les attaques contre l'hôtel Radisson-Blu, à Bamako. La Côte d'Ivoire, qui tirait son épingle du jeu, a également été visée en mars par un attentat contre la station balnéaire de Grand-Bassam.

## **En Tunisie, le difficile retour à la confiance**

---

Le tourisme est un secteur-clé en Tunisie. Il représente 5,8 % du PIB (12,6 % avec les activités indirectes), 8,4 % de l'investissement et 400 000 emplois, selon le Conseil mondial du tourisme et des voyages (WTTC). Il avait déjà accusé une baisse après les bouleversements politiques des révolutions arabes de 2011.

Mais l'année 2015 a été le coup de grâce pour le secteur, après deux attentats perpétrés par l'Etat islamique, qui ont tué 21 personnes dans le Musée du Bardo, à Tunis, en mars, et 31 touristes, en majorité britanniques, sur une plage de Sousse, trois mois plus tard. La Grande-Bretagne a d'ailleurs déconseillé la destination à ses ressortissants.

La fréquentation touristique avait déjà chuté de près de 30 % en 2015 par rapport à 2014, s'établissant à son plus faible niveau depuis des décennies. Elle est encore en fort repli au premier semestre : elle accuse une baisse de 21,5 % par rapport à l'année précédente, selon le gouvernement tunisien.

## **En Egypte, cinq ans de déclin**

---

La situation en Egypte présente de nombreuses similitudes avec celle de la Tunisie. Le pays, qui attirait plus de 15 millions de touristes en 2010, a été déstabilisé par le printemps arabe, puis les crises politiques successives au Caire, passant de la 25e à la 34e destination touristique mondiale. Le risque terroriste est signalé par le ministère français des affaires étrangères, notamment dans le Sinaï et dans les zones désertiques de l'ouest. Et l'attentat perpétré par l'EI, le 31 octobre 2015, contre un avion de touristes partant de Charm El-Cheikh, a donné un nouveau coup d'arrêt à la fréquentation étrangère.

Les touristes n'étaient désormais plus que 9 millions en 2015 et les perspectives ne sont pas bonnes pour 2016. En février, à Charm El-Cheikh, seuls 30 % à 40 % des hôtels étaient occupés. Le secteur, qui pèse 11,4 % du PIB, représente plus d'un emploi sur dix en Egypte (2,6 millions de personnes), mais ce chiffre devrait baisser, selon le WTTC. Charm El-Cheikh, la perle du tourisme égyptien est devenue « ville morte »

## **Effondrement du tourisme international en Turquie**

---

L'aéroport international Atatürk est le dixième aéroport mondial ; il accueille plus de 42 millions de passagers par an. Il s'agit de la principale porte d'entrée de la Turquie, sixième destination mondiale la plus visitée.

Mais cet engouement a été freiné par l'attentat qui a coûté la vie à douze touristes allemands le 12 janvier près de la Mosquée bleue et à quatre touristes le 19 mars dans la célèbre avenue stambouliote, Istiqlal.

Qu'ils soient attribués à l'Etat islamique ou aux autonomistes du PKK, plus de cinquante attentats se sont produits en un an et demi, causant au moins deux cents morts. Les arrivées de touristes étrangers ont chuté de 35 % au mois de mai, descendant à leur plus bas niveau depuis vingt-deux ans, selon le ministère du tourisme turc. La chute est de 23 % depuis le début de l'année, avec une désaffection massive des ressortissants russes (- 92 % en raison de tensions diplomatiques avec Moscou), mais aussi allemands, géorgiens, français et britanniques.

## **Fortes inquiétudes pour la France**

---

L'Hexagone demeure la première destination touristique mondiale, avec plus de 84 millions de visiteurs en 2015, et l'organisation de l'Euro contribue à sa forte visibilité. Toutefois, les attentats du 13 novembre 2015 ont contribué à la diminution des visiteurs étrangers (- 8 % en janvier).

La région parisienne est particulièrement touchée, avec une baisse de fréquentation internationale au premier trimestre : - 56 % de Japonais, - 35 % de Russes, selon le comité régional du tourisme. En ajoutant les grèves et une météo maussade, la situation a été jugée suffisamment préoccupante pour que le gouvernement annonce mercredi 29 juin la tenue d'un « comité d'urgence économique » au mois de juillet. Le secteur représente 2 millions d'emplois et 7 % du PIB français.

**Les touristes ne boudent pas seulement les pyramides d'Egypte ou les temples de Louxor.** L'Arc de triomphe et les tours de Notre-Dame ont subi, au premier semestre, une baisse de respectivement 35 % et 23 % de leur fréquentation, selon les chiffres révélés, mardi 23 août, par le comité régional de tourisme de Paris et de l'Ile-de-France.

Inquiets pour leur sécurité, les étrangers évitent la France en général et surtout la région parisienne. Au cours du premier semestre, un million de touristes ont fait faux bond aux hôteliers franciliens, par rapport à la fréquentation du premier semestre 2015.

Au total, 14,9 millions d'arrivées hôtelières ont été recensées sur les six premiers mois en Ile-de-France, ce qui marque une baisse de 6,4 %, tirée par la forte désaffection de la clientèle internationale (- 9,9 %). A Paris même, c'est pire (-11,4 %). Les touristes japonais, chinois ou même italiens se sont envolés vers l'Espagne ou la Grèce, sans passer par la case Paris.

## **Pour Paris et sa région, une « Catastrophe industrielle »**

---

Nous estimons que la région a perdu 1 milliard d'euros de retombées économiques entre le 1er janvier et la fin août. Et si cela continue au même rythme, cela fera 1,5 milliard en moins sur l'année, une saignée inédite pour la filière touristique francilienne. »

Conséquence, « certaines des 75 000 très petites entreprises concernées ne passeront pas l'année », prévient M. Valletoux. Pour lui, cette « catastrophe industrielle » risque de se traduire par un « plan social majeur » qui affecterait une partie des 500 000 emplois liés dans la région. Et d'appeler les pouvoirs publics à engager sans attendre « un plan Orsec », afin d'aider les entreprises du tourisme à traverser cette crise. A l'issue du conseil des ministres du 3 août, le gouvernement avait déjà promis « l'étalement des cotisations fiscales et sociales et des interventions de Bpifrance en matière de trésorerie et de financement ». Il avait annoncé, par ailleurs, un plan de communication pour redorer l'image ternie de la France à l'étranger.

« **On ne pouvait pas faire pire.** Bien sûr, les dramatiques attentats de Paris, de Bruxelles et de Nice ont fait fuir les touristes étrangers, mais il y a eu aussi la crue de la Seine, les grèves du transport aérien, le blocage des raffineries, des manifestations musclées, des chauffeurs de taxi qui font le coup de poing, des touristes chinois détroussés... », énumère Didier Arino, président du cabinet d'études et de conseil Protourisme.

Et de conclure : « Pourtant, la casse est limitée par rapport à des pays comme la Turquie ou la Tunisie, qui subissent des plonges de 30 %, voire 40 %, de leur fréquentation touristique. »

En fait, les arrivées en France de touristes étrangers ont reculé de 7 % depuis le début de l'année, selon les premières estimations dévoilées mardi par Jean-Marc Ayrault, le ministre des affaires étrangères, à l'occasion d'un déplacement dans la région Centre-Val-de-Loire. Cela montre la « résilience » de la destination France, a insisté le ministre, avec des performances en région « globalement stables ».

