



Foires et salons France-Monde 2015

**3 800 rendez-vous d'affaires
dans 105 pays
177 événements clés en France**

En partenariat avec

unimev
UNION FRANÇAISE DES METIERS DE L'ÉVÉNEMENT

P
PROMOSALONS

ufi
The Global
Association of the
Exhibition Industry

et www.eventseye.com



Vous emportez temporairement du matériel ou des échantillons à l'étranger ?

Facilitez vos passages en douane avec le carnet ATA



EMPORTEZ EN TOUTE TRANQUILLITÉ

- votre matériel professionnel : équipements audio-photo-vidéo, matériel de compétition sportive, décors de théâtre, instruments de musique, matériel de spectacle, aéronautique, véhicules...
- votre outillage ou vos appareils techniques pour installer ou maintenir un équipement
- des échantillons ou des prototypes afin de prospecter une nouvelle clientèle
- vos produits dans le cadre d'une foire ou d'une exposition
- vos véhicules routiers privés ou commerciaux, quad, aéronef...

FRANCHISSEZ LES FRONTIÈRES EN TOUTE FACILITÉ

- sortie de France et entrée dans les pays
- sortie des pays et retour en France

LA SOLUTION DE VOTRE CCI

Le carnet ATA est rapide, simple et économique. Il est utilisable dans plus de 70 pays.



Commandez votre carnet ATA sur
www.formalites-export.com



**Département des Facilités
du Commerce Extérieur**
Bourse de Commerce
2 rue de Viarmes
75040 Paris cedex 01
webata@cci-paris-idf.fr

0820 012 112
0,12 €/minute



CCI PARIS ILE-DE-FRANCE

ÉDITEUR Sedec SA

11 rue de Milan - 75009 Paris - France
Téléphone : +33 (0) 1 53 80 74 00
www.lemoci.com
Directeur de la publication
Vincent Lahu

RÉDACTION

Rédactrice en chef : Christine Gilguy (31)
Grand reporter : François Pargny (23)
Ont collaboré à ce numéro : Venice Affre
Maquette : Delphine Miot, rédactrice graphiste (37)
Pour joindre votre correspondant par téléphone, composez le
+33 (0) 1 53 80 74 suivi des deux
derniers chiffres du poste.

PUBLICITÉ

Directeur Commercial :
Philippe Chebanec (10)
Directeur de Clientèle Internationale :
Christophe Bonami (01)
Directrice de Clientèle Internationale :
Pauline Conjard (07)
Antenne régionale sud : Karine Rosset
(+33 (0) 4 91 28 60 26)
Assistante commerciale et
responsable technique :
Cindy Colle (14)
Fax de la publicité : +33 (0) 1 49 70 12 69

MOCI EVENEMENTS

Chef de projet pôle Événement :
Benoît de Montmarin
(+33 (0) 1 49 70 12 73)

GESTION, ADMINISTRATION

Directrice générale adjointe :
Delphine Chêne
Directrice de la diffusion et du Web :
Michèle Marcaillou
Directrice du marketing :
Victoria Irizar
Directeur de la fabrication :
Robin Loison
Webmaster : Pierre Lahu
Comptabilité, gestion :
Évelyne Montecot (08), Valérie Perrin

Conception graphique : amarena Impression

Imprimerie de Champagne
Rue de l'Etoile de Langres
ZI Les Franchises - 52200 Langres
Commission paritaire.
Publication n° 0916 T 81051
ISSN : 0026-9719. Dépôt légal à parution
L'adresse électronique des collaborateurs permanents
est : prenom.nom@lemoci.com

Copyright : toute reproduction, même partielle, des
textes et documents parus dans le présent numéro est
soumise à l'autorisation préalable de la rédaction
Magazine bimensuel.
Photo de couverture : D.R.

Abonnement 1 an (24 numéros + Lettre
confidentielle + accès web limité)
285,88 euros TTC.

La Vie du Rail ou Le Moci

Service abonnements
11 rue de Milan
75440 Paris cedex 09
Tél. : 01 49 70 12 20
Tarif étranger : nous consulter

ÉDITO

3 800 événements pour booster vos exportations

La crise a-t-elle eu un impact négatif sur la fréquentation des foires & salons dans le monde ?

