



Foires et salons France-Monde 2017

**4 443 rendez-vous d'affaires
dans 120 pays
168 événements clés en France**

En partenariat avec



et www.eventseye.com



ACCOR HOTELS

Feel Welcome

BUSINESS PLUS

EN VOYAGE D'AFFAIRES ENFIN UNE CARTE QUI TRAVAILLE POUR VOUS

Avec la carte Business Plus,
profitez de nombreux avantages :

- Jusqu'à 20 % de réduction le week-end,
 - Jusqu'à 15 % de réduction en semaine,
 - 20 % de remise sur les locations de voiture Europcar,
- Et bien d'autres avantages...

**Découvrez les nombreuses possibilités
offertes avec la carte Business Plus
sur www.accorhotels-businessplus.com**



ÉDITEUR Sedec SA

29, rue de Clichy
75009 Paris - France
Téléphone : +33 (0) 1 53 80 74 00
www.lemoci.com
Directeur de la publication
Vincent Lalu

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

Conseiller du Président :
Philippe Chebanec (10)
Directrice Conseil et Développement :
Karine Rosset
Tél. : + 33 (0) 491 28 60 26
Chef de Publicité :
Camille Lebray (01)
Assistante commerciale et
responsable technique :
Cindy Colle (14)
Fax de la publicité : +33 (0) 1 49 70 12 69

MOCI EVENEMENTS

Directrice associée : Saskia Paulmier
+ 33 (0) 1 49 70 12 73

GESTION, ADMINISTRATION

Directrice générale adjointe :
Michèle Marcaillou
Directrice du marketing :
Victoria Irizar
Directeur de la fabrication :
Robin Loison
Webmaster :
Pierre Lalu

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.
Photos 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
29, rue de Clichy - 75009 Paris
Tél. : 01 49 70 12 20
Tarif étranger : nous consulter

ÉDITO

4 500 « save the date » potentiels pour 2017 !

Malgré les incertitudes qui pèsent sur les perspectives de croissance économique de nombreux pays en 2017 et les contraintes de sécurité accrue, l'industrie de l'événementiel se porte bien au plan mondial : le chiffre d'affaires des foires et salons dans le monde va progresser l'an prochain, d'après le 17^e Baromètre de l'Union des foires internationales (Ufi), publié en juillet 2016. Un signe que malgré les périodes difficiles que traversent certains pays, l'événementiel professionnel reste une valeur sûre en restant indispensable au développement de nombreux secteurs. Le redressement progressif de l'Amérique latine est ainsi annoncé pour 2017, après deux ans de tourmentes économiques⁽¹⁾.

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. De fait, en 2015, selon les chiffres de l'Union française des métiers de l'événement (Unimev), malgré le boom des dépenses des annonceurs sur Internet (+ 5,5 % en 2015 et + 10 % par an ces dix dernières années), et en dépit des craintes d'attentats, les dépenses de communication sur les salons en France ont continué à progresser (+ 0,5 %), même si elles l'ont fait un peu moins vite que l'économie de l'Hexagone (+ 1,1 %).

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... Toujours selon Unimev, en France, le chiffre d'affaires généré lors des salons pour les participants (à 86 % des PME) s'est élevé à quelque 30,5 milliards d'euros l'an dernier⁽²⁾.

La sélection que nous vous proposons pour 2017, qu'elle concerne la France ou le Monde, est très riche : 4 275 foires et salons professionnels dans 120 pays, 168 en France, soit 4 443 événements professionnels au total.

Comme chaque année, nous faisons gagner du temps à nos lecteurs : classement par secteur puis par ordre chronologique, pavillons collectifs français (187 mentionnés pour 2017), index des événements pour faciliter la recherche. Trois calendriers distincts, réalisés avec le concours de nos partenaires, sont ainsi proposés :

- celui des foires et salons à vocation internationale en France, qui comporte 168 rendez-vous, dont certains bénéficient du label de qualité Ufi ;
- celui des foires et salons dans le monde, qui répertorie 4 275 événements dans 120 pays, 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.

Il n'est que temps : « Save the dates » !