Selon lui, la situation de la capitale s'est aggravée durant l'été, les arrivées des touristes étrangers reculant encore de 15 % les deux dernières semaines de juillet, de 17 % sur le week-end du 15 août et de 20 % sur les réservations à venir. M. Ayrault compte organiser début septembre une deuxième réunion du comité d'urgence économique pour le tourisme consacrée aux régions les plus touchées, mais il a d'ores et déjà appelé les professionnels parisiens à mener une réflexion sur « l'offre », et notamment sur les prix, en s'inspirant de la réactivité des hôteliers niçois et cannois.

Selon l'Insee, entre avril et juin, la fréquentation des touristes venus d'au-delà des frontières avait reculé de 8,5 %.

« Le recul de la fréquentation étrangère, plus important qu'au premier trimestre (- 2,7 %), est comparable à celui observé au quatrième trimestre de 2015, à la suite des attentats de novembre », précise l'Insee.

Ce sont en particulier les voyageurs « long-courrier » (Chinois, Japonais et autres Américains), qui manquent à l'appel. Les mêmes qui avaient permis en 2015 à la France, première destination mondiale, de battre un record, en attirant 84,5 millions de visiteurs étrangers.

« On voit très peu de Japonais, surtout depuis janvier. C'est pourtant la clientèle qui fait vivre le Mont à l'année », témoigne un spécialiste du tourisme au Mont-Saint-Michel, dans la Manche. « Au total, la fréquentation est en baisse de 10 % sur les sept premiers mois de l'année. L'abbaye a tiré son épingle du jeu en juillet (- 5,6 %), car c'est un mois où la clientèle des visiteurs individuels domine. Or, ce sont surtout les visites de groupes qui se sont réduites », précise Anne-Flore Marziou, adjointe de l'administrateur pour l'abbaye du Mont-Saint-Michel, gérée par le centre des Monuments historiques.

Sur le mois de juillet, les cent sites du Centre des monuments nationaux ont enregistré une baisse globale de 5 % de leur fréquentation.

A noter que si les stars parisiennes font grise mine, le château de Champs-sur-Marne (+ 52 %), en Seine-et-Marne, les remparts d'Aigues-Mortes (+ 30 %), dans le Gard, ou encore les tours de La Rochelle (+ 20 %), autant de lieux éloignés des sentiers battus et donc réputés peu menacés, ont été plébiscités.

**En Ile-de-France, la désaffection des Japonais est la plus forte**, avec un déficit de touristes nippons de 126 000, au premier semestre 2016, soit 46 % de moins par rapport à la même période de 2015, sur un total de 723 000 étrangers évaporés. Une perte sèche : l'absence de ces visiteurs, plus dépensiers que les Chinois, représente un manque à gagner estimé à 98 millions d'euros pour la région.

Mais les voyageurs lointains n'ont pas été les seuls à se détourner de la capitale. Au premier semestre, 115 000 Italiens ne se sont pas présentés, entraînant un manque à gagner de 105 millions d'euros pour l'Ile-de-France, le plus gros déficit.

Au total, selon le World Travel & Tourism Council, le tourisme devrait quand même améliorer, en 2016, de 1,1 % sa contribution directe au produit intérieur brut de la France, selon une estimation publiée lundi. Mais l'organisation professionnelle internationale tablait précédemment sur une hausse de 2,9 %. Dans le même temps, il voit le tourisme mondial croître de 3,1% en 2016.

Selon une étude menée par le Comité régional du tourisme, entre janvier et juin, les hôteliers franciliens ont accueilli un million de touristes en moins. Principaux absents, les Japonais, avec une baisse de 46%.

L'Ile-de-France connaît une baisse sans précédent de la fréquentation touristique depuis 2010. L'étude menée par le Comité régional du tourisme Paris Ile-de-France et que France info vous révèle ce matin est inquiétante.

Au total, **de janvier à fin juin, les hôteliers franciliens ont accueilli un million de touristes en moins** par rapport à la période comparable de 2015.

Malgré la tenue de l'Euro 2016, le contexte marqué par les mouvements sociaux, les intempéries mais surtout par les attentats, ont entraîné une baisse très forte de la clientèle étrangère.

Ce sont d'abord les touristes japonais qui ont choisi de désertir la capitale. Dans les hôtels, la baisse est impressionnante ; le nombre de réservations de Japonais est en baisse de 46% par rapport à l'année dernière. Et c'est le même constat pour les Italiens et les Russes qui sont habituellement très nombreux. Depuis janvier, la clientèle russe enregistre un recul de 35 % - la baisse est de 27% pour les Italiens.

Mais cela ne s'arrête pas là. Les Américains et les Chinois qui continuaient pourtant à venir, se détournent maintenant de la capitale. Les touristes français, eux, restent fidèles à Paris et ses environs. La baisse de fréquentation est plus légère avec un recul d'environ 3%.

**Cette baisse touche l'ensemble de la chaîne** touristique: les hôtels, les musées, les grands magasins ou encore les restaurants.

Seul point positif : le tourisme d'affaires progresse, lui, de 14 points. La confiance des professionnels du secteur est aussi au beau fixe. 64% d'entre eux prévoient, à moyen terme, une amélioration de leur activité.