Oui, mais il est loin d'avoir été dévastateur si l'on en croit les chiffres publiés par l'UFI (Global Association of Exhibition Industry) pour le monde, et Unimev (Union française des métiers de l'événement, ex. FSCEF) pour la France, notamment grâce aux relais de croissance qu'ont constitué les marchés émergents, tant en manifestations qu'en exposants et visitorat. Ces deux organisations s'attendent d'ailleurs à ce que la vraie reprise ait lieu en 2015 (lire pages suivantes).

Les salons professionnels restent donc des lieux de rencontres business privilégiés pour les entreprises de la planète. On s'y montre, on y veille, on noue ou on entretient le contact physique avec ses fournisseurs, ses clients, ses prospects et... ses concurrents. Un contact physique qui reste indispensable à l'international.

La sélection 2015 que nous vous proposons est aussi riche que l'an dernier : 3 600 foires et salons professionnels dans 105 pays, près de 180 en France, soit près de 3 800 événements professionnels.

Comme chaque année, nous fournissons des informations précieuses pour faire gagner du temps à nos lecteurs : labels qualités (646 cette année), pavillons collectifs français (251 mentionnés pour 2015), index des événements pour faciliter la recherche. Et nous proposons trois calendriers distincts, réalisés avec le concours de nos partenaires, pour faciliter la lecture :

- celui des foires et salons à vocation internationale en France, qui comporte 177 rendez-vous labellisés, a été fait grâce au concours de la fédération Unimev, notre partenaire ;
- celui des foires et salons dans le monde, qui répertorie 3 593 événements, a été réalisé avec le concours de notre partenaire Eventseye, et comporte deux labels de qualité : celui de l'Ufi (Global Association of Exhibition Industry), et celui d'un drapeau tricolore, qui confirme la présence d'un pavillon collectif France subventionné sur la manifestation ;
- celui des pavillons France subventionnés par les pouvoirs publics fournit, par pays, avec le contact de leur organisateur.

De quoi préparer votre programme de prospection et d'exposition 2015 en toute sérénité.

À vos agendas !

Christine Gilguy

SOMMAIRE

- P. 4 Foires et salons France-monde 2015
- P. 15 Foires et salons en France
- P. 36 Index alphabétique des foires et salons en France
- P. 38 Foires et salons dans le monde
- P. 216 Index alphabétique des foires et salons dans le monde
- P. 250 Pavillons France

POUR CONTACTER
LA RÉDACTION
01 53 80 74 06

POUR VOUS ABONNER
01 49 70 12 20
abonnement@lemoci.com
Toutes nos offres p. 14

POUR JOINDRE
LE SERVICE PUBLICITÉ
+33 (0)1 49 70 12 07

Après la crise, les salons à l'heure du réveil

Fin la crise. Mais, après la tempête sur l'économie mondiale survenue en 2008, ce n'est pas encore le beau temps. Il faudra attendre fin 2015 vraisemblablement pour que s'effacent définitivement les effets néfastes de cette crise et que les métiers des foires et salons retrouvent leur allant. Les plus optimistes sont les organisateurs américains. Les marchés émergents, Asie en tête, constituent, par ailleurs, les meilleurs relais de croissance. La France résiste bien, surtout grâce à ses grands salons professionnels attirant une clientèle planétaire.



DR

Vivement 2015 ! Quelle que soit la région, le continent, le pays, les organisateurs de salons sont unanimes : la crise économique se fait encore sentir, mais progressivement ses effets s'estompent, au point d'anticiper une sortie du tunnel fin de l'année prochaine. De façon concrète, l'Union des foires internationales (UFI) dévoile dans son 13^e baromètre mondial de la profession que 56 % de ses membres « déclarent que l'impact de la crise économique sur leurs affaires n'a pas encore disparu », tout en annonçant « sa fin en 2015 ».

