

PROGRAMME FRANCE EXPORT 2016

PLANIFIEZ LES MANIFESTATIONS CLÉS,
POUR VOTRE ACTION COMMERCIALE À L'INTERNATIONAL.

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, et d'un prix intégrant une aide de l'Etat.

600 ÉVÉNEMENTS DANS LE MONDE POUR AIDER LES PME ET TPE DANS LEURS PROJETS EXPORT

export.businessfrance.fr/agenda



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 Lалу

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 Chebanco (10)
Directeur de Clientèle Internationale :
Christophe Bonami (01)
Directrice de Clientèle et publicité France :
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 service sponsoring et événements :
Saskia Paulmier
+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 Lалу
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 : Fotolia.com

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

Même si le ralentissement de la croissance se fait sentir un peu partout dans le monde en se début d'automne 2015, la crise de 2008-2009 et ses effets dévastateurs semblent derrière nous. Les pays développés sont en phase de reprise, les pays émergents marquent le pas mais restent en croissance pour la plupart.

Indicateur avancé du dynamisme économique et de nombreux secteurs d'activités, les Foires & salons confirme cette conjoncture plus favorable. D'après les résultats du baromètre publiés par l'UFI (Global Association of Exhibition Industry) en juillet 2015, plus de la moitié des professionnels de l'événementiel dans le monde (et 57 % en Asie-Pacifique) déclarent que la crise est finie (lire dans nos pages). Un signe positif.

Malgré Internet, les salons professionnels restent des lieux de rencontres business privilégiés pour les entreprises de la planète, avec leurs clients, leurs fournisseurs, leurs sous-traitants. On s'y montre, on y veille sur la concurrence et les attentes des marchés, on noue ou on entretient le contact physique, on collecte les prospects... Un contact physique, une parole, qui restent indispensables pour faire des affaires à l'international.

La sélection 2016 que nous vous proposons, qu'elle concerne la France ou le Monde est cette année encore très riche : 3960 foires et salons professionnels dans 112 pays, 185 en France, soit près de 4 200 événements professionnels.

Tous ces événements figurent dans nos listes pour le caractère international de leurs exposants et de leur visitorat.

Comme chaque année, nous fournissons des informations précieuses pour faire gagner du temps à nos lecteurs : pavillons collectifs français (202 mentionnés pour 2016), index des événements pour faciliter la recherche.

Et nous proposons trois calendriers distincts, réalisés avec le concours de nos partenaires, Eventseye et l'UFI, pour faciliter la lecture :

- celui des foires et salons à vocation internationale en France, qui comporte 185 rendez-vous, dont certains bénéficient du label de qualité Ufi ;
- celui des foires et salons dans le monde, qui répertorie 3960 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, État et Régions, fournit, par pays, les salons qui en accueilleront et le contact de l'opérateur du pavillon.

De quoi commencer sans tarder à préparer votre programme de prospection et d'exposition 2016 en toute sérénité.

À vos agendas !

Christine Gilguy

SOMMAIRE

- P. 4 Foires et salons France-monde 2016
- P. 10 Foires et salons en France
- P. 26 Index alphabétique des foires et salons en France
- P. 28 Foires et salons dans le monde
- P. 226 Index alphabétique des foires et salons dans le monde
- P. 252 Pavillons France