Christine Gilguy

(1) The Global Exhibition Barometer (July 2016) - www.ufi.org

(2) Bilan chiffré Unimev pour 2015 - www.unimev.fr

SOMMAIRE

- P. 4 Foires et salons France-monde 2017
- P. 14 Foires et salons en France
- P. 28 Index alphabétique des foires et salons en France
- P. 30 Foires et salons dans le monde
- P. 240 Index alphabétique des foires et salons dans le monde
- P. 268 Pavillons France

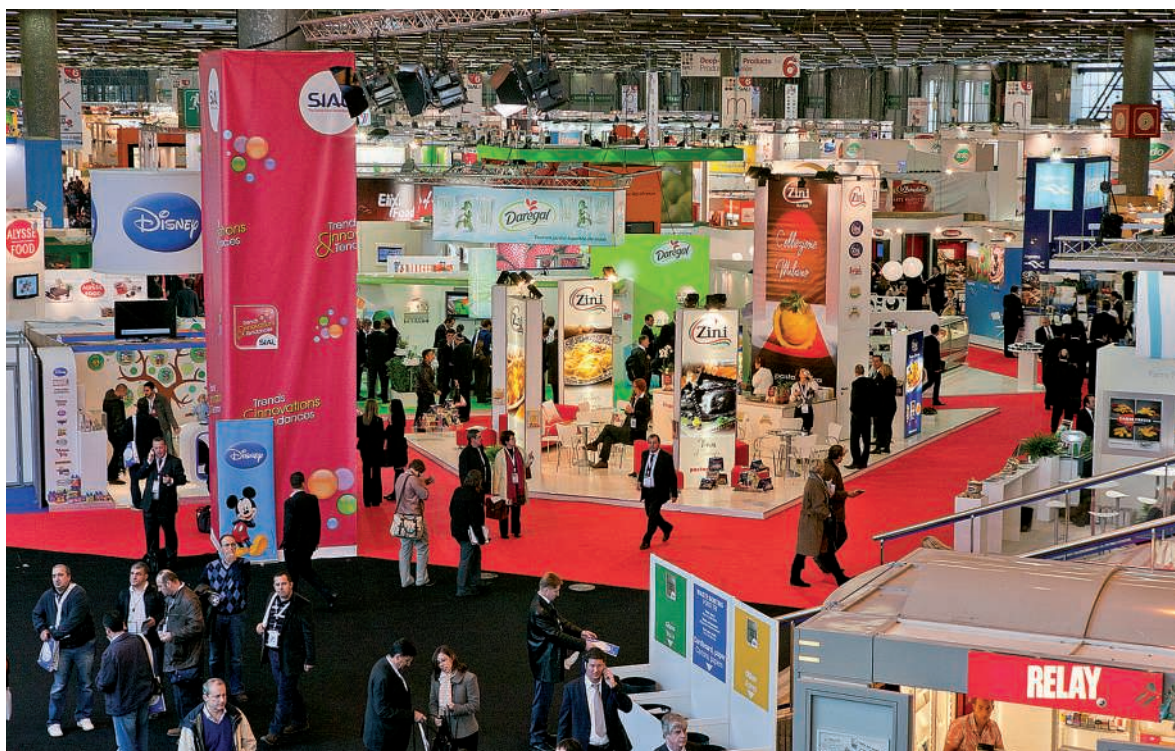
**POUR CONTACTER
LA RÉDACTION**
01 53 80 74 06

POUR VOUS ABONNER
01 49 70 12 20
abonnement@lemoci.com
Toutes nos offres p. 13

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

France La sécurité est devenue une priorité des foires et salons

Globalement, le média salon se porte bien dans l'Hexagone. Malgré la crise. Malgré le risque d'attentats. Le segment foires et événements publics est, toutefois, touché. La sécurité est donc devenue un sujet majeur pour une profession qui investit toujours, se modernise et crée de nouveaux salons.



Les géants Viparis et Comexposium sont très actifs en cette fin d'année 2016. Viparis, filiale à parité égale de la CCI de Paris-Ile-de-France et d'Unibail-Rodamco, qui exploite de grands sites en Ile-de-France (Paris Nord Villepinte, Porte de Champerret, Carrousel du Louvre...), continue ainsi à investir lourdement Porte de Versailles, a expliqué au *Moci* son directeur général, Michel Dessolain (voir son interview, page 10). « C'est quand ça va mal qu'il faut investir, car, lorsque ça repart, vous êtes encore plus fort pour rebondir », affirme-t-il en évoquant la crise économique et le risque d'attentats. Globalement, l'activité se maintient pour les congrès et les salons B to B et le carnet de commandes de Viparis est plein. En revanche, tous les événements B to

C ont souffert, quand ils n'ont pas été annulés. Ce qui devrait perdurer dans un environnement plus inquiétant, qui oblige propriétaires de sites et organisateurs à assurer la sécurité individuellement, ensemble et en coordination avec les forces de police en particulier.