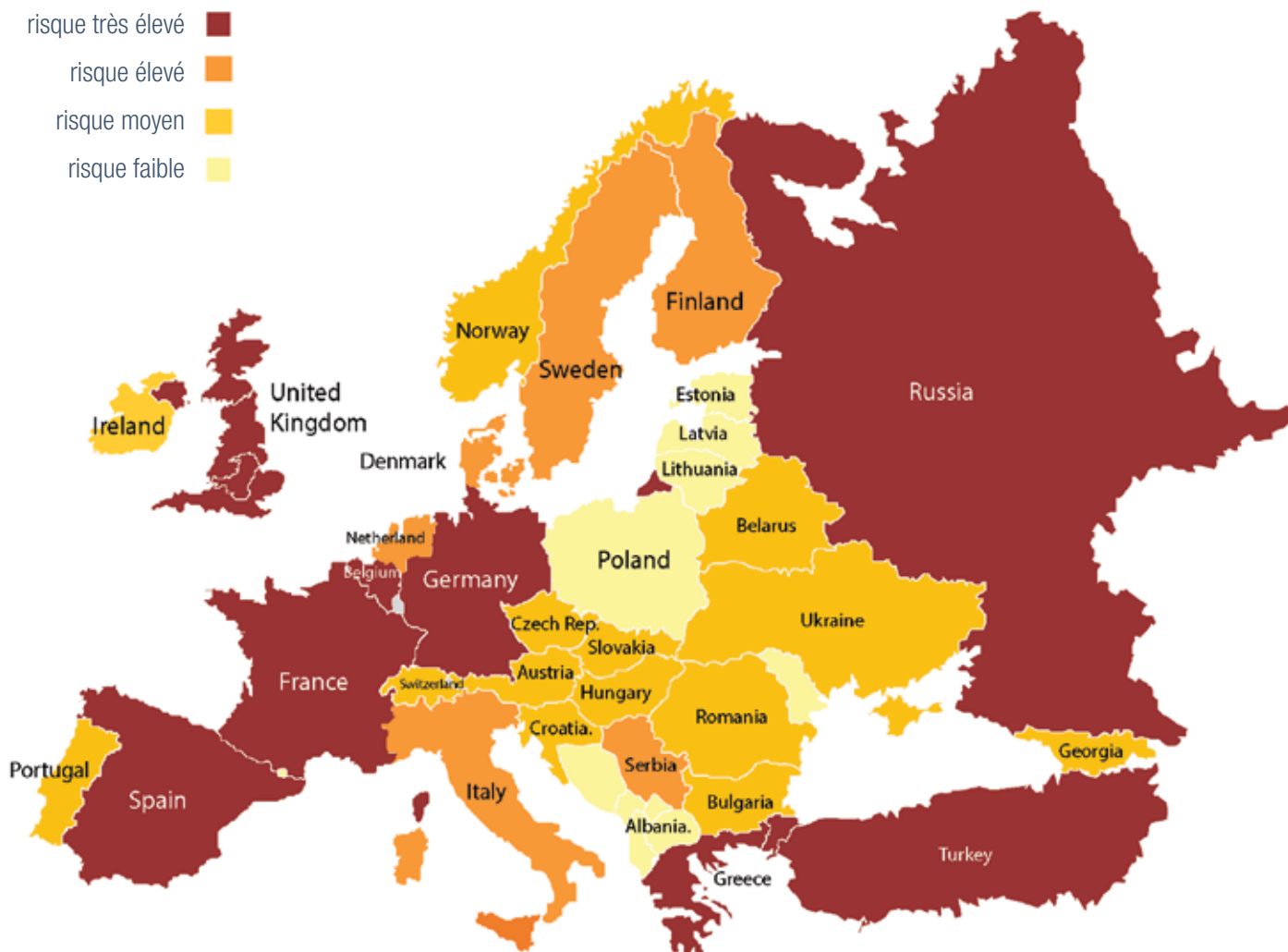
---

*(Sources : le Monde, le Monde Diplomatique, les Echos, les Echos du tourisme)*



## Les pays à risque

- risque très élevé
- risque élevé
- risque moyen
- risque faible



Le but de cette étude est de réaliser un **point de situation** et de faire partager les différentes expériences de nos Membres et leurs réponses face aux nouveaux enjeux sécuritaires.

## La situation

---

La multiplication des actes terroristes durant ces derniers mois a eu des conséquences directes sur les événements d'entreprises, un **secteur particulièrement vulnérable** qui implique l'utilisation de transports, des rassemblements d'individus, l'utilisation de lieux privés et publics.

Suite aux récents événements de Paris, Bruxelles, Nice, Turquie, Allemagne, Tunisie ou Maroc, nous avons constaté chez nos Membres une disparité de réactions, de prise de conscience des nouveaux enjeux et des mesures mises en place pour y répondre.

## L'étude

---

Cette étude analyse les politiques en matière de sécurité en vigueur dans les entreprises, associations et institutions, l'impact des attentats sur les événements notamment dans le choix des destinations et les mesures mises en place pour faire face à cette nouvelle situation.

Pour élaborer ce point de vue, nous avons interrogé plus de 1200 Membres UNICEO avec un taux de réponse de près de 40%. Les 350

---

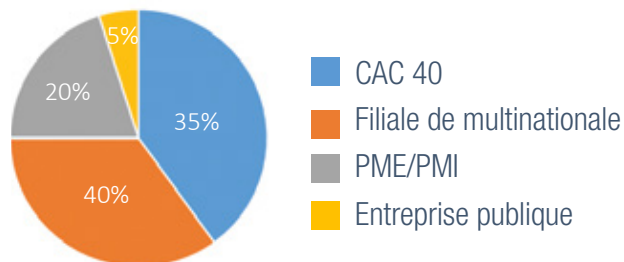
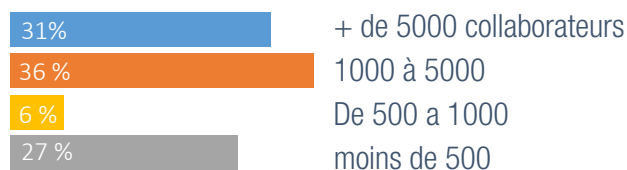
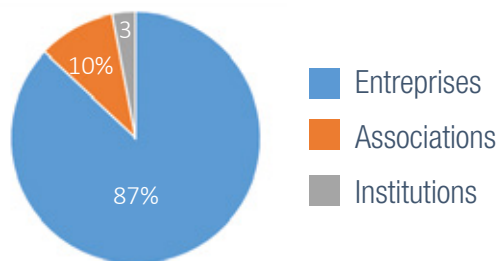
## Les questions

---

- ➔ Quel a été l'impact des actes terroristes sur les événements de nos Membres?
- ➔ Comment cette vulnérabilité et les nouveaux risques sont-ils pris en compte, quelles modifications à court et moyen terme les entreprises ont-elles apporté dans les processus de gestion du risque pour leurs événements?
- ➔ Quels sont les enjeux à venir?



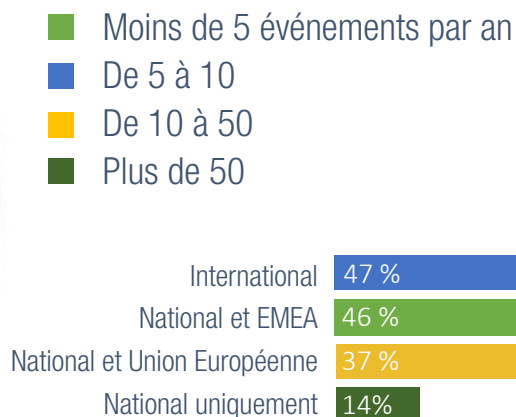
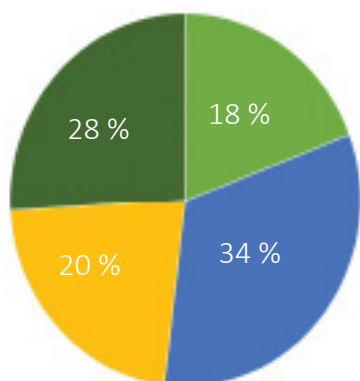
## Les entreprises



## Les participants

Les participants à cette enquête sont tous **donneurs d'ordre seniors** pour les **événements** (BtB, BtC, événements internes et publics, congrès, conventions,...) avec une fonction de direction dans les départements de communication marketing, achat ou logistique de **grandes entreprises**, et d'**associations internationales**. Ils sont majoritairement responsables de la stratégie (57%) de l'organisation (55%) et des achats (30%) et du marcom (39%).

