

# SALONS ET EVENEMENTS

LES RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER

## DANS CE VOLUME :

Les principales dates, lieux  
et thèmes de 2016

Des repositionnements  
historiques...

Les politiques se montrent  
dans les salons

Fréquentations : qu'est-ce qui est  
peu ou beaucoup ?

## Le saviez-vous ?

# DVSM, l'information qui s'actualise en permanence

Sur papier, pratique, l'information s'emporte partout, se lit sans la moindre source d'énergie, se glisse dans une poche, se manipule sans précaution. Elle est accessible quelle que soit la couverture 3G, 4G ou Wi-Fi. En ligne, l'information est rapide, interactive, moderne, révolutionnaire. Depuis 2012, **DVSM** est entré plus que jamais dans l'ère dite "numérique", avec la nouvelle version du site ([www.dvsm.eu](http://www.dvsm.eu)) et la concrétisation d'un volet inédit où vie quotidienne, technique et loisirs se cotoient, pour les pros comme pour le public.

Abandon du support papier ? Non. La preuve ? Le classique **Ligne & Papier** "permanent" **Spécial Evénements 2016/2017**. Accessible sans aucune application à télécharger en iOS\*, Android\*, Mac OS\*, Windows\*, BBM\*, au format PDF, facile, ou en ligne, via le site [www.dvsm.eu](http://www.dvsm.eu), sur ordinateur, smartphone, tablette... Soit vous l'imprimez au moyen de n'importe quelle imprimante, dans sa totalité, ou seulement les pages qui vous intéressent. Et comme le numérique le permet, **DVSM Ligne & Papier** ajoute des petits et grands sujets qui **s'actualisent**, s'enrichissent, se développent, au fil des heures, des jours, des semaines. Une nouvelle dimension dans l'actualité !  
A quoi sert le progrès si ce n'est à s'en servir ?

**N'hésitez pas à imprimer\*\* tout ou partie de DVSM Ligne & Papier. Le papier est un produit renouvelable, biodégradable et recyclable. Contrairement à des idées fausses trop souvent répandues, il ne détruit pas la forêt mais contribue à son développement. Faites-le savoir autour de vous !**

\* Marques déposées \*\* Sur papier agréé PEFC, ce que sont aujourd'hui la plupart des papiers de bureau ou d'édition.

# Miser sur l'événement..

Festival Son et Image - Image SPAT



Avec l'Euro 2016, puis les JO, c'est le retour jusqu'à l'été d'une sorte d'ambiance factice. Les statisticiens tablent sur de bonnes performances, les initiatives promotionnelles ne vont pas tarder à se mettre en place, si ce n'est déjà fait. Il ne faudrait pas grand chose de plus pour croire au retour des grandes années. Mais à la vérité, les marchés se cherchent. Après la crise économique majeure vécue il y a quelques années, force est de constater que si les choses se sont à peu près stabilisées (moins dans l'Hexagone que sous d'autres cieux, hélas), un mal plus inquiétant s'installe. Les navigateurs au long cours le compareraient à ce calme plat, hantise des skippers, dans lequel chacun finit par s'encalminer. Une saturation révélée par de nombreux taux d'équipement, des innovations qui ne "mordent" pas beaucoup en termes d'appétence des consommateurs, des industriels qui font de la corde raide et privilégient l'essentiel : ça ne rigole plus ! Dans les galeries marchandes, des cellules restant vacantes sont un peu plus nombreuses. En centre ville, les vitrines sans vie sont légion. Bref, une situation que chaque acteur de ces métiers connaît. Qu'on ne s'y trompe pas : **pour de nombreux organisateurs d'événements, l'heure est aussi aux mêmes interrogations**, aux rationalisations, aux stratégies prudentes. La défection de-ci de-là de certains exposants majeurs est la hantise du moment, justifiée.

Et pourtant, il va de soi que si tout n'est plus aussi florissant, ce n'est pas non plus l'amorce d'un effondrement total que nous vivons. Les marchés de renouvellement et le premier équipement, grâce à une population toujours en (très) léger accroissement, sont là et vont garantir des flux importants, que les progrès technologiques vont enrichir. Le téléviseur, maillon fort, même en repli par rapport aux années records, ne se stabilisera pas en dessous du double de ce qu'étaient les volumes dans les années (lointaines) dites glorieuses et merveilleuses, celles du fameux "effet Platini" ! Il se vend moins de lecteurs de DVD, mais des millions de smartphones sortent des rayons. Mieux encore, des lignes nouvelles s'éroustillent : son High-Res, drones, caméras d'action, etc. Sans oublier tout ce que l'on ne vend plus, produits jugés finis, trop vite sortis des rayons.

Dans une telle ambiance, salons et événements non seulement restent des rendez-vous utiles, mais deviennent même les indispensables outils d'optimisation dont fournisseurs et distributeurs ont plus que jamais besoin. Dynamiser les montées en gammes, travailler à l'enrichissement des paniers moyens, revenir sur des lignes abandonnées prématurément... Que de projets à construire, et que de choses à montrer à tous, des animateurs d'enseignes jusqu'au grand public. Un mot d'ordre s'impose : soyons événementiels ! **Yves Dupré**

DVSM L&P est partie intégrante du site [www.dvsm.eu](http://www.dvsm.eu). Réalisation : Kélérepus™. Tous droits réservés.