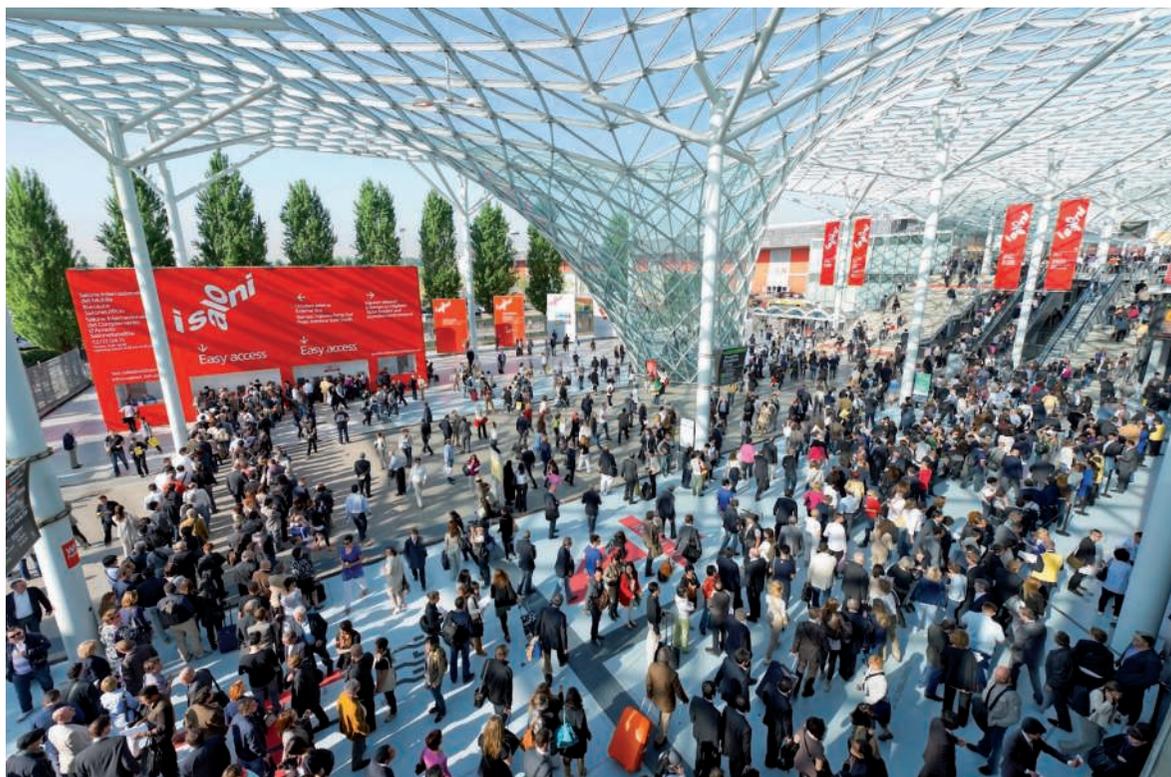
**POUR CONTACTER
LA RÉDACTION**
01 53 80 74 06

POUR VOUS ABONNER
01 49 70 12 20
abonnement@lemoci.com
Toutes nos offres p. 25

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

En France et dans le monde le réveil des salons se confirme

L'optimisme est de mise dans la filière des métiers des événements. En particulier, pour les salons professionnels internationaux accueillant un nombre toujours croissant d'étrangers, des Européens et aussi de plus en plus de Chinois. Ce dont profite la balance commerciale de la France.



La fin d'année devrait confirmer ce que l'on pressentait déjà quelques mois plus tôt : 2015 devrait être une bonne année. En juin dernier, lors de la publication du bilan 2014 de la filière, la Fédération française des métiers de l'événement (Unimev) ne cachait pas sa satisfaction. « Les prévisions de la consommation étant positives pour les prochains mois, cela porte à l'optimisme pour l'année 2015 », écrivait alors Unimev. Quelques mois plus tard, la concrétisation de ses espoirs semble en bonne voie : la zone euro sort doucement de la crise économique et le récent baromètre général de l'Union des foires internationales (Ufi) montre que

l'optimisme affiché dans l'Hexagone est largement partagé dans le reste du monde (lire page 8).

La reprise générale amorcée au moins en Europe, premier gisement d'exposants et de visiteurs étrangers dans les manifestations tricolores, devrait inciter encore plus les opérateurs internationaux à se déplacer sur les grands rendez-vous parisiens ou en région. Même pendant la crise, l'internationalisation des grands salons français, indispensable à leur survie, s'est poursuivie.

Ainsi, l'an dernier, si la part relative des exposants internationaux dans les salons professionnels est demeurée stable à

Les entreprises françaises enregistrent 29 % de leurs ventes hors de France grâce aux foires et salons.