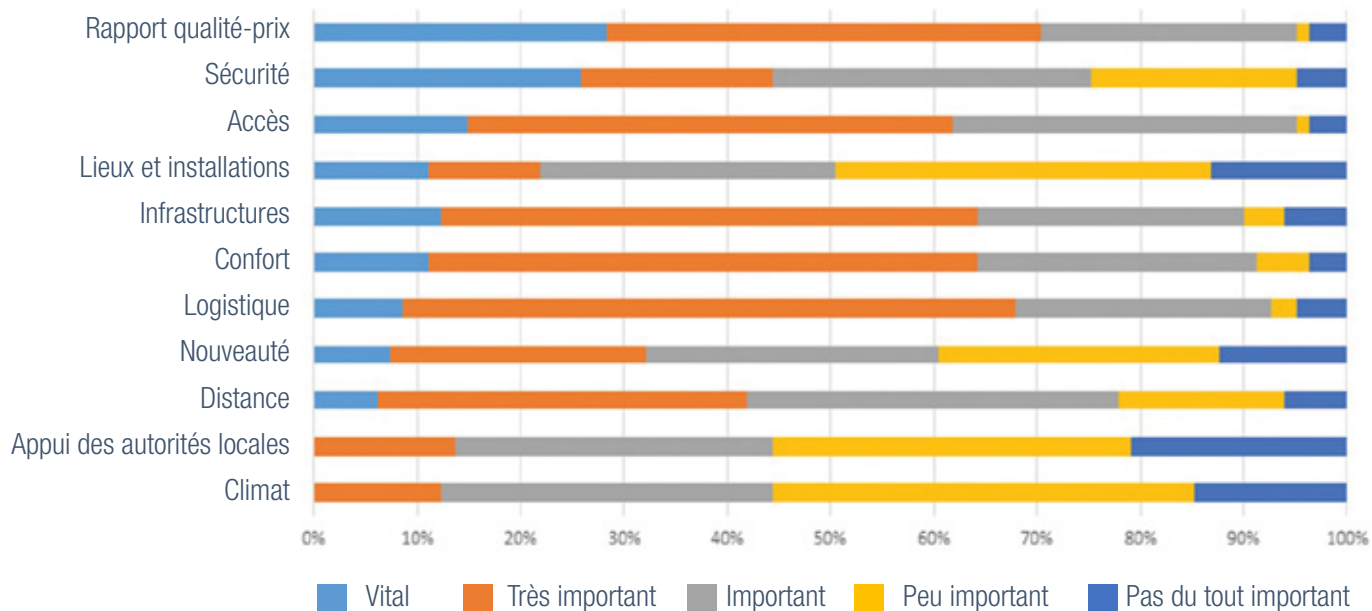
## Les événements des participants



### Types d'événements:

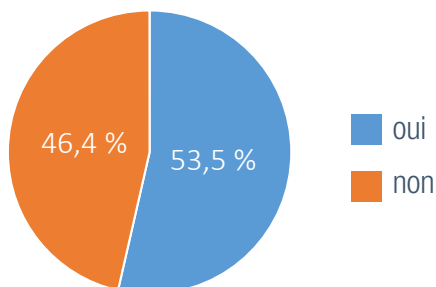
- salons / expositions
- workshops
- fairs / exhibitions
- conférences / séminaires
- incentives
- team building
- comités de direction
- réunions
- lancement de produits

## Les facteurs de décision pour un événement (avant les attaques terroristes)



## La politique sécurité de votre entreprise

**Votre entreprise a-t-elle défini des règles qui lui sont propres en matière de sécurité pour les événements et voyages d'affaires?**



*Une équipe spécifique surveille les alertes de sécurité à tout moment et décide des restrictions en se basant sur le risque et son impact sur le business" (Multinationale - énergie)*

*"Nous essayons de décourager les collaborateurs de voyager ensemble; nous avons spécifiquement fixé une règle d'un maximum de 5 managers sur le même vol." (Laboratoire Pharmaceutique - Europe)*

La réglementation liée à la sécurité étant complexe, les événements très disparates, certaines entreprises se limitent à suivre les directives de leur Headquarters mais d'autres ont mis en place des formations et protocoles en vue de faire respecter les règles.

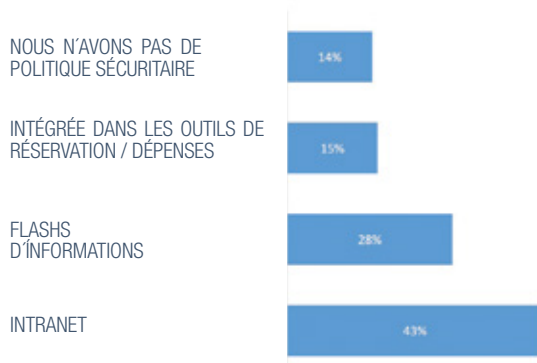
Certaines mettent également en place des dispositifs spécifiques liés à la sécurité des personnes mais ils restent confidentiels et les entreprises ne communiquent pas sur ces aspects. Des règles spécifiques peuvent également être appliquées (pas de voyages de groupes, logement dans des hôtels différents,...etc.).

*"Nous interrompons les voyages et les événements dans un pays dès que l'alerte terroriste est au niveau 4" (Assurance - Benelux)*

*"Transmission infos du MAE, inscription portail Ariane, contrat d'assurances" (Institution - France)*

*"On nous interdit de nous rendre dans certains pays. Suivi des déplacements grâce à SSF." (Entreprise de logistique - Multinationale)*

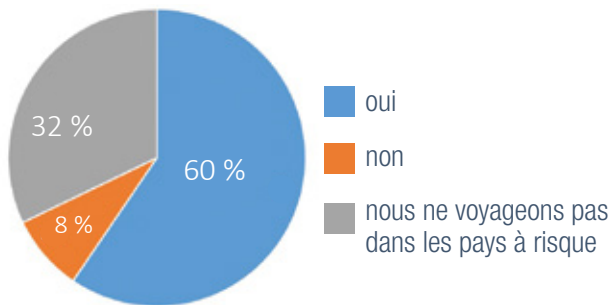
## La politique sécuritaire est communiquée en interne sous forme de:



*“Le responsable Sécurité participe aux réunions de choix du lieu et définit leur compatibilité avec les exigences et standards de sécurité du Groupe”*  
(Groupe Automobile - France)

La plupart des entreprises ne communiquent pas directement à leurs collaborateurs leur politique en matière de sécurité et se limitent aux informations urgentes qui sont toujours communiquées par les canaux classiques (intranet, emails, newsletters). Un nombre encore important des entreprises interrogées ne dispose pas d'une politique sécuritaire. Certaines réalisent une analyse comparative auprès d'entreprises du même secteur plus matures en terme de sécurité.

*“Nous avons informé et actualisé nos employés sur le niveau d'alerte et conseillé de ne pas voyager pendant les périodes d'alerte les plus élevées.”*  
(Groupe Automobile - Asie)



*“Nous étudions avec attention les standards sécurité HSE dans les lieux de nos événements”*  
(Entreprise Pétrolière - Moyen Orient)

*“Dans la mesure du possible nous suivons les directives des Ministères. Nous prenons également des informations sur d'autres sites ou sur Internet.”*  
(Entreprise de transports- France)

## Votre entreprise suit les directives du Ministère des Affaires Etrangères pour les voyages de vos collaborateurs dans les pays dits « à risque »?

La prudence est mère de sûreté comme nous l'indiquent ces résultats. Les entreprises suivent les directives officielles, celles de leurs Sièges, ou ne prennent pas le risque de se déplacer dans les pays cités. Le reste des voyages dans les pays à risque sont le plus souvent approuvés directement par la Direction ou, dans certaines entreprises, par le département Sécurité.