Reproduction même partielle strictement interdite. Mai - juin 2016

## QUOI, OÙ, QUAND...



### - CES (Consumer Electronics Show) (EGP)

- 6-9 janvier 2016
- Las Vegas (USA)
- **2017 : du 5 au 8 janvier.**

### - CP+ 2016 (Photographie)

- 25-28 février - 2016
- Yokohama (Japon)
- **2017 : du 23 au 26 février.**

### - MWC - Mobile World Congress (Télécommunications)

- 27 février au 1<sup>er</sup> mars 2016
- Barcelone (Espagne)
- Smartphones, tablettes, 4G, 5G, mobilité sous les projecteurs.
- **2017 : du 27 février au 2 mars.**

### - CeBIT (IT - Télécoms)

- du 14 au 18 mars 2016
- Hanovre (Allemagne)
- Télécoms, multimédia, micro, bureautique, équipements de magasins et même vidéo institutionnelle. Ce salon reste un rendez-vous puissant pour le marché allemand.
- **2017 : du 20 au 24 mars.**

### - China Electronics Fair (EGP)

- 08 -10 avril 2016
- Shenzhen (Chine)
- Préambule aux rendez-vous asiatiques du printemps, le salon de Shenzhen, ville de la province du Guandong, dont la capitale est Guangzhou (Canton), au sud de la Chine, a pris au fil des années une importance non contestée.

### - Hong Kong Electronics Fair (EGP)

- 13 - 16 avril 2016
- Hong Kong (Chine)
- On rencontre de nombreux acheteurs de toutes nationalités (française incluse) dans ce rendez-vous asiatique majeur, pionnier du genre, tenu deux fois par an..
- **2017 : du 13 au 16 avril.**

### - CAR + SOUND

- (Electroniques embarquées)
- du 5 au 8 mai 2016
- Friedrichshafen (Allemagne)
- Le salon Car + Sound, jadis organisé à Sinsheim (Allemagne), avait fait en 2009 une " escale " à Cologne, son site origi-

nel étant trop exigü pour une affluence sans cesse grandissante. Depuis 2010, cet événement consacré à l'électronique embarquée se tient désormais en même temps que le Tuning World Bodensee, premier salon de tuning en Europe. Ce rendez-vous attire chaque année plus de 100 000 visiteurs et participants.

- **2017 : du 28 avril au 1<sup>er</sup> mai.**

### - High End Munich (Son et Image)

- du 5 au 8 mai 2016
- Munich (Allemagne)
- Un rassemblement de "calibre allemand" consacré à la hi-fi, au home cinéma et à l'intégration de haut de gamme. Mérite une visite.
- **2017 : du 18 au 21 mai.**

### - MedPi 2016

- (EGP - Multimédia - Télécoms)
- du 17 au 20 mai 2016
- Monaco
- Le MedPi est reconnu comme le rendez-vous des professionnels français de l'EGP, des télécoms et de l'IT.

Strictement réservé aux acteurs du métier, y sont invitées des centaines d'acheteurs de l'ensemble des enseignes afin de leur permettre de rencontrer leurs fournisseurs.

## - Innorobo (Robotique)

- du 24 au 26 mai 2016  
- Paris (La Plaine St Denis) - France  
Encore un nouveau positionnement dans la saison pour ce salon qui rejoint la région parisienne et ajoute l'impression 3D à travers le "Inside 3D Printing". Un événement appelé à grandir, compte tenu de la progression du secteur des robots.  
**- 2017 : du 16 au 18 mai.**

## - Computex (Micro - nouvelles technologies)

- du 31 mai au 4 juin 2016  
- Taïpei (Taiwan)  
S'il n'intéresse pas directement la distribution, ce salon très technique est en revanche un moment très important pour observer ce que les industriels préparent, en particulier dans le domaine des composants, dont les écrans.

## - E3 (Jeux vidéo)

- du 14 au 16 juin 2016  
- Los Angeles (Convention Center - USA)  
Le salon E3 va cette année encore attirer tous les regards des professionnels, alors que les nouvelles consoles de salon ont depuis la fin de 2013 donné un coup de booster au marché.  
**- 2017 : du 13 au 15 juin.**

## - IDEF (Jeux vidéo - Loisirs interactifs)

- du 27 au 29 juin 2016  
- Juan-les-Pins  
Juste après l'E3, le RDV des loisirs interactifs est presque la première porte ouverte sur l'automne et la fin d'année : du travail pour la rentrée...

## - GamesCom (jeux vidéo)

- du 17 au 21 août 2016  
- Cologne (Allemagne)  
Les événements d'outre Rhin commencent en entrée de saison avec ce salon très animé consacré au jeu vidéo et aux loisirs interactifs, qui se tiendra comme de coutume en plein mois d'août. On oublie la plage



## - IFA (International Funkausstellung) (Electronique grand public)

- du 2 au 7 septembre 2016  
- Berlin (Allemagne)  
Doucement, l'IFA, faute de s'imposer d'une manière internationale sur les produits autres que l'EGP (TV, son, vidéo...) s'est orientée vers un profil "blanc - brun", avec une audience limitée à l'Allemagne pour le multimédia, les télécoms ou la photo.  
**- 2017 : du 13 au 15 juin.**

- **PHOTOKINA** (Photographie)  
- 20-25 septembre 2016  
- Cologne (Allemagne).  
Sommet mondial des événements consacrés à la photo grand public et professionnelle, cette puissante exposition organisée une année sur deux se trouve à un carrefour de son existence. Son positionnement est revu pour 2016.