47 %, celle des étrangers dans la fréquentation a progressé de 2,7 %, passant ainsi à 36,3 %. Au final, « la balance commerciale des foires et salons français est positive », affirment aujourd'hui en chœur la Direction générale des entreprises (ministère de l'Économie et des finances), CCI Paris Ile-de-France, Unimev et le Comité des expositions de Paris, sur la base d'un rapport publié en 2015 visant à démontrer que les salons et foires dans l'Hexagone sont « un puissant outil de développement pour les entreprises françaises ». Dans cette étude – dont Le Moci s'est procuré un exemplaire – reposant sur des entretiens menés entre octobre 2013 et novembre 2014 auprès de 3 320 entreprises ayant participé à 48 salons et foires, l'institut de sondage Médiamétrie révèle, en effet, que les exposants français en moyenne « génèrent 2,6 milliards d'euros de transactions avec des clients étrangers », alors que les exposants étrangers « en réalisent 2,3 milliards avec les clients français ».

Les entreprises françaises enregistrent ainsi 29 % de leurs ventes hors de France grâce aux foires et salons. Un chiffre à recouper avec ceux de l'agence publique Business France, selon laquelle, sur un total de 120 000 sociétés exportatrices, 18 500, c'est-à-dire une sur six, effectuent « du chiffre d'affaires grâce aux salons et foires ». Mieux encore, ce type de manifestations permet souvent aux très petites et petites et moyennes entreprises (TPE et PME) de mettre le pied à l'étrier de l'international. En Ile-de-France en particulier, 44 % du chiffre d'affaires sont enregistrés avec des clients étrangers. Paris, capitale des congrès, demeure un aimant extraordinaire. S'y tiennent les principaux salons professionnels. L'Ile-de-France abrite aussi les plus grands parcs d'exposition de l'Hexagone, sinon d'Europe (Paris Nord Villepinte, Porte de Versailles, Le Bourget...) : elle représente ainsi 40 % de la surface de stands de l'Hexagone.

D'après l'étude réalisée par Médiamétrie, pendant la période concernée, le chiffre d'affaires moyen des exposants dans les foires et salons s'est élevé à 30,5 milliards d'euros, dont 68 % au profit des sociétés françaises et 32 % réalisés par des entreprises étrangères. L'optimisme d'Unimev pour 2015 est aussi lié la croissance des dépenses dans les grands

En Ile-de-France en particulier, 44 % du chiffre d'affaires est enregistré avec des clients étrangers

médias. En 2014, alors que la France connaissait encore une quasi-stagnation de son économie, après une baisse de 1 % l'année précédente dans les foires et salons, ces derniers ont affiché, à l'opposé, une hausse de 1 %, d'après une étude Irep-France Pub. Il est vrai que de grands salons internationaux ont enregistré un succès indéniable, comme le Salon international de l'alimentation (Sial), Space (élevage), Première Vision et ses composantes (Leather, Yarns, Accessories, Designs, Fabrics), avec une augmentation de 6 % du nombre de visites sur 2013.

Globalement, les salons professionnels ont reçu 69 535 exposants et 2,5 millions de visites, soit, respectivement, des hausses de 2,8 % et 2 %. Le bilan est, cependant, plus contrasté pour l'ensemble des foires et salons, puisqu'en 2014 le chiffre total de visites aurait perdu 0,8 % à 13,34 millions, pendant que le nombre des exposants s'est accru dans la même proportion à 130 600 et que la surface des stands dans les 436 manifestations contrôlées en 2014 a également progressé, de 0,9 % à 3,6 millions de mètres carrés (m²).

Côté exposants, 158 nationalités étaient représentées dans les salons professionnels, dont sept à hauteur de 54,3 % : Italie, Royaume-Uni, Allemagne, Chine, Espagne, Belgique, États-Unis. Comme les années précédentes, l'Italie domine

largement, avec une part de 14 %. L'Allemagne a un peu perdu, avec 7,7 %, laissant ainsi la deuxième position au Royaume-Uni, à 8,2 %. Mais le plus impressionnant est l'envolée de la participation chinoise, passée de 6 à 7,6 % entre 2013 et 2014. Autre surprise de taille, en matière de fréquentation, la part des Britanniques, 10,7 %, a dépassé celle des Italiens, 9,6 %. La Belgique a perdu sa troisième place, avec 7,1 %, au profit de l'Allemagne, à 7,3 %, l'Espagne arrivant ensuite à 6,8 %. Selon Unimev, « avec une croissance (économique) de 2,7 % prévue par le FMI en 2015, le Royaume-Uni restera une nationalité très présente sur les salons français ».