Souvent, les voyages sont réduits au strict minimum: chauffeur attitré lors des déplacements bureau-hôtel, interdiction de sortir de l'hôtel après la journée de travail. À noter que ces règles sont en vigueur déjà depuis longtemps dans des pays comme l'Algérie ou encore le Liban ou les conventions et salons se passent sous haute surveillance et avec un encadrement quasi militaire.

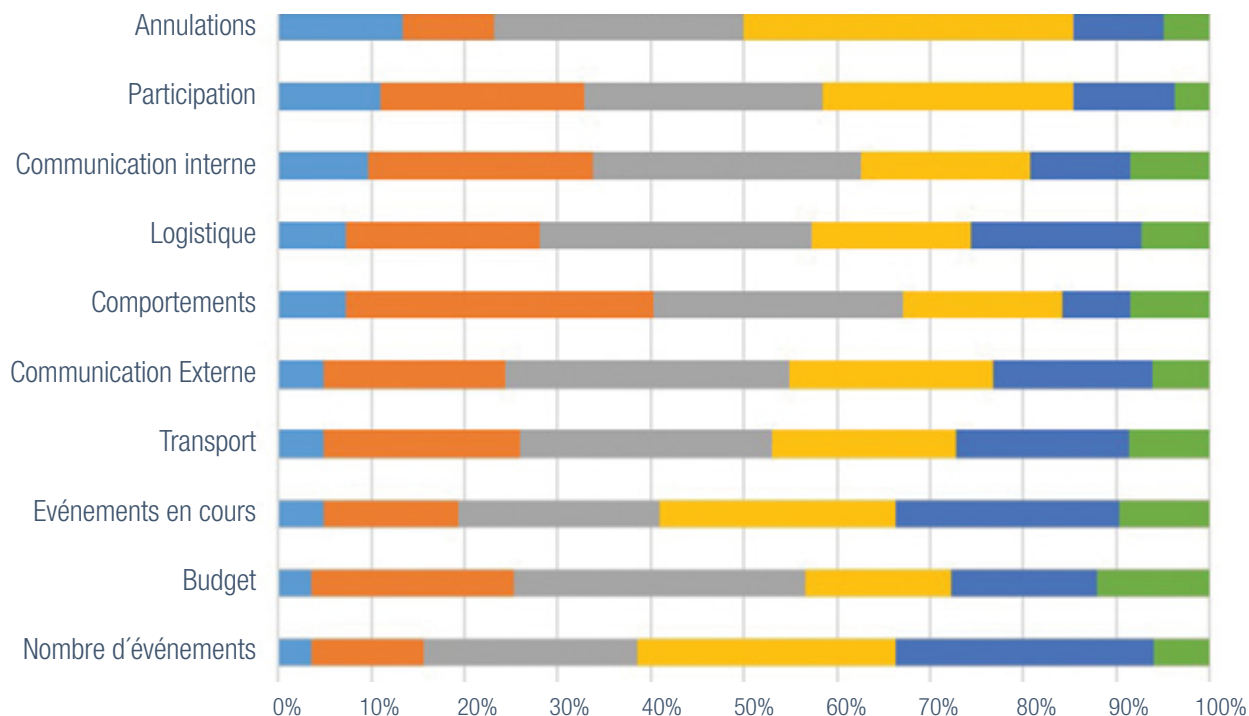
# L'impact



## L'impact des récents actes de terrorisme (2015-2016)

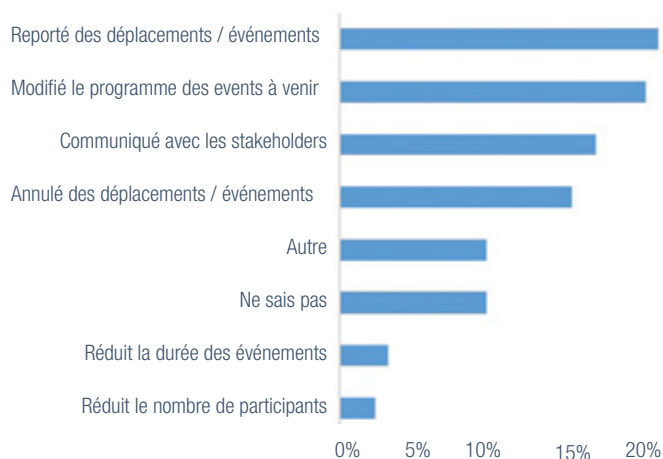
On constate que l'impact sur les budgets et la participation est relativement faible en rapport avec la magnitude des faits. Les annulations sont également marginales et plus centrées sur les participants que sur les événements eux-mêmes.

Par contre, on constate une forte mobilisation des départements communication ou logistique qui doivent s'adapter dans l'urgence. L'impact majeur étant sur les comportements des participants et des collaborateurs qu'il faut rassurer et motiver.





## Immédiatement après les attaques de Paris ou Bruxelles vous/votre entreprise avez:



Les annulations et reports de salons, expositions et événements institutionnels ont été nombreux. En revanche, pour les événements corporate, le nombre de reports a été supérieur aux annulations notamment pour des raisons budgétaires et de communication. De nombreux programmes ont été adaptés et les activités remaniées notamment celles qui étaient organisées dans les lieux publics.

Contrairement à ce qu'on aurait pu croire, les entreprises touchent peu à la durée des événements et ne réduisent pas sciemment le nombre de participants. Les départements de communication ont fonctionné à plein régime pour contacter, informer et rassurer les parties prenantes.

*La participation du grand public à nos événements parisiens a fortement chuté (-30 à 40%). Nous avons dû reconsidérer certaines destinations (Turquie, Egypte)."*  
(Groupe automobile - Multinational)

*"Aucun impact. Nous avons organisé un événement à Paris la semaine suivant les attaques. La participation a été optimale et les clients heureux que nous n'annulions pas l'événement."* (Gestion de fonds- UK)

*"Paris et Bruxelles ne sont plus considérés comme potentielles pour nos programmes incentives."*  
(Laboratoire Pharmaceutique - Russie)

*"Après la destruction de l'avion russe, nous avons changé de destination 2 de nos conférences: 4000 participants d'Europe de l'Est (dévies vers Chypre et le Japon) et 1000 participants d'Europe Centrale (dévies vers l'Espagne)"*

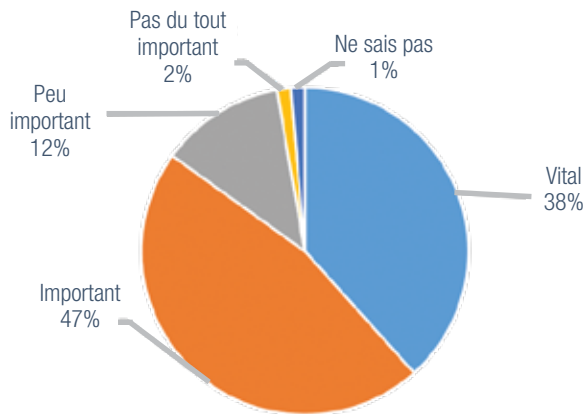
(Entreprise de cosmétique - Multinationale)

*"Nous avons choisi de ne rien communiquer aux participants ni aux collaborateurs"* (Banque - Hongrie)

*Nous avons finalement changé de destination vers un endroit plus sécurisé (après 3 attaques en Turquie).*  
(Entreprise technologique - Allemagne)

## Dans les facteurs de décision pour un événement, quelle est aujourd'hui l'importance de la sécurité?

---



On constate une franche évolution de l'importance du facteur sécurité par rapport aux résultats d'avant les attentats: La somme des entreprises qui la considèrent "vitale ou très importante" passe d'environ 45% à près de 85% aujourd'hui.