En matière d'offensive sur le marché des grands salons, le français Comexposium n'est pas en reste. L'organisateur d'Equip-Auto Paris, d'Intermat ou de Milipol Asia, Paris et Qatar, vient de prendre 33 % du capital de la Société pour l'expansion des ventes des produits agricoles et alimentaires (Sopexa), à laquelle il a repris les 40 % détenus encore dans le Salon international de l'alimentation (Sial). L'agence événementielle Hopscotch a également acquis 33 % de l'agence de

communication et marketing spécialisée dans l'agroalimentaire, « ce qui va nous permettre de mieux nous déployer sur la France », confiait récemment au *Moci* son président, Jean-René Buisson.

Le Sial est incontournable, témoigne ci-contre Jérôme Leber, directeur Export de la Fromagerie Milleret, près de Besançon. Sauf si sa clientèle est plutôt orientée hôtellerie-restauration-café et, alors, il sera peut-être plus avisé d'exposer au Sirha à Lyon. Le monde bouge continuellement. Comexposium va ainsi lancer VinoVision Paris, le salon des vins septentrionaux (12-14 février 2017), pendant nordiste du salon international des vins et spiritueux méditerranéens (Vini-sud) à Montpellier, en Occitanie/Pyrénées-Méditerranée. Tout puissant pen-

dant de longues années, Vinexpo, le salon international des vins et spiritueux à Bordeaux, se retrouve ainsi aujourd'hui confronté à une double concurrence nationale, à laquelle s'ajoute celle de ProWein, le salon international des vins et spiritueux à Düsseldorf.

Vinexpo est une biennale et ProWein est annuel. Messe Düsseldorf s'interroge aussi sur l'évolution de son salon spécialisé. Limité par sa taille déjà gigantesque, il ne peut plus faire face à toute la demande internationale, ce qui inquiète son sympathique commissaire général, Michael Degen, conscient que de laisser s'échapper une partie de la demande peut nourrir d'autres compétiteurs. En fait, non seulement il ne faut pas négliger les nouveaux qui frappent à la porte, mais il faut fidéliser les clients actuels. C'est pour répondre à la demande de professionnels que Vinisud jusqu'à présent biennal va ainsi passer en mode annuel lors de la prochaine édition à Montpellier (29-31 janvier 2017). Pour se renforcer, le salon pensait se dérouler parallèlement à Millésime Bio, mais ce dernier aurait craint une main mise, ce qui l'a poussé en dernier ressort à se

Proportionnellement, les entreprises françaises ont moins déserté les allées et les stands que leurs homologues étrangères

délocaliser à Marseille, malgré les pertes des aides du Conseil régional d'Occitanie/Pyrénées-Méditerranée. Millésime Bio, le Mondial des vins bio, se déroulera ainsi du 30 janvier au 1^{er} février en Provence Alpes Côte d'Azur (Paca). Qu'en sera-t-il en 2018 ?

D'après un recensement des événements dans l'Hexagone par l'Office de justification des statistiques (OJS), Paca était la troisième région, avec un chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros réalisés par les entreprises exposant à des foires et salons, juste derrière l'Auvergne-Rhône-Alpes, avec 2,6 milliards, mais loin derrière l'Ile-de-France, avec près de 17,5 milliards. Au total, sur toute la France, à partir d'un échantillon de 3 319 entreprises ayant exposé sur une série de 48 foires et salons, ce chiffre passerait à 30,5 milliards.

Globalement, la profession des foires et salons sort d'une année 2015 difficile. « 2016 a vu s'y ajouter un contexte social dommageable pour l'image de la France et de l'Ile-de-France, notamment durant l'accueil d'un autre événement à dimension internationale, l'Euro 2016 », souligne l'Union française des métiers de l'événement (Unimev), dans son bilan 2015 de la filière.