Sur une période de cinq ans, il est intéressant de remarquer que la majorité des entreprises affichent une hausse de leurs chiffres d'affaires. Près de la moitié aurait même réalisé un profit de plus de 10 % depuis 2010. Évidemment, la perception de la crise diffère selon les régions. L'an

dernier, les organisateurs de salons étaient 57 % en Amérique à considérer que la crise était déjà « derrière eux », alors que ce taux ne dépassait pas 30 % en Europe. Et 95 % d'entre eux déclaraient des résultats stables (entre - 10 % et + 10 %) ou en hausse (plus de 10 %), contre 73 % sur notre continent. Dans la zone Asie Pacifique, cette part atteignait 73 %.

L'Ufi note également quelques différences sensibles entre pays. Ainsi, quand 53 % projettent une augmentation de leurs profits supérieure à 10 % cette année en Allemagne, ils ne sont plus que 50 % aux États-Unis et 25 % en Chine. Reste que c'est outre-Rhin qu'on est le moins optimiste : une entreprise sur deux estime que l'impact de la crise est terminé, contre sept sur dix outre-Atlantique et 72 % dans l'ex-Empire du Milieu.

La bonne nouvelle vient de la bonne tenue des salons professionnels, comme Who's Next-Prêt-à-Porter. Le nombre d'exposants en France y a augmenté de 4,2 %.



Programme France Export

Planifiez les manifestations clés
pour votre action commerciale à l'international

600 événements dans le monde pour aider les PME et TPE dans leurs projets export

Salons internationaux, rencontres d'acheteurs étrangers, forums d'affaires...
Ces manifestations sont sélectionnées selon les secteurs et les pays les plus porteurs
d'opportunités commerciales. En participant à ces événements :

- Optimisez votre déplacement en rencontrant en un seul et même endroit vos futurs partenaires
- Profitez de la bannière « France » pour une meilleure visibilité auprès des acteurs locaux
- Bénéficiez d'un accompagnement logistique grâce à une organisation clé en main.

Retrouvez l'intégralité du *Programme France Export* sur :

www.ubifrance.fr/agenda



Concernant la France, d'après l'Union française des métiers de l'événement (Unimev), l'activité des foires et salons a montré « une stabilité remarquable » en 2013. Les locations de surfaces nettes ont, toutefois, perdu 2,2 % en un an et les dépenses des annonceurs, après une hausse de 0,8 % en 2012, ont reculé pour la première fois depuis trois ans de 1 % en 2013 – un chiffre, il est vrai, inférieur à la baisse globale de 3 % des dépenses des annonceurs.

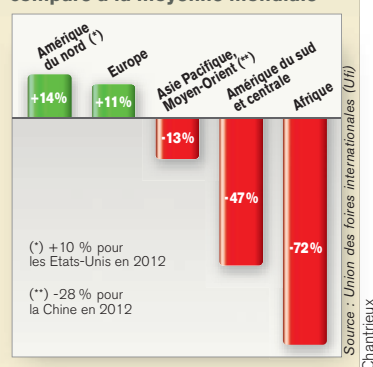
La bonne nouvelle vient de la bonne tenue des salons professionnels français, comme Who's Next-Prêt-à-Porter. Le nombre d'exposants y a en effet augmenté de 4,2 %. Certes, les exposants sont plus économes et la surface moyenne de stand louée a régressé de 1,4 %. En revanche, le nombre d'entrées de visiteurs-acheteurs professionnels est monté de 1,7 %. Parmi les manifestations qui ont profité de cette vague, peuvent être cités le Sirha, le Sima, Maison & Objet, Première Vision, Be+Energie Positive, Industrie.

Par ailleurs, la clientèle internationale est toujours au rendez-vous. Sur 111 salons professionnels répertoriés en 2013, le nombre de participants internationaux, indiquait Unimev en juin 2014, aurait augmenté de 3 à 4 %. Une hausse sensible confortée par la croissance de 4 à 5 % des visites étrangères. Avec, en vedette, quelques salons de renommée mondiale, à l'instar de Cartes, Interfilère, Maison et Objet, Mipim, Première Vision, Première Classe, Sirha et Space.

Pour la plupart de ces événements, les organisateurs ont alimenté leur montée en puissance ou conforté leur arrivée au sommet en les « déclinant » hors de l'Hexagone. Ils ont, en particulier, exporté leur savoir-faire en Asie, à Singapour, à Hong Kong, en Chine en particulier. Selon l'Ufi, l'univers des salons suit la transformation de l'économie planétaire. L'activité dans le monde se déplaçant de l'Ouest vers les zones émergentes, les foires et autres manifestations font de même.