Elle entre donc, au même titre que le budget ou la communication dans les éléments clés du processus stratégique et de pilotage. De nombreuses compagnies renforcent le département sécurité en nommant un responsable, en engageant des consultants externes dans ce domaine ..., etc.



# Les réactions

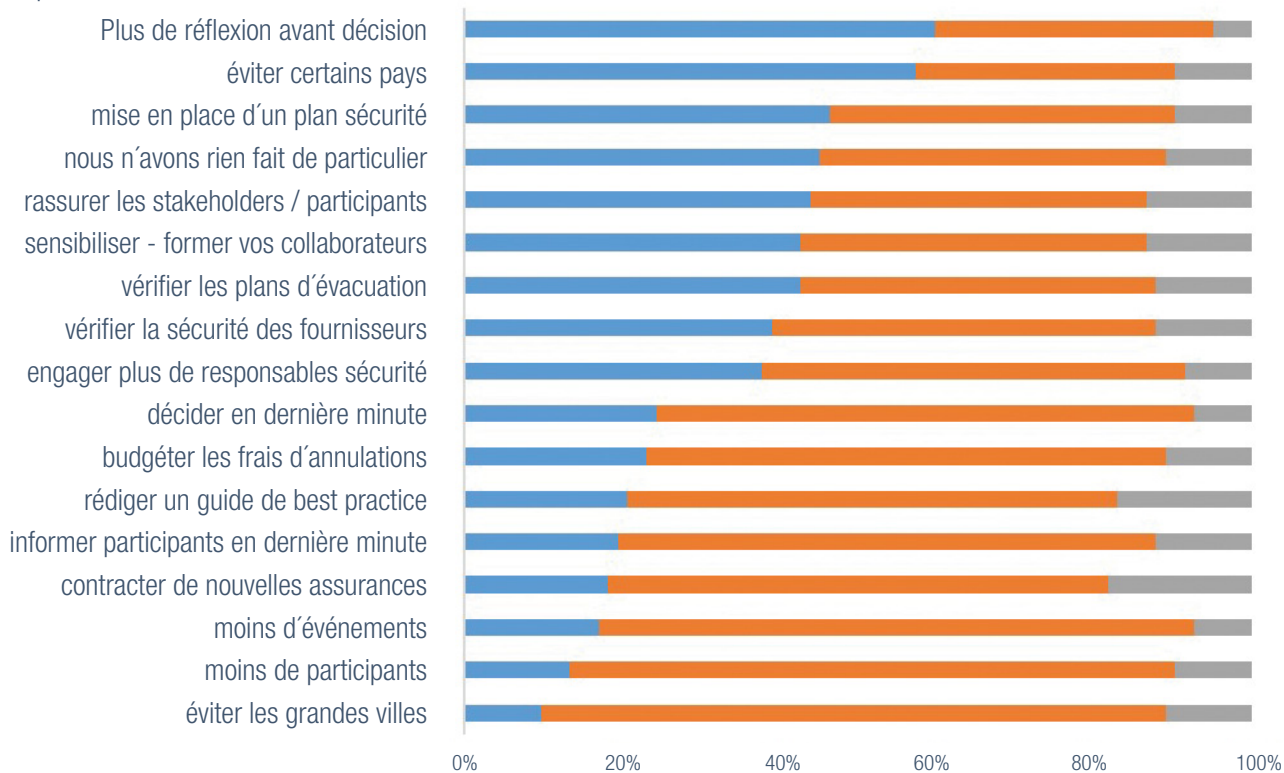


## Les mesures mises en place

### Avez-vous modifié l'organisation de vos événements ces derniers mois?

On constate que la prudence et la réflexion systématique avant de choisir une destination, l'information des parties prenante et la mise en place de mesures de sécurité supplémentaires sont les points clés des nouveaux processus de décision.

- Oui
- Non
- Ne sait pas



*"Nous avons décidé de ne rien changer afin d'éviter d'augmenter les préoccupations de nos participants."*

**(Association - International)**

*"Une communication accrue suivant les procédures de notre entreprise pour les voyages et événements"*

**(Laboratoire Pharmaceutique - Europe)**

*"Consignes et contacts urgence disponibles H24"*

**(Association - France)**

## Pays ou zones que vous avez décidé de ne plus utiliser:

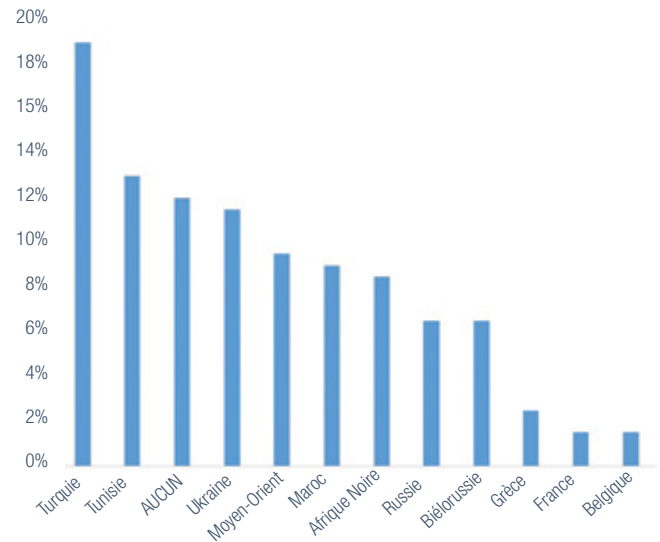
Dans le palmarès des pays les plus évités: Turquie, Tunisie, Ukraine, Moyen-Orient et l'Afrique en général ce qui correspond bien entendu aux pays ayant connu un attentat récemment, à l'exception de la France et de la Belgique où le niveau de confiance reste élevé malgré les attentats à répétition. Cette confiance est probablement due aux mesures de sécurité très renforcées qui ont été mises en place.

Pour l'Ukraine, le Moyen-Orient ou le Maroc, il semble que la raison principale soit un contexte géopolitique peu rassurant.

*Nous privilégions les liaisons aériennes directes et évitons les zones de guerre mais ne blacklistons aucune destination.” (Fond d’investissement - International)*

*“Nos décisions de ne plus utiliser certains pays sont temporaires jusqu’à ce que la sécurité revienne à un niveau acceptable”*

**(Entreprise technologique - Allemagne)**



*“En 2016, la plupart de nos conférences étaient prévues en France et au vu des derniers attentats, nous nous sommes tournés plus vers l’international”*

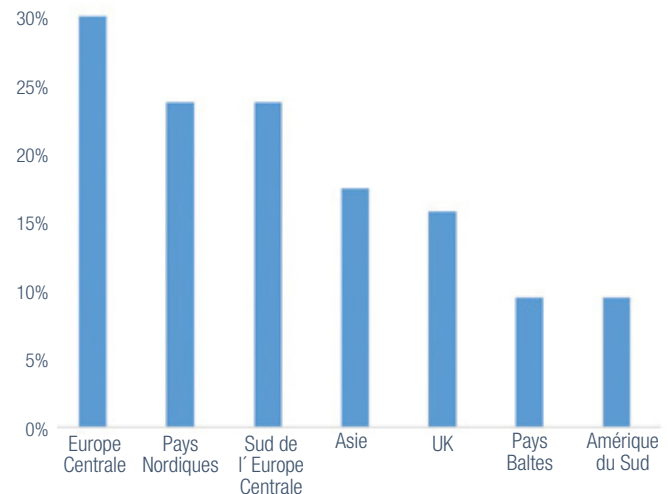
**(Association bancaire - International)**

## Choisissez-vous de nouvelles destinations ?

On constate que 78% des participants choisissent des destinations en Europe avec une préférence pour les pays de l'Europe centrale et les pays nordiques (plus de 50%) Ce chiffre est assez conséquent pour la destination Europe nord et sud.