Ainsi, les dépenses des annonceurs sur les foires et salons n'ont progressé que de 0,5 % en 2015, alors que le produit intérieur brut a gagné 1,1 %. Un chiffre qu'il convient, toutefois, de relativiser, car elles augmentent presque au même rythme que dans la télévision (+ 0,6 %). Dans la presse et en matière de marketing, les dépenses se sont carrément effondrées (- 5,9 % et - 3,6 % respectivement) et finalement seules celles sur Internet ont affi-

Fromagerie Milleret Le Sial, l'affaire de toute l'entreprise !

« J'ai prévu 16 rendez-vous avec des clients japonais, polonais ou britanniques. Pour nous, un salon est un moment de prestige et de rencontre avec tous, alors que pendant l'année nous n'avons pas forcément le temps d'échanger et de réfléchir avec chacun. C'est aussi l'opportunité de présenter nos innovations, comme L'Ortolan à la Truffe et en portions de 30 grammes lors du prochain Salon international de l'alimentation (16-20 octobre). Et c'est aussi l'occasion de recueillir les avis de professionnels sur nos recettes », explique, à la veille du Sial, Jérôme Leber (notre photo), directeur commercial et marketing France, export de la Fromagerie Milleret, une PME familiale de 150 salariés, près de Besançon, encore insuffisamment présente à l'international (3 % de son chiffre d'affaires de 69 millions d'euros en 2015), mais dont le président Denis Milleret a fait un axe stratégique de développement depuis quatre ans.

« Au Sial, nous disposerons d'un stand de 18 m², une surface qui nous permettra à la fois de disposer d'équipements, de tables pour recevoir les clients et d'espace pour le personnel opérant sur place – au total, deux à trois personnes



F. Pargny

en permanence », précise Jérôme Leber. Car, insiste-t-il, « un salon, c'est l'affaire de tous, du président au directeur de production, en passant par le responsable qualité, le directeur commercial et ses deux responsables de zone ». « J'ai besoin de toutes ces ressources humaines, assure-t-il encore, et, pour tous, c'est également important de découvrir la réalité du business avec ses interrogations et ses difficultés ».

La PME familiale va exposer au Sial sur le Pavillon Bourgogne-Franche Comté, qui lui attribue une aide financière. Mais pour l'entreprise, ce qui est primordial est de participer au sein du hall des fromages. « Au milieu de toute la concurrence, certes, mais avec nos nouveaux produits, nous ne craignons pas la concurrence. Bien au contraire, puisqu'ils nous permettent de nous différencier », se félicite Jérôme Leber, qui a décidé que la Fromagerie Milleret exposera l'an prochain au grand Salon international de l'alimentation à Cologne, l'Anuga (7-11 octobre). Avec une priorité déjà définie : se renforcer sur ces marchés clés, principalement en Europe (France, Allemagne, Scandinavie...), plutôt que d'attaquer de nouveaux marchés.

F. P.

ché un bon résultat (+ 5,9 %), d'après les données d'une étude de l'Irep-France Pub. En 2015, les attentats expliqueraient une partie de la baisse de la fréquentation (- 3 %) dans les 487 manifestations – foires, salons, congrès – contrôlées. Les salons professionnels seraient relativement épargnés, avec - 2,1 %. Mais surtout, alors que la moyenne générale est à peine positive pour les exposants (+ 0,1 %) et négative pour la surface de stands (- 0,9 %), eux ont bénéficié d'une croissance de + 1,6 % de la participation et de 2 % de la superficie de stands. Proportionnellement, les entreprises françaises ont moins déserté les allées et les stands que leurs homologues étrangers. Unimev en donne une parfaite illustration, en indiquant dans son bilan 2015 les chiffres des 75 salons professionnels internationaux contrôlés. En effet, si la fréquentation générale y a diminué de 2,3 %, cette chute passe à 6,8 % pour les seules visites étrangères, résultant notamment, selon Unimev, des attentats de novembre. « Les visites étrangères

Si la fréquentation a diminué « les visites étrangères représentent tout de même 35 % du nombre total d'entrées de visiteurs »

représentent tout de même 35 % du nombre total d'entrées de visiteurs », nuance-t-elle, toutefois. Pour les salons grand public, la potion est amère, puisque, sur 227 manifestations contrôlées, les trois indicateurs sont négatifs : - 2,3 % pour la taille des stands, - 0,4 % pour la participation et - 4,3 % pour la fréquentation. La dégradation a été encore supérieure s'agissant des foires-expositions, avec, sur un total de 46 événements contrôlés, des baisses de 3,5 % de la surface de stands, de 2,9 % du chiffre des exposants et de 1,5 % du total des visites. Les organisateurs de congrès ont été plus heureux, puisqu'avec une moyenne de 833 participants ces rendez-vous sont passés en un an de 708 à 775.