Ce que montrent les statistiques de ces dernières années, c'est que ce mouvement de la filière des expositions vers les régions émergentes est loin d'être achevé. Entre 2008 et 2012, la superficie nette louée a progressé de 9 % en Asie à 21,6 millions de mètres carrés (m²), de

Rapport entre l'espace net loué et le produit intérieur brut (en dollar) de chaque continent comparé à la moyenne mondiale



27 % en Amérique centrale et du sud à 5,1 millions de m², 7 % au Moyen-Orient à 2,6 millions de m² et de 2 % en Afrique à 1 million de m². Les membres de l'Ufi profitent de l'émergence de nouvelles nations sur l'échiquier mondial pour s'implanter durablement sur de nouveaux marchés.

Les relais internationaux de croissance pour les métiers du salon devraient être les mêmes dans le futur. Le graphique ci-contre montre à quel point par rapport à leurs produits intérieurs bruts les régions émergentes affichent encore un retard sensible en matière de location d'espace. Alors que l'Amérique du Nord et l'Europe affichent un taux supérieur à la moyenne de + 14 % et + 11 % respectivement, le rapport espace-PIB comparé à la moyenne mondiale est très faible en Afrique, avec - 72 %, relativement bas en Amérique latine, avec - 47 %. Le retard est moins flagrant pour la partie Asie Pacifique + Moyen-Orient, avec - 13 %. Dans son analyse, l'Union des foires internationales affiche une prudence de bon aloi. « Toutes les économies ne sont pas comparables en termes de potentiel de foires commerciales », reconnaît l'Ufi. Pour autant, elle affirme que la croissance se situe bien là, dans ces pays nouveaux qui offrent des perspectives « très excitantes ».

François Pargny

Le mouvement des manifestations vers les régions émergentes est loin d'être achevé

CHIFFRES CLÉS DES FOIRES ET SALONS EN FRANCE (2012)

- 1 100 foires et salons par an
- 225 000 exposants
- 5,9 millions de m² nets de stands
- 23,6 millions d'entrées de visiteurs
- 698 000 entrées de visiteurs étrangers dans les salons internationaux
- **Dépenses des annonceurs français dans les foires et salons (source France Pub) : 1,515 milliard d'euros**
- **Dépenses des annonceurs dédiées aux relations publiques : 1,797 milliard d'euros**
- **Montant des transactions réalisées évalué au début des années 90 à quelque 23 milliards d'euros par an (une étude vient d'être initiée pour actualiser ce chiffre : résultats attendus début 2015).**
- **Retombées des foires et salons en France (hors flux d'affaires) :**
 - 5,8 milliards d'euros, dont 3 milliards d'euros (51 %) bénéficient aux acteurs du tourisme (hébergement, restauration, transports, shopping, sorties)
 - 2,8 milliards d'euros (49 %) bénéficient aux acteurs de l'organisation et de l'accueil (sites d'accueil, organisateurs d'événements, prestataires de services)

Sources : études partenariales réalisées par Unimev, OJS, CCI Région IDF, Comité des expositions de Paris, France Congrès, Viparis, Atout France, Office de Tourisme et des congrès de Paris, DGCIS.

« La plateforme lille-region.com est une véritable boîte à outils en ligne destinée à accompagner le développement international des entreprises de la région »

Un entretien avec Pierre de Saintignon, Premier Vice-Président du Conseil Régional Nord-Pas de Calais, en charge du développement économique, nouvelles technologies et formation permanente.

Pouvez-vous nous présenter le contenu et les objectifs de la plateforme numérique de la Région Nord-Pas de Calais ?

La plateforme lille-region.com est le nouveau Hub de l'international de la Région Nord-Pas de Calais, un portail numérique d'appui au développement international des entreprises de la région. Bien plus qu'un site internet, la Plateforme est en réalité une véritable boîte à outils en ligne destinée à accompagner les entreprises régionales dans leurs projets de développement international.

Celles-ci ont accès à un large panel d'informations telles que des fiches pays, un agenda évènementiel, des études de marché, des places de marché, le top 10 des pays fournisseurs/clients par produits, un annuaire professionnel international de plus de 100 000 importateurs répertoriés, une base de données recensant un grand nombre d'appels d'offres internationaux...