- **Festival Son & Image**  
(Hi-fi, home cinéma, intégration)  
- 7 - 9 octobre 2016  
- Paris - Novotel Tour Eiffel  
Ce salon organisé par la SPAT prolonge le succès qui a couronné ses éditions de 2011 à 2015.  
Dans le charme des bords de Seine, il réunit trois composantes : l'axe HiFi Home Cinéma, les Technologies d'intérieur et Connect and Play (objets connectés haut de gamme).  
(7 octobre : réservé aux professionnels exclusivement)



## Les Maîtres français du son haute définition



### - Mondial de l'Automobile

(Toute l'automobile)

- du 1<sup>er</sup> au 16 octobre 2016

- Paris, Porte de Versailles.

Le plus fréquenté de tous les salons du monde, tous secteurs confondus.

L'offensive du numérique envers l'automobile lui donne un intérêt renouvelé, mais les conditions économiques actuelles lui imposent aussi des contraintes inédites. Les équipements destinés à l'aftermarket y sont hélas de moins en moins présents.

### - IBC

(Media-Multimédia-Electronique-Broadcast)

- 09 - 13 septembre 2016

- Amsterdam (Pays-Bas)

Ce salon s'appuie sur l'International Broadcast Convention. Il est très prisé des professionnels du fait de son impli-

cation dans l'essentiel des techniques de diffusion des contenus, avec des répercussions directes jusqu'aux marchés grand public. Il attire près de 60 000 visiteurs.

### - Paris Games Week

(Jeux vidéo Loisirs interactifs)

- 27-31 octobre 2016.

- Paris - (Porte de Versailles)

Ce salon très grand public créé à l'initiative des adhérents du SELL gagne chaque année en notoriété. En 2015, il a attiré 307 000 passionnés de jeux vidéo. C'est le plus important de tous les salons tenus en France dans l'univers numérique grand public, en termes de fréquentation. L'excellent positionnement en date de l'édition 2016 (congés scolaires) et les nouveautés déjà annoncées devraient lui permettre d'optimiser mieux que jamais son

potentiel, d'autant plus que le jeu vidéo s'invite désormais dans de nombreux usages du numérique connecté.

### - Hong Kong Electronics Fair (EGP - télécoms - multimédia)

- 13 - 16 octobre 2016

- Hong Kong (Chine)

Cette session d'automne du salon de Hong Kong, la plus ancienne, est désormais un rendez-vous dont l'attractivité ne cesse de s'accroître, tout comme le nombre de ses visiteurs.

### - Salon de la Photo

(Photo numérique - Vidéo)

- 10-14 novembre 2016

- Paris (Porte de Versailles)

En ligne directe avec les chaudes heures de la fin d'année, notamment pour les ventes, le Salon de la Photo de Paris a trouvé son rythme et ses adeptes. 2016, suite aux présentations de la Photokina, devrait être riche en nouveautés. Concurrencée par les smartphones, la photo a plus que jamais besoin de cet outil propre à dynamiser la pratique du cliché et à faciliter l'émergence de nouveaux adeptes de cette activité aussi artistique que technique. Tant qu'il y aura des images... !

**BIENTÔT,  
DE NOUVELLES  
ACTUALISATIONS ET  
DES INFORMATIONS  
À NE PAS MANQUER**



Festival

# SON & IMAGE



CONNECTIVITÉ  
HOME TECHNOLOGIES  
STREAMING  
DOCKS

DOMOTIQUE AV  
MUSIQUE

HAUTE  
FIDELITÉ

INTÉGRATION  
ULTRA HD

HIGH  
END

LIFESTYLE  
MULTIROOM

HAUTE  
DÉFINITION

HOME CINÉMA

**(7), 8 & 9 OCTOBRE 2016**

Soirée exclusivement professionnelle le 7 octobre

**NOVOTEL PARIS TOUR EIFFEL ★★★★★**



[www.sonimage.com](http://www.sonimage.com)

Sous le patronage de :



Organisation



VOIR, ESSAYER, COMPARER...

Salons et consommateurs :

# Quand les salons permettent de rétablir un lien concret avec la clientèle

EFFET INATTENDU DES ÉVOLUTIONS DU COMMERCE, L'UTILITÉ DES SALONS  
RENOUE AVEC SA RAISON D'ÊTRE D'ORIGINE, CELLE D'UN PASSÉ  
TROP LARGEMENT OUBLIÉ.





Dès l'immédiat après-guerre, et dans certains cas même un peu plus tôt, une immense vague de salons a été propulsée, en raison de multiples facteurs. Parmi eux, l'avènement de la diffusion des biens de consommation vers les populations les plus vastes. Cette transformation de la société avait été vécue en Amérique du Nord à l'orée des années 1920. Au lendemain du premier conflit mondial, une expansion économique et beaucoup d'initiatives de pionniers de l'industrie se sont confondus dans le démarrage vertigineux de cette fameuse société de consommation. L'automobile, la radio, les équipements ménagers, entre autres, dopés par l'industrialisation à la chaîne et l'avènement du crédit ont nourri une activité économique extrêmement vigoureuse (hélas sans outil de régulation efficace, d'où la crise de 1929).