S'agissant des sites d'accueil – parcs d'expositions, centres de congrès, stades – les années impaires leur étant plus favorables que pour les foires et salons, dont l'activité étant plus importante les années paires, la dynamique est restée bonne, avec un taux d'occupation de 34 %, représentant un rebond de près de six points sur 2014. Logiquement, la répartition par types d'événement de l'occupation en mètres carrés montre une petite baisse pour les foires et salons et une petite hausse pour les congrès. Mais au total, malgré les efforts de diversification des sites, constate Unimev, foires, salons et congrès ont encore représenté ensemble environ 80 % de l'occupation des sols.

François Pargny

Monde Protectionnisme, terrorisme, digitalisation : les trois défis de la profession

Sur tous les continents, les professionnels des foires et salons sont plutôt optimistes quant à leurs gains futurs. En revanche, les inquiétudes sont fortes, avec le retour du protectionnisme dans le commerce mondial, la persistance des risques d'attentat et l'adaptation indispensable en matière de digitalisation et donc de services aux clients.

Du 9 au 12 novembre, Shanghai abritera le 83^e Congrès de l'Union des foires internationales (Ufi). S'il est un pays symbolisant la mondialisation, c'est bien la Chine, et s'il est une ville qui illustre l'émergence du géant asiatique, c'est bien Shanghai, cité la plus peuplée de Chine et l'une des plus grandes mégapoles du monde avec plus de 18,5 millions d'habitants.

Quelque 600 décideurs, membres de l'Ufi, vont s'y presser, tous autant inquiets des coups de canif donnés à la globalisation, des tentations d'un nouveau protectionnisme préjudiciable à leur industrie. Le ralentissement de la croissance sur la planète, en Chine en particulier, agit directement sur les échanges internationaux,

comme vient de l'indiquer l'Organisation mondiale du commerce (OMC), qui vient d'abaisser à 1,7 % ses perspectives d'augmentation des importations et des exportations mondiales cette année, contre 3,8 % espéré en avril dernier.

La fin de 25 ans de mondialisation harmonieuse ne sera pas le seul motif de préoccupation des congressistes de l'Ufi. La multiplication des actes terroristes oblige aussi une profession exposée à renforcer la sécurité sur tous les lieux de réunions – salons, foires, congrès, événements divers, peut-être encore plus quand ils sont grand public. Se mobiliser, trouver des solutions fortes est le seul moyen d'assurer dans l'avenir l'affluence, surtout s'agissant de participation et de fré-

quentation en provenance de l'étranger. Enfin, troisième motif d'inquiétude, la digitalisation des métiers de l'événement. La course est engagée entre les protagonistes pour répondre à la demande de clients plus avides de services rapides et pratiques. Place forte de manifestations internationales avec Berlin, notamment de congrès, Paris cherche par tous les moyens à illuminer par sa modernité et son audace. Preuve en est l'engagement de Viparis, exploitant d'une grosse poignée de sites incontournables en Ile-de-France (Porte de Versailles, Paris Nord Villepinte, Paris Le Bourget, Espace Champerret, Carrousel du Louvre, etc.), dans une nouvelle infrastructure Wifi. Ainsi, depuis le 31 juillet, le Palais des



Rendez-vous



Rendez-vous au centre du marché, au centre du Bade-Wurtemberg, au centre de la région avec le nombre le plus important d'innovations en Allemagne, au centre de l'Europe et facilement accessible des quatre coins du monde : le parc des expositions de Stuttgart! En voiture, en train ou en avion, rendez-vous au sens propre du terme directement au centre du marché! Ici où les leader de marché tout comme Bosch, Daimler, IBM, Kärcher, Porsche, SAP, Stihl et bien plus encore sont à la maison – c'est ici que vous pouvez nouer et entretenir des contacts au niveau international. Laissez-vous fasciner **sous www.messe-stuttgart.de**



Landesmesse Stuttgart GmbH
Messepiazza 1
70629 Stuttgart (Germany)
Telefon: +49 711 18560-0
Telefax: +49 711 18560-2440
E-Mail: info@messe-stuttgart.de