La France n'est pas démunie face aux cités allemandes, espagnoles, italiennes ou chinoises. Certains salons s'imposent en région, comme le Space dans les productions animales à Rennes. Et Paris reste un aimant considérable. Si la France est la première destination mondiale des touristes, elle le doit en grande partie à sa capitale, qui reçoit toute une série de manifestations, y compris de grands congrès. Paris est connu pour ses grandes expositions professionnelles autour de la mode et du luxe (Première Vision, Maison & Objet...). Et c'est dans l'ancienne Lutèce que l'organisateur allemand Messe Frankfurt a décidé de lancer deux nouveaux salons textiles, Avantex pour les designers (qui vient se tenir

Trois enseignements de l'enquête Médiamétrie

Les entreprises viennent exposer en priorité pour prospecter et recruter de nouveaux clients. Dans les salons professionnels, prospecter et entretenir la relation commerciale sont à égalité.

73 % des transactions sont réalisés dans les mois qui suivent l'événement, sur la base des devis et prospections effectuées sur la foire ou le salon. Une proportion qui monte à 81 % pour les seuls salons professionnels.

Le retour sur investissement est de 2 pendant la durée du salon et de 8 trois à dix mois après la manifestation.

F. P.

14 au 17 septembre, aux côtés de Texworld et d'Apparel Sourcing) et Avanprint pour l'impression numérique (prévu du 15 au 18 février 2016).

« Nous avons créé Avantex, salon consacré aux tissus high-tech pour la mode à Paris, parce que cette ville demeure encore aujourd'hui pour les professionnels la capitale de la mode, bien qu'elle ne soit plus celle des citoyens de la mode, déclarait récemment Michael Scherpe, président de Messe Frankfurt France. « À Shanghai ou Berlin, précisait-il, vous voyez dorénavant plus de femmes et d'hommes habillés à la mode qu'à Paris où il y a de tout et on s'habille un peu comme on veut ». On n'ose penser à ce qui se passerait si « Paris, ville aux femmes élégantes, mais où on ose moins

LES CHIFFRES CLÉS DES FOIRES ET SALONS EN FRANCE (2014)

560 manifestations, dont 219 salons professionnels
4,03 millions de mètres carrés, dont 1,88 million dans les salons professionnels
148 800 exposants, dont 80 415 dans les salons professionnels
14,12 millions de visites, dont 2,64 millions dans les salons professionnels

Source : Unimev, « bilan chiffré 2014 de la filière des métiers de l'évènement »

qu'ailleurs » selon un professionnel, perdait la première place comme plateforme professionnelle de la mode et du textile. C'est tout l'écosystème français qui en souffrirait : pas seulement les salons, mais aussi la balance commerciale de la France et sa balance des comptes courants. Sans la mode et le textile, le tourisme à la française perdrait le fil du suc-

cès. On comprend alors d'autant plus les efforts de Laurent Fabius, le ministre des Affaires étrangères et du développement international, et de son secrétaire d'État au commerce extérieur, à la promotion du tourisme et aux Français à l'étranger, Mathias Fekl, pour promouvoir la France comme pays d'accueil touristique.

François Pargny

L'Adepta sert les exportateurs dans les salons français

Membre du dispositif d'appui au commerce extérieur, l'Adepta favorise notamment les rencontres d'opérateurs français et étrangers dans les expositions de l'Hexagone. Aujourd'hui, l'association s'intéresse à la Foire de Châlons-en-Champagne.

L'Association pour le développement des échanges internationaux de produits et techniques agroalimentaires (Adepta) organise pour ses membres des missions à l'étranger, au long cours (hors Europe), notamment sur les salons. Cette activité est bien connue des exportateurs français, notamment de ses 200 membres : constructeurs d'équipements, fournisseurs d'intrants, experts et bureaux d'étude dans l'agriculture et l'agro-industrie. C'est 80 % de la mission de l'Adepta, association qui fait partie du dispositif public d'appui au commerce extérieur de la France, créée en 1977 avec l'appui du ministère de l'Agriculture et de la pêche. Ce que les exportateurs tricolores ignorent plus souvent, c'est le service qu'elle leur rend en soutenant les salons français dans leur développement international, d'une part, en organisant pour eux et leurs éventuels partenaires internationaux des « accueils » (espace, tables, préparation de parcours ciblés, mise à disposition d'un accompagnateur...) et, d'autre part, en les regroupant sous une même bannière.

« Alors, notre approche, c'est de présenter une offre française dans ces manifestations, de montrer sa richesse, sa diversité de façon collective et coordonnée. Quand on parle de la France dans le monde, on parle de marque France et de

valeur. Tout le monde vient chez nous pour voir et goûter nos produits », explique ainsi Michelle Rosset, secrétaire générale de l'Adepta. Évidemment, l'association fait un tri dans les manifestations qu'elle va appuyer. « Nous ciblons les salons qui ont une composante internationale. Il faut donc déjà des visiteurs, des exposants étrangers », précise sa dirigeante. Et il faut aussi que les exportateurs français soient

intéressés par la manifestation. Si tel est le cas, « on identifie les marchés hors Union européenne avec les exportateurs et organisateurs » et, petit rappel, ajoute sans rire Michelle Grosset, « il faut que les entreprises françaises possèdent du personnel parlant au moins l'anglais, qui montrent une envie avérée d'internationalisation et disposent de documentation ».

Quatre grands salons de la filière sont ainsi régulièrement au menu : Salon de l'agriculture à Paris, Space (élevage) à Rennes, Sommet de l'élevage, à Clermont-Ferrand, et Européen (boulangerie) à Paris. Le prochain évènement soutenu

par l'Adepta pourrait être la Foire de Châlons (230 000 visiteurs et 750 exposants), car, indique Michelle Rosset, « la Champagne, grande région agricole, a le souci de développer l'innovation de son pôle végétal et nous avons le sentiment que cette manifestation se trouve à un tournant », confie-t-elle. La Champagne dispose d'un pôle de compétitivité à vocation mondiale, IAR (Industries et Agro-Ressources). Châlons se verrait bien ainsi devenir une capitale agricole et une référence dans le végétal.

F. P.



D.R.



comeXposium

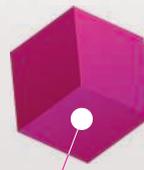
The place to be

Créateur d'événements business en France et à l'étranger

L'un des leaders mondiaux
de l'organisation d'événements



Chaque événement
est leader sur son marché



L'esprit réseaux toute l'année

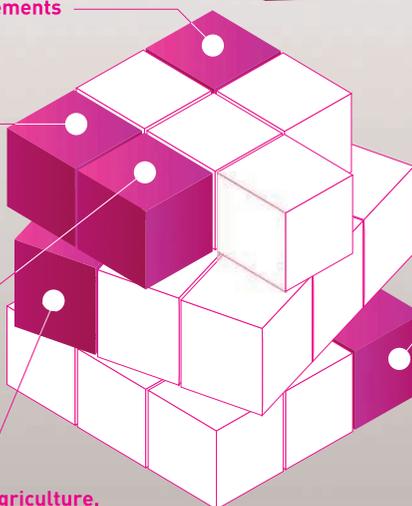
176 événements

17 secteurs d'activité

36 000 exposants

3,3 millions de visiteurs

5 des 10 plus gros
événements français :
SIAL, Intermat, Salon International de l'Agriculture,
SIMA, Foire de Paris



COMEXPOSIUM

70 avenue du Général de Gaulle
F-92058 Paris La Défense Cedex
Tel: +33 (0)1 76 77 11 11
Fax: +33 (0)1 76 77 12 12
www.comexposium.com