Bref, une mine d'informations stratégiques. Il suffit tout simplement de créer un profil pour bénéficier de services personnalisés. Lorsque l'entreprise se connecte et s'inscrit, c'est un moyen pour nous de connaître un peu mieux son besoin, un moyen d'y apporter une réponse plus pertinente, et plus réactive.

En quoi ce projet est-il un exemple supplémentaire de la coopération rationnelle et efficace entre les acteurs de l'international qui existe dans votre région ?

Le Nord-Pas de Calais est une région singulière, une région dont une des valeurs les plus fortes est le partage ; les dynamiques d'échange, et de croissance communes font de notre territoire un vrai modèle en matière d'intégration et de regroupement des acteurs économiques.

Le Conseil Régional Nord-Pas de Calais s'est engagé depuis de longues années à fédérer les acteurs économiques autour des différents projets de développement qui ont construit cette image d'excellence que nous sommes fiers de

porter au-delà de nos frontières. Le Nord-Pas de Calais est ainsi l'une des seules régions à rassembler en un lieu unique (l'espace international) l'ensemble des compétences propres à gérer le développement économique international. Cette plateforme fédère les activités liées à l'export, à l'attraction des investissements étrangers, à la communication internationale et à la coopération économique décentralisée. Différents acteurs interviennent autour de ces métiers : NFI, CCI International, pôle international de la Direccte, Coface, BPI France, la CMAR, Ubifrance, le WTC et tous les pôles de compétitivité et d'excellence en région.

Au-delà d'une dimension très pragmatique d'apport d'informations stratégiques à nos entreprises, la plateforme lille-region.com est la vitrine de l'action économique à l'international que mène le Conseil Régional aux côtés de tous ses partenaires de l'international. L'outil offre un accès à l'ensemble des dispositifs, et des services que les acteurs de l'international proposent aux entreprises. Il fédère également les acteurs de l'économie autour d'une seule et unique marque territoriale : « Lille Région Coeur d'Europe », que nous faisons rayonner à l'international.

Quel bilan tirez-vous de cette première année d'application ?

La plateforme lille-region.com a été lancée le 7 octobre 2013 à l'occasion de la 5ème édition de la semaine de l'international (IWEEK) et nous nous préparons aujourd'hui à fêter le premier anniversaire. Lille-region.com est devenue

aujourd'hui la référence régionale pour réussir le pari du développement international pour nos entreprises : nous en comptons plus de 500



D.R.

qui consultent régulièrement les services que nous leur offrons, et qui représentent pour nous le début de la communauté économique de l'International du Nord-Pas de Calais. Ce nouvel outil gratuit, il est bien de le rappeler a suscité un grand intérêt auprès des entreprises, notre volonté est d'apporter de plus en plus de services pour mieux les accompagner.

Avez-vous des projets de développement de la plateforme, notamment en termes d'applications mobiles ?

Une application mobile reprenant les profils commerciaux, marketing, et techniques de plus de 186 pays, a été lancée au mois de juin. Cette application sera accompagnée par deux autres applications : une première sur les flux d'import et d'export à l'échelle internationale ; et une seconde sur les calculateurs de prix d'export import.

Nous envisageons également de développer davantage la Plateforme sur la thématique de la mobilité internationale et de l'attraction des talents internationaux, une dynamique que pilote l'agence de promotion du Nord-Pas de Calais (NFI – Nord France Invest). Ceci dans un effort de compléter le panel des services que nous proposons aux entreprises.

Les chiffres clés de la Plateforme

Pour connaître l'environnement et les tendances sur son secteur de marché

- 30000 études de marché
- Top 10 / 20 / 50 des pays « fournisseurs/clients » par produit
- 2000 fédérations professionnelles

Pour gérer les flux d'import / export, connaître l'environnement réglementaire et les méthodes de commerce

international :

- 10000 pages d'informations sur l'environnement commercial, marketing et réglementaire de 186 pays

Pour prospecter à l'international

- 100000 importateurs répertoriés
- 3000 annuaires professionnels
- 40000 événements internationaux
- 600 places de marché