*“Berlin, Lisbonne, Valence, Dublin, Stockholm, Slovénie (Ljubljana, Bled) Suède.”*

**(Entreprise alimentaire - International)**



## Remplacez-vous des événements internationaux par des événements nationaux?

Nous constatons que déjà plus d'un quart des entreprises interrogées ont décidé de choisir exclusivement des destinations dans leur pays. On note dans les tendances des villes comme Lyon, Marseille, Biarritz et Strasbourg qui bénéficient d'un léger report. Les entreprises semblent choisir des destinations où les attaques sont les plus improbables. Il convient d'observer si cette tendance va s'affirmer dans les prochains mois.

## Avez-vous augmenté votre budget sécurité pour les événements?

80 % des répondants confirment ne pas avoir augmenté leurs budgets sécurité; il semble y avoir un écart important entre la perception des faits et les actions menées en interne. 20% des entreprises ont quant à elles pris la décision d'augmenter leur budget mais dans une proportion bien faible (entre 1 et 5 %) qui ne laisse pas beaucoup de place aux changements importants. Il semble que les entreprises privilégient les actions ponctuelles pendant les événements comme par exemple augmenter le personnel responsable de la sécurité.

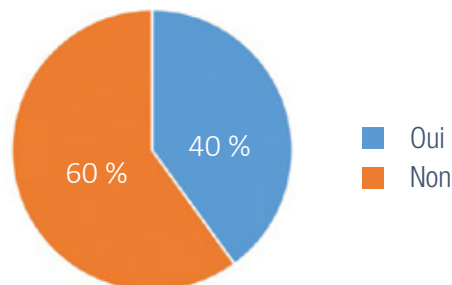
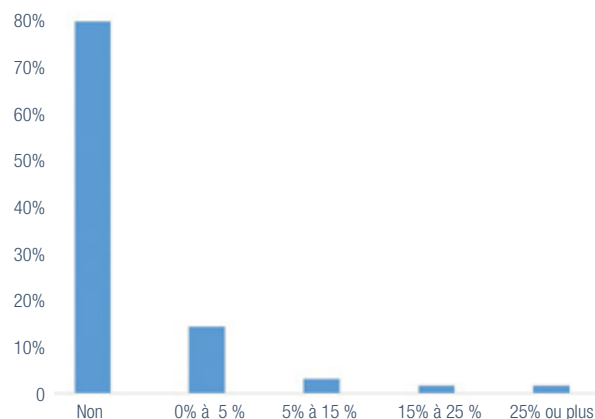
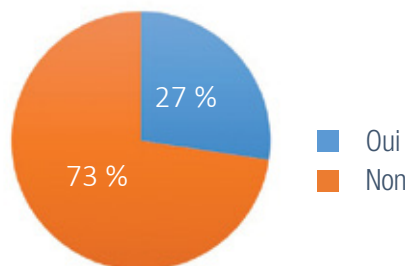
## Les mesures mises en place rendent votre travail plus difficile, plus lourd?

Les avis sont très partagés! Selon les entreprises, le travail varie et des difficultés s'additionnent, notamment dans des entreprises de + de 10.000 personnes et présentes sur les 5 continents qui ont de nouvelles contraintes notamment pour les départements sécurité et communication.

*"Nous avons dû créer un nouveau plan sécurité."*

(Assurance - Belgique)

*"Absolument aucun changement"* (Finance - Multinationale)



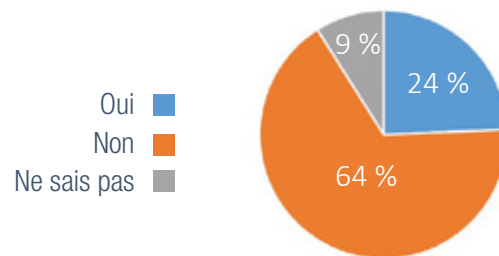


## Les enjeux

### Pensez-vous que les pays Européens touchés par les attentats doivent être inclus dans les pays à risque?

Presque 3 personnes sur 4 pensent que les pays Européens touchés (France, Belgique, Allemagne,... etc.) sont hors de la liste des pays à risque certainement grâce aux nombreuses mesures de sécurité qui ont été prises. Il y a clairement deux tendances et deux poids deux mesures entre l'Europe et certains pays méditerranéens.

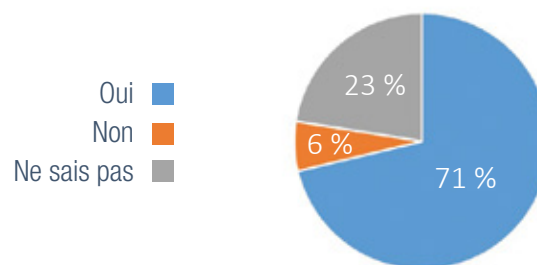
*“Non car ces actes restent pour le moment isolés et non fréquents, de plus dans des destinations très attractives. Il serait utile de les inclure dans une liste des nations à risque si les attaques devenaient fréquentes bien que ces actes puissent avoir lieu dans n'importe quel pays d'Europe.”*  
(Entreprise pharmaceutique - International)



*“Il faudrait les inclure en fonction du niveau de risque d'attentats fixé par le pays. Une fois le retour à la normale (comme Paris pour le moment), les sortir de la liste.”*  
(Association médicale - International)

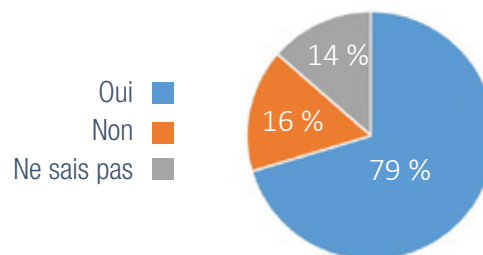
## Pensez-vous que les actes terroristes vont perdurer en Europe?

Les ¾ des sondés pensent que l'acte terroriste est ancré dans notre nouveau mode de vie et que, dans les mois et les années à venir nous devons vivre avec une menace terroriste permanente. Le risque est intégré dans toutes les évaluations. Même si seul un quart des personnes interrogées s'accordent aujourd'hui à inclure les pays Européens dans les pays à risque de manière officielle, c'est déjà un fait dans le subconscient collectif.



## Pensez-vous que votre entreprise prendra de nouvelles mesures si les actes terroristes venaient à se multiplier ?

Les entreprises sont presque toutes sur un mode action / réaction et beaucoup de décisions se prennent au dernier moment. Avec la multiplication des incidents, elles se doivent d'anticiper de plus en plus et se préparer à un nouveau mode de fonctionnement ou la sécurité est intégrée dans tous les processus stratégiques.



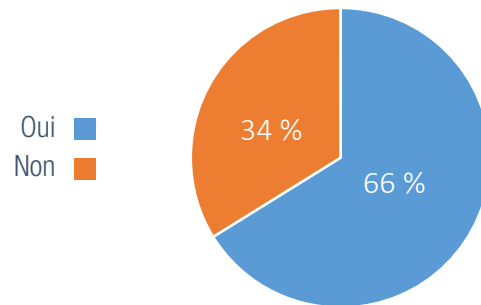
*“Si la fréquence des attentats devait augmenter les mesures de sécurité supplémentaires mises en place par les autorités en particulier dans les transports et notamment les aéroports entraînerait d'importants délais qui impacteraient de manière significative les agendas des événements.” (Entreprise pharmaceutique - International)*





### D'après vous, les mesures adoptées seront t'elles efficaces?

Toutes les personnes interrogées sont unanimes. Quelles que soient les mesures adoptées, il sera très difficile d'empêcher de nouvelles attaques. Par contre, plus d'un tiers des participants pense que les mesures prises sont efficaces pour faire prendre conscience aux participants aux événements de l'importance de la vigilance, des mesures de sécurité à adopter et de comment réagir en cas de crise.



*"On ne peut pas tout contrôler: des attaques de kamikazes peuvent être perpétrées n'importe où et à n'importe quel moment quelles que soient les mesures mises en place."*

(Entreprise pharmaceutique - International)

*"Elles servent pour le moins à faire prendre conscience et à mettre en garde"* (Fabricant de jouets - International)

*"Même si l'efficacité des mesures reste très limitée, l'information et la préparation sont toujours payants."*

(Entreprise boissons - International)

## Quelques études de cas

“ Lors d'un team building a Epernay, l'attaque d'un contrôleur par un malfaiteur provoque une grève générale de l'ensemble de la profession avec des conséquences importantes sur le trafic ferroviaire. Les participants se retrouvent bloqués et nous devons contacter une société de taxis pour les faire rentrer à Paris. D'où l'importance d'un réseau de partenaires fiables (ici la société de taxis) réactifs et opérationnels.

“ En matière de sécurité, peu d'entreprises savent s'adapter, ont accès aux informations nécessaires ou aux outils pour répondre à de tels challenges. Pendant la période des lancers de roquettes en Israël, nombreuses sont les entreprises qui doivent continuer leurs activités. Permira décide de faire appel à des entreprises locales, qui connaissent la gestion de crise dans cette zone géographique et choisissent les lieux adaptés pour les événements.

Accueillant des participants du monde entier, nous devons dans ces périodes pendant lesquelles les émotions prennent le dessus, faire en sorte qu'ils se sentent en sécurité.

Souvent, les participants préféreront éviter des pays où ils pourraient potentiellement se sentir en danger, et choisir d'autres destinations ou les mêmes sujets de conférences sont traités. En tant qu'organisateur nous devons nous adapter à ces situations dans l'urgence.

---

*Nous avons volontairement omis les commentaires de nos Membres sur les attentats de Bruxelles et Paris.*

*Nous remercions tous nos Membres pour les verbatims et Case Study apportés lors de cette enquête et plus spécialement Sophie Videment, Fatoumata Ly et Francesca Castelli.*

“ Le digital a profondément bouleversé la communication en démultipliant les points de contact directs avec les publics (Touch Points), la temporalité de diffusion et d'échanges d'informations, et la mobilité permettant de ce fait d'assurer une meilleure sécurité pour les événements notamment pour:

- Informer les participants en temps réel par email, emails intelligents (comme MailChimp qui permet de mesurer les taux d'ouverture), les réseaux sociaux, les applications spécifiques aux événements (Evenium par exemple).

- Faciliter l'intervention des secours: L'émargement électronique permet de connaître en temps réel le nombre exact et l'identité des participants réellement présents, le Safety Check mis en place par Facebook permet d'informer les proches sur le fait que les participants sont en sécurité.

- En prévention pour des événements à forts enjeux de sécurité (coupe du monde de football, jeux olympiques...), les applications biométriques et caméras de reconnaissance faciale, ..etc.

- Des applications de secours avec géolocalisation peuvent permettre d'aider les secours à agir de façon plus efficace (Urgences, « Au secours » lancée par l'Association nationale des premiers secours, Lifesaver, Echo112...)

Dans un futur proche, avec des services de géolocalisation plus précis et une personnalisation toujours plus fine des services, on peut facilement imaginer des guidages visuels et vocaux, voire de réalité augmentée de chaque utilisateur vers les issues de secours en cas d'incendie, d'attentats ou autres situations de crise.



## La **Conclusion**

Les risques liés aux attaques terroristes ont fait réagir les entreprises qui ont modifié leurs points de vue et orientations notamment dans le choix des destinations pour leurs réunions et événements.

La sécurité prime maintenant sur l'attractivité voire même le budget et même si le secteur événementiel tire profit de la croissance globale (+ 5 % cette année), ce résultat cache un profond bouleversement.

De nombreuses destinations méditerranéennes attrayantes et bon marché sont devenues à risque; les entreprises font alors jouer à fond la concurrence ce qui favorise l'émergence de nouvelles destinations qui tirent leurs épingles du jeu en se positionnant régulièrement dans le carré final. On voit comment des pays comme la Croatie, la Grèce, le Portugal, la Bulgarie ou le Monténégro profitent de cette situation.

La France est l'un des grands perdants et Paris recule nettement non seulement à cause des attentats mais

également de l'état d'urgence qui, s'il peut rassurer la population locale, décourage les organisateurs d'événements qui voient leur tâche se compliquer.

Pour notre pays, redevenir une destination touristique de premier plan passe avant tout par un plan d'action qui doit être mis en place par les autorités politiques en collaboration avec les professionnels du secteur. Ceci afin d'accompagner la transition sécuritaire et d'aider les destinations, les entreprises et les différents acteurs du secteur pour restaurer la confiance.

Face à une situation exceptionnelle qui risque de perdurer, les mesures à prendre doivent être elles aussi exceptionnelles et prises en consensus avec toutes les parties prenantes, politiques, associatives et privées.

*Daniel Verschaere - Laurent Fuchs*

**UNICEO**

UNITED NETWORKS OF  
INTERNATIONAL CORPORATE  
EVENTS ORGANIZERS

2017  
**EUROPEAN CONGRESS**

**The Power of Collective Intelligence**



La richesse individuelle est la somme des expériences et connaissances collectives



RENCONTRER  
ÉCHANGER  
INFLUENCER  
SE FORMER  
DÉCIDER

Vous êtes responsable senior en charge des événements corporate dans les départements marketing, communication ou achats de votre entreprise? Rejoignez le Congrès UNICEO pour rencontrer et partager avec vos pairs, vous former et élargir votre réseau pour organiser de meilleurs événements et booster votre carrière.

*"Seul vous irez plus vite;  
ensembles, nous irons plus loin!"*

**[european-congress.com](http://european-congress.com)**