Capable de maîtriser des technologies aussi performantes et avancées (voire mieux encore) que celles de ses cousins du nouveau monde, le Vieux Continent n'était en revanche pas encore en mesure de déclencher à cette époque des marchés de masse comparables. Ce qui s'est finalement produit dans les années 50 et 60. Rappelons qu'en 1960, seulement 30% des foyers de l'Hexagone disposaient d'une automobile. Alors que les US en étaient déjà à la télévision en couleur, petit écran, réfrigérateurs, machines à laver n'étaient que des projets ou même un rêve pour de nombreux européens et notamment les ménages de chez nous.

La métamorphose des conditions de vie matérielle était cependant lancée. En revanche, la "grande distribution" n'existait pas encore. Créer des événements où il était possible de découvrir en vrai les équipements nouveaux était alors parfaitement pertinent. Ce qui fut progressivement de moins en moins vrai au fur et à mesure que les grandes surfaces généralistes ou spécialisées ont multiplié leurs implantations. Des salons tels que celui des Arts ménagers ou ceux consacrés à l'électronique grand public ont progressivement dû composer avec une remarque devenant récurrente chez



les consommateurs : **"A quoi bon aller visiter un salon alors que l'on peut tout voir dans les magasins locaux ?"** Bon nombre de ces célèbres salons n'y ont pas survécu.

### TOUT MONTRER EN VRAI DE VRAI...!

Mais depuis quelques années, voilà que la réalité change de sens. L'importance prise par le commerce en ligne a contraint les animateurs du commerce physique à réagir, en revoyant la largeur et la profondeur de leurs offres. L'espace disponible et la compétition sur les prix ont fait valser les idées reçues. Et pour un consommateur, une quantité colossale d'équipements n'est tout simplement plus visible que sur le Net, sur ordinateur, sur tablette ou sur smartphone. Se faire une idée juste sur une chaîne audio vidéo, une belle enceinte ou un reflex de milieu de gamme ou plus noble encore n'est guère agréable sur un écran.

Le salon redevient par conséquent un endroit où tout industriel peut déployer l'ensemble de ses gammes, les mettre en fonction, en valeur, four-

nir les informations que le terrain ne dispense plus qu'à doses infinitésimales. C'est ce qui explique le succès incontestable de moments forts comme le **Salon de la Photo de Paris**, le **Festival Son et Image**, ou encore la **Paris Games Week**. Les salons avaient pour utilité de permettre aux consommateurs de rencontrer en totale réalité ce qui pouvait leur être proposé. Cela redevient la réalité, et dès lors, les exposants, qui tous cherchent à maintenir ou optimiser leur rentabilité, ne doivent pas négliger cette nouvelle donne.

Aux organisateurs d'événements de savoir, de leur côté, prolonger leur impact au niveau national, éventuellement en liaison avec la distribution. Ils se doivent notamment de mettre en œuvre un maintien permanent de la "pression" envers le plus grand nombre. Certains le font avec adresse, d'autres ferment les portes de leur exposition en se contentant de ponctuer par un communiqué sur leur fréquentation, et de lancer à la cantonade un chaleureux "à l'année prochaine". Un peu court, non ? ■

# FOIRES OU SALONS : SEULEMENT DES MOTS ?

**Un salon, une foire, ce n'est pas pareil...! Détail ? Possible, mais il n'est pas inutile de s'attarder sur ces appellations auxquelles tiennent les organisateurs, sans qu'elles aient cependant les mêmes significations selon les latitudes.**

Les mots expriment souvent davantage selon ceux qui les prononcent qu'à travers leurs définitions les plus rigoureuses. Dites à un organisateur de salon que son événement est une foire, et vous allez vite comprendre qu'il se sent offensé. Les salons sont-ils malgré cela les cousins, voire les descendants des foires ? Oui et non. Il faut pour en juger se pencher sur l'étymologie. Le terme "foire" vient du latin *feria*, la fête. Ce qui sous-entend, outre une facette... festive, un impératif de régularité dans le temps.

Dans le passé (aujourd'hui encore), les fêtes revenaient régulièrement dans l'année selon un calendrier religieux qui, en France notamment, a longtemps cadencé la vie au sens le plus large, se calquant sur le déroulement des jours et des saisons. Si Noël, Pâques, Pentecôte ou 14 juillet sont toujours d'actualité, d'autres traces se sont perdues dans le temps. Comme par exemple le 29 septembre, jour de la Saint Michel, qui ponctuait la saison des cultures agricoles. C'était le moment où les foins et récoltes devaient être rentrés, et où se payaient les fermages. De quoi faire un peu de fête, un peu de marché.

Dans la capitale il est instinctif de penser "Foire de Paris" événement ancien (qui a son équivalence dans de nombreuses villes), mais pas assez pour comprendre ce qui a joué durant des siècles ce rôle de métronome collectif, prolongements économiques à la clé. A ce stade, la notion de fête s'estompe, laissant la place à des convergences davantage liées au rythme des saisons, sans se départir des connotations religieuses. Mais Dieu n'était-il pour rien dans une belle récolte ?

Troupeaux allant ou revenant des pâturages, maturité de certains végétaux, fin d'o-



pérations (vendanges...) ont un peu mélangé les côté fête et les aspects marchés. Il ne faut de plus ne pas oublier l'importance séculaire des marchés, depuis l'antiquité. Indiscutable : la foire, même si elle est un peu fête, est un convergence commerciale. Le salon aussi, mais avec une nuance : sa spécialisation, qui se veut imprégnée d'une certaine grandeur, pour ne pas dire noblesse. Oui mais...

A Tokyo, il y a pile 35 ans, le CD audio était la principale attraction d'un salon observé de toutes les régions de la planète, intitulé... "Audio Fair", sorte de symbole annuel de la montée en puissance de l'industrie japonaise.

La foire n'était cependant dans ce cas en rien une initiative de dénomination japonaise, mais une initiative plus ou moins adroite de la même appellation que celle adoptée à Londres pour un même événement dédié à la hi-fi également baptisé Audio Fair.

Ce choix aurait pu être différent, car à l'époque, l'industrie japonaise avait prioritairement investi le vaste marché américain. Comme chacun le sait, nos cousins d'Amérique ont davantage opté pour le terme "show", pour le Consumers Electronics Show (CES), et d'autres moments forts, comme à Detroit, le Motor Show...

Inutile d'aller plus loin dans l'étalage des variantes. Chacun use de termes adaptés à son organisation et au domaine visé, sans

oublier de prendre garde à deux points importants. L'aspect juridique d'une part. Les noms d'expositions sont des marques commerciales déposées, et gare aux ressemblances (en cas de bataille portée devant la justice, ce sont les ressemblances et non les différences qui sont prises en compte).

D'autre part, le côté marketing est naturellement essentiel. L'apparition des "Mondial" de ceci, "Mondial" de cela répond au souci de ne pas se faire coiffer par un concurrent qui aurait trouvé dans le vocabulaire l'arme absolue pour dominer les autres, tous les autres, la compétition étant désormais étendue à l'échelon... mondial.

Reste l'image. Comme chez les consommateurs, il existe dans l'intimité psychologique des organisateurs un positionnement social, la projection supposée de l'image de l'événement organisé sur ceux que celui-ci intéresse. D'où ce cousinage insupportable de la foire, certes, fête, mais aussi en trop grande proximité avec le marché, pas celui du pays, mais du centre du village... Alors, susceptibles, ces organisateurs ? Comment ne pas les comprendre, quand on observe la rapidité de certaines évolutions, et la fréquence des initiatives (nouveaux produits, nouveaux marchés), et la fulgurante mondialisation de nombreux thèmes. Derrière les mots, se dissimule plus que le marketing, l'instinct de survie. ■



**Voir votre futur produit avant de l'acheter** est essentiel pour bien choisir et ne pas se tromper.

Sur cette chaîne, vous trouverez **des vidéos sur les nouveaux produits Hi-Fi, photo, vidéo, Home Cinéma et multimédia...**

Avec ITnumeric, laissez-vous guider... !



## VISITEURS : DITES COMBIEN...

### LA FRÉQUENTATION DES SALONS SEMBLE ÊTRE UN ÉLÉMENT DÉTERMINANT POUR LES ORGANISATEURS. ET POURTANT, LES CHOSES NE SONT PAS SI SIMPLES.

Comme la diffusion pour des organes de presse, le nombre de visiteurs reste un critère important pour tout événement. Facile à comprendre. Pas assez, c'est l'échec, beaucoup, c'est le triomphe. Mais au-delà de cette théorie, une infinité de paramètres vient tempérer les chiffres bruts.

La France détient aujourd'hui encore le record de toutes les fréquentations de salons au niveau mondial, toutes catégories confondues, avec le Mondial de l'Automobile, dont le score se promène entre 1,2 et 1,5 million d'entrées, selon les années. Dans le domaine de l'électronique de loisirs (ou du "numérique", pour placer les choses dans l'air du temps) c'est la Paris Games Week qui occupe la première place sur le podium, ayant nettement franchi le cap des 300 000 entrées.

Probablement second au plan mondial dans sa spécialité derrière l'incontournable Photokina, le Salon de la Photo de Paris n'attire "que" 75 000 à 80 000 individus passionnés ou intéressés.

A la lumière de ces seules comparaisons, il apparaît clairement que d'autres points de repères doivent être pris en considération pour que les idées, à défaut d'être totalement claires, s'appuient sur des éléments justes. Deux points sont notamment à prendre en compte : la durée de l'événement, et la surface sur lequel il est installé. Le Mondial de l'Automobile occupe la quasi totalité du parc d'expositions de la Porte de Versailles, qui frôle 230 000 m<sup>2</sup> et se tient en général sur environ deux semaines, incluant 3 week-ends. La Paris-Games-Week ne dure que 5 jours et occupe un espace plus réduit (en général, le Hall 1 et quelques annexes), alors que le Salon de la Photo tient dans un seul hall, pour une durée de 5 jours également. Nous n'irons pas plus loin dans cette énumération qui montre que les comparaisons, si elles avaient une véritable signification, sont difficilement exploitables, d'autant plus que derrière les chiffres, se cache une information essentielle : qui sont les

visiteurs et pourquoi sont-ils venus ?

Ce qui implique une autre question : quels sont les objectifs des organisateurs, pour justifier la participation des exposants ? Naturellement, si le grand public est la cible, il faut le convoiter de toutes les manières possibles. Dans cette optique, il faut tenir compte, comme pour la température extérieure, d'un ressenti pouvant induire une distorsion avec la réalité. Un même nombre de visiteurs sur une surface un peu limitée donne le sentiment d'un superbe succès, alors qu'il induit le doute sur deux ou trois fois plus de mètres carrés. Le phénomène est identique pour la durée. Si un salon de 5 jours passe à 10 jours, est-il sûr de doubler son visitorat ? Rien ne peut le garantir. En revanche, le fait d'inclure deux week-ends permet d'une manière certaine d'optimiser la fréquentation, pour au moins deux raisons : la disponibilité des visiteurs plus intéressés et, la publicité pour les salons étant en général assez courte envers les cibles les plus larges, le public davantage profane ou séduit par la découverte réalise trop tardivement de l'organisation du salon. Ces points de l'organisation ne sont cependant pas com-



modes à gérer. La surface et le nombre de jours (auquel doit être ajouté le temps nécessaire au montage et démontage des stands) ont une incidence considérable sur le coût, sans compter ce que l'exposant doit lui-même investir en mobilisant ses troupes et organisant l'accueil (hôtesses) et l'animation.

Il reste que Paris n'est pas le centre du monde (surtout en matière de salons) et qu'à l'heure actuelle, une autre hiérarchie règne dans l'esprit des groupes industriels capables d'exposer dans de grandes manifestations. La portée locale s'oppose à la portée internationale.

### SAVOIR RELATIVISER

Des moments forts dans de nombreux domaines qui nous concernent s'imposent ainsi, avec des fréquentations pouvant paraître faibles, mais une audience solide à l'échelon de la planète. Avec seulement 170 000 visiteurs, le dernier CES, tenu à Las Vegas, a un impact mondial, de nombreux exposés d'ouverture (les "keynotes") donnant aux industriels l'opportunité de délivrer leurs messages. Au cœur du désert, les visiteurs "locaux" ne sont pas majoritaires, les professionnels de tous les continents étant au premier plan. Revendiquant 245 000 visiteurs, l'IFA semble dominer. Médiatiquement, son impact est réel, mais l'expo berlinoise s'appuie sur l'électronique et l'électroménager, et ne retrouve pas les foules des années de gloire (mi-90) où 700 à 800 000 individus se pressaient au pied de la tour.

A Barcelone, le Mobile World Congress est la plaque tournante du monde des télécoms et de la connexion, mais ses 101 000 visiteurs, seulement 25 000 de plus qu'au Salon de Paris montrent la relativité des évaluations chiffrées. Que fera la Photokina 2016, alors qu'en 2014, dernière édition tenue, 185 000 personnes en avaient sillonné les allées. Le smartphone (que l'on voyait arriver avec effroi) a bel et bien complètement remodelé les marchés. Tout est donc très relatif dans les calibres des moments forts, avec une question qui hante certains professionnels : les chiffres publiés sont-ils fiables et "honnêtes" ? Réponse aux couleurs de la Normandie : parfois oui, parfois non. Si, par exemple, la SPAT (Festival Son & Image) fait régulièrement et officiellement certifier son audience par l'organisme compétent en la matière, d'autres, sous tous les horizons, peuvent parfois donner des chiffres à eux... ■

# Professionnels, restez connectés !

VDI - Sécurité - Domotique pour le résidentiel & le tertiaire

## HABITAT & TECHNOLOGIES

Produits - Services - Distribution - Entreprises - Formation

www.habitat-technologies.com N°6 - FÉVRIER/MARS 2014 - 15 €

- SMART HOME**  
SCHNEIDER ELECTRIC WISER  
une domotique radio  
pour contrôler l'énergie
- SMARTBUILDING**  
CRESTRON  
l'Hôtel de la Paix à Saint-Tropez  
à nouveau dans la lumière
- AUDIOVISUEL**  
TNT HD  
Le déploiement de R7 et R8  
à mi-parcours
- MARCHÉ**  
CANON  
lance l'offensive sur  
la vidéoprotection
- ENTRETIEN**  
FRANÇOIS BACHELART  
Président de  
Home Cine Feel
- GROSSISTE**  
ACTN  
spécialiste toulousain  
de la convergence

**DOSSIER**  
**STREAMING AUDIO  
MULTIROOM**

- La sonorisation résidentielle en pleine mutation
- Technologies : les performances progressent mais les protocoles foisonnent
- L'offre : qui pourra déloger Sonos ?

**DOSSIER**  
**ÂGE  
LIGENT**

acteur en pleine mutation  
âge dans tous ses états  
transmet des données

**DISTRIBUTION**  
STOEVHOME  
spécialiste du Smart  
Home & Home cinema

**INTEGRATION**  
Une gamme à clés  
très connectée

**ENTRETIEN**  
ALBERT HUBERT  
Responsable Commercial  
Agenc' Inforty

**RÉSEAUX**  
MORALE MAGNÉTIQUE  
dans l'air  
11 janvier 2014

**4K**

**AUDIOVISUEL**  
La ultra haute définition  
pour tous les publics

**SMARTHOME**  
MAGIK  
Résidence smart  
sous contrôle - en

**RESEAUX**  
TABLEAUX DE COMMANDE  
Au cœur du câblage  
VDI résidentiel

**INTEGRATION**  
espace  
habitat au grand écran  
multimédia

**SMARTHOME**  
WALL SILENT  
le confort du  
téléviseur à domicile

**RESEAUX**  
www.habitat-technologies.com

**VDI - Sécurité - Domotique**  
**HABITAT & TECHNOLOGIES**  
Produits - Services - Distribution - Entreprises - Formation

**VDI - Sécurité - Domotique pour le résidentiel & le tertiaire**  
**HABITAT & TECHNOLOGIES**  
Produits - Services - Distribution - Entreprises - Formation

N°5 - DÉCEMBRE 2013/JANVIER 2014 - 15 €

## Abonnez-vous à HABITAT & TECHNOLOGIES

le magazine professionnel de toutes les technologies du résidentiel et du tertiaire : sécurité, confort, économie d'énergie, audiovisuel, réseaux, domotique.

[www.habitat-technologies.com](http://www.habitat-technologies.com)



SALONS ELECTRONIQUE ET NUMERIQUE :

## VOICI VENUE L'HEURE DES REPOSITIONNEMENTS

LES ORGANISATEURS DE SALONS ONT BIEN PERÇU L'ONDE D'UN GRAND VIRAGE TANT DANS LA TECHNIQUE QUE DANS LES USAGES, EFFET AMPLIFIÉ PAR UNE REDISTRIBUTION DES CARTES DANS L'INDUSTRIE MONDIALE. C'EST CE QUI EXPLIQUE UNE TENDANCE AUX RÉVISIONS DE POSITIONNEMENTS OBSERVÉE POUR DE NOMBREUX RENDEZ-VOUS.



Le “*changement majeur*”, la “*révolution technique ou des usages*”, “*l'entrée dans une nouvelle époque*” et autres envolées journalistiques sont des lieux communs utilisés à haute dose dans les gazettes. Mais en 2016, nous n'en sommes plus à de la simple phraséologie aux accents surannés. L'époque est bel et bien le théâtre d'évolutions irréversibles. Pour tout organisateur, il ne s'agit plus seulement d'adopter une ambiance conforme à l'actualité. La priorité est de faire en sorte que la manifestation qu'il pilote suive le mouvement, de manière à conserver son potentiel vital d'exposants. Ca passe ou ça casse !

Cette évolution avait été initiée depuis quelques années par l'IFA, d'abord par l'adoption d'une périodicité annuelle à la place d'un salon tenu historiquement tous les deux ans. Une initiative visant à occuper “*l'espace temps*” européen, afin de faire barrage à une toujours possible concurrence qui aurait pu venir s'intercaler. Mais cette nouvelle donne n'a pas empêché l'IFA de rencontrer quelques vents contraires. A commencer par un émoi chez les exposants voyant la facture plus ou moins incontournable doubler, alors que leurs responsables estiment de plus en plus excessifs les budgets nécessaires et le temps investi pour

des shows dont il convient dès lors de ne pas abuser. De l'opération à laquelle on participait avec entrain, on est passé à un mal nécessaire.

Un malheur n'arrivant jamais seul, depuis l'avènement de la première décennie du nouveau siècle, quelques figures importantes de l'industrie se sont retirées du marché pour des raisons diverses. L'abandon de l'EGP par le groupe Thomson fut l'un de ces forfaits, alors qu'il investissait pour au moins trois ou quatre stands importants à Berlin. D'autres péripéties se sont produites, à l'image de celle du groupe Harman qui a durant quelques années investi un très grand hall lui

donnant une image et une stature répondant aux objectifs de son patron d'alors, Sidney Harman. Celui-ci cherchait à céder son entreprise. Ce qui fut fait, n'entraînant pas la disparition de cette belle galaxie de marques de l'exposition berlinoise, mais son recentrage, c'est le cas de le dire, dans un espace seulement accessible aux professionnels, au pied de la tour, sans aucun doute beaucoup moins gourmand financièrement.

## VIRAGES À HAUTS RISQUES

Un épisode parmi d'autres qui, progressivement, ont imposé une réaction. Le véritable repositionnement de l'IFA s'est finalement traduit par l'introduction de l'électroménager. Une démarche visant à trouver des firmes capables d'occuper de la surface de stands, et qui ressemble à celle des enseignes se repliant sur le duo blanc-brun. Stratégie qui n'est probablement pas le meilleur moyen de capter l'attention des industriels et des utilisateurs sur les thèmes les plus porteurs d'aujourd'hui, et laissant de marbre les vrais amateurs de hi-fi ou d'électronique embarquée, qui se retrouvaient par dizaines de milliers aux grandes heures du salon allemand.

Mais surtout, la concurrence s'est manifestée sur un autre registre avec, face aux grands salons généralistes, le succès grandissant des manifestations spécialisées. Télécommunications, photographie, jeu vidéo, électroniques embarquées, son haute définition (ex-hi-fi) ont les uns après les autres été plus sensibles aux arguments d'organismes plus attentifs à leurs problématiques spécifiques. Le défi est entré dans le devenir des généralistes face aux spécialistes.

Les données fondamentales pour l'organisation de salons dans le domaine de l'électronique pour tous. Un symptôme parfaitement identifié par la Consumers Electronic Association, fédération professionnelle américaine organisatrice du célèbre CES tenu chaque début d'année à Las Vegas. Et c'est à ce niveau du groupement professionnel que le repositionnement

vient de se concrétiser. La CEA est devenue la **Consumers Technology Association**, à la place de **Consumers Electronics Association**. Car d'un côté, les produits de l'EGP et de l'IT arrivent à saturation, et de nombreux industriels tentent de se réinventer un avenir avec le monde connecté. La parade américaine n'est pas inappropriée, mais elle n'a pas chassé le spectre de la concurrence des salons spécialistes. et même d'habitudes différentes de ce petit monde de l'innovation numérique. En tant que grande manifestation, si le CES bénéficie de quelques annonces à portées planétaires dans quelques domaines, les véritables moments forts désormais classiques se situent à Barcelone (MWC) pour les télécoms, à Los Angeles (E3) pour le jeu vidéo, à Cologne (Photokina) pour la prise de vue numérique. Alors que d'autres jouent leur différence. Apple, l'un des leaders et des "meneurs" de cette génération prend un malin plaisir à ne pas participer à ces grands salons, et organise ses propres séances de présentations, largement médiatisées.

Mais l'électronique n'est pas la seule à vivre la nécessité de changer d'épauler

son fusil. En effet, le monde de la photo vit une période épouvantable avec la concurrence des smartphones, désormais instrument de prise de vue qui a tout balayé pour le versant grand public. Et voilà à son tour l'historique Photokina réviser son positionnement dès cette année. Logiquement, elle affirme ne plus être le moment fort du seul domaine de la photo, mais étend sa vocation à l'ensemble du domaine de l'image, capturée par tout dispositif. Se tenant tous les deux ans seulement, la rupture entre les époques y est ressentie avec une acuité particulière. En seulement 24 mois, il s'en est passé des choses, dans ce domaine ! Il était impossible que les mutations liées aux techniques numériques n'aient pas une influence sur les salons et manifestations. C'est à cette transformation de la société, comparable à ce que furent les impacts de l'avènement du machinisme ou de l'électricité, que nous assistons. Sans parler de vent de panique, les organisateurs ont donc de sérieux défis à relever, et tous ne parviendront pas à leurs fins. Mais n'est-ce pas une loi du temps qui passe ? Qui pourrait organiser aujourd'hui un événement axé sur la fée électricité ? ■



# LES SALONS ET

Pour les acteurs du monde politique, se montrer dans un salon, revient à prendre parti pour le sujet visité, et est supposé y apporter au moins un courant de sympathie, voire un soutien. Mais c'est aussi cannibaliser un peu de la couverture médiatique, offensive pour laquelle les organisateurs sont pourtant plus qu'on ne le pense largement intéressés et même souvent demandeurs.



Cebit 2016, Hanovre : la chancelière allemande Angela Merkel



# LES POLITIQUES

Les ténors comme les seconds rôles de la vie politique aiment les salons. La preuve : on ne compte plus leurs apparitions dans les allées des plus importantes manifestations. Cette omniprésence est cependant quelque peu sélective, et la démarche de ceux qui y participent n'est jamais désintéressée. Rares sont ceux qui ne cherchent pas, in fine, à s'exposer eux-mêmes.

L'une des facettes les plus voyantes de cette habitude se situe au Salon de l'Agriculture, au point de devenir caricaturale et même, par certains côtés, lourde pour ne pas dire grotesque. Si certaines personnalités ont parfois reconnu ne pas trop savoir ce qu'était une souris, tous savent ce qu'est une vache ! Rares également sont ceux qui savent totalement dissimuler leur intérêt pour quelques dégustations, avec le risque de se prêter involontairement aux facéties des photographes qui ne ratent pas la moindre occasion de faire des clichés qui ne passeront pas inaperçus. Piétiner, ça creuse, au diable l'image.

Bref, les visites sont nombreuses, le parcours ciselé, le temps de présence optimisé. Le salon de 2016 a une fois de plus souligné cet aspect, avec pour de nombreuses vedettes de la sphère du pouvoir, en fonction ou trépignant pour l'être un jour, des participations au long cours. Vont-ils chercher à habiter sur place l'année prochaine ? Reconnaissons cependant que l'atmosphère préélectorale que la perspective des primaires accentue un peu chaque matin amplifie le phénomène. Ne serait-ce que parce que les candidats à la candidature sont nombreux et que tous cherchent à s'offrir la meilleure visibilité possible. Ils cherchent aussi des voix, en s'approchant le plus possible des catégories d'individus concentrées selon les thèmes des



manifestations. Où trouver plus d'éleveurs ou d'agriculteurs que dans le salon qui leur est consacré ? Où rencontrer davantage de professionnels et d'individus concernés par les loisirs interactifs qu'à la Paris Games Week ?

Donner de la voix pour en récolter davantage : venir dans un salon n'est pas une initiative complexe. Elle vise un effet on ne peut plus simple et direct. Ce qui n'est pas nouveau.

## VOTER POUR UN ACCORDÉONISTE

**1969, Porte de Versailles.** Un professionnel de l'édition et de la communication a créé dans la Foire de Paris un salon baptisé SIMI. Un nom bien inspiré pour ce Salon International de la Musique et de ses Industries. Vient l'heure de l'inauguration et, pour la cir-

Le Parisien

LES GRAPPES

UN PIED DANS LES VIGNES !



C'EST VINDREDI

PORTRAIT DE LA SEMAINE

LE JOURNAL INTIME

ACTU

S'Y CONNAÎTRE

VO

POUR DÉCOUVRIR CE QUI SE PASSE PRÈS DE CHEZ VOