



## LILLE GRAND PALAIS, AUX AVANT-POSTES D'UN SECTEUR ÉVÈNEMENTIEL QUI SE RÉINVENTE

Après une saison 2018 – 2019 qui affiche la deuxième performance de la SAEM en termes de chiffre d'affaires, Lille Grand Palais se tourne vers l'avenir pour répondre aux enjeux d'un secteur événementiel en pleine mutation. Sous l'impulsion de Philippe Blond, son nouveau directeur général, l'un des seuls sites français à mixer palais des congrès, centre d'exposition et zénith entend miser sur ses savoir-faire et la puissance de son écosystème pour faire rayonner les atouts de la destination Lille en France et à l'international.

### UNE SAISON HISTORIQUE

De juillet 2018 à juin 2019, Lille Grand Palais a enregistré un chiffre d'affaire de 20,5 millions d'euros, le deuxième de son histoire. Cette réussite résulte tout à la fois de l'engagement des équipes qui ont accueilli 300 événements réunissant 950 000 visiteurs et de la bonne performance des productions Lille Grand Palais comme de ses activités BtoB (congrès et événements corporate) avec un nombre de congrès en hausse de 20%.



### UN IMPACT ÉCONOMIQUE INDÉNIABLE POUR LE TERRITOIRE

Lille Grand Palais a cette saison encore été créateur de valeur pour la métropole lilloise. Les retombées économiques générées par ses activités, hors spectacle, sont estimées à plus de 73 millions d'euros. Cela représente plus de 59 millions d'euros qui irriguent l'hôtellerie, les restaurants, les transports et le commerce.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Impacts calculés selon la méthode développée par E&Y en 2014

### 3 AXES STRATÉGIQUES POUR RÉPONDRE À LA MUTATION DU SECTEUR

Le secteur de l'évènementiel est, comme bien d'autres, bousculé par des tendances profondes : la festivalisation avec des événements qui mixent lieux différents et même séquences hors-les-murs, la demande de contenus plus ciblés, plus expérientiels et bien sûr la volonté croissante d'une offre plus responsable.

Dans ce contexte, Lille Grand Palais s'est fixé 3 axes stratégiques :

#### Enrichir l'expérience client

Les organisateurs d'évènements attendent des propositions qui cassent les silos et sortent des schémas établis. L'heure est à la festivalisation, à l'hybridation des contenus et des formats et à la digitalisation. L'enjeu ? Offrir aux visiteurs et participants une expérience toujours plus interactive, immersive et personnalisée.

Face à cette évolution du marché, Lille Grand Palais dispose d'atouts indéniables. Sa configuration unique en France qui combine Palais des congrès, Centre d'exposition et Zénith connectés avec le meilleur des technologies. Son expertise en matière de production de contenus ciblés. Et bien sûr son ouverture à l'écosystème local pour co-construire des événements disruptifs. Avec ces ingrédients exclusifs, Lille Grand Palais entend élaborer une offre événementielle renouvelée déjà adoptée par Kiabi lors de sa toute dernière convention qui s'est invitée dans les espaces congrès, exposition et spectacle ou par le Forum International Cyber Sécurité qui sortira des murs pour sa prochaine édition.

#### Accroître la production d'évènements

Depuis 2004, Lille Grand Palais façonne en solo ou en coproduction des événements dont les contenus ont construit le succès. Après Art Up!, Kids Parc, International Lille Tatoon Convention, Fashion Day ou le Salon de l'Emploi. Lille Grand Palais lancera cette saison un nouveau rendez-vous porté par ses équipes : le Salon Lille Auto Héritage du 17 au 19 avril.

#### Intensifier sa démarche RSE

Certifiée ISO 9001, ISO 14001 et « Qualité et Développement Durable » de France Congrès, Lille Grand Palais cible, à l'horizon 18 mois, la certification ISO 20121 pour répondre aux attentes croissantes des donneurs d'ordre en matière de développement durable. Avec cette norme certifiante, pensée par et pour les acteurs de la filière événementielle, Lille Grand Palais renforce son engagement qui s'illustre par exemple avec la valorisation de 38% de ses déchets.

#### LE POINT DE VUE DE PHILIPPE BLOND, NOUVEAU DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LILLE GRAND PALAIS

Après presque 30 ans d'expérience acquise dans le monde de l'agence ou chez l'annonceur, Philippe Blond est un expert du secteur MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions), du marketing et de la communication événementielle. Avec une vision résolument orientée client, il rejoint Lille Grand Palais en octobre 2019 pour y impulser une nouvelle dynamique.

« Une nature hybride, une marque puissante, un position géographique d'exception et surtout une équipe d'experts agiles et inventifs. Lille Grand Palais dispose d'atouts majeurs qui vont nous permettre de demeurer aux avant-postes d'un secteur événementiel qui se réinvente ! »

Philippe Blond

## A PROPOS DE LILLE GRAND PALAIS

Lille Grand Palais est un centre de congrès, d'expositions et de spectacles (Zénith) unique en son genre. Imaginé par Rem Koolhaas en 1994 ce bâtiment bénéficie d'une situation exceptionnelle en cœur de ville.

Animé par une équipe de 80 collaborateurs, le site accueille, chaque année, près d'1 million de visiteurs au sein de plus de 300 évènements (réunions, conférences, colloques, conventions, salons, expositions, congrès ou spectacles). Hyper modulable, il dispose de 4 auditoriums, 28 salles de commission, 4 halls d'exposition pour une surface totale de 20 000 m<sup>2</sup> sur un même niveau et d'espaces polyvalents.

En 2007, Lille Grand Palais est également devenue organisateur-producteur d'évènements avec des productions telles qu'Art Up! Kids Parc, International Lille Tatoo Convention... Certifié ISO 9001 et ISO 14001, Lille Grand Palais est durablement un lieu d'inspiration et de créativité.

[lillegrandpalais.com](http://lillegrandpalais.com)



## CONTACTS PRESSE

### LILLE GRAND PALAIS

**Mathilde Pimont**  
Responsable Communication  
07 50 13 91 84  
[m.pimont@lillegp.com](mailto:m.pimont@lillegp.com)

### PRESSE & CIE

**Véronique Rétaux**  
06 30 07 93 35  
[vretaux@presse-cie.com](mailto:vretaux@presse-cie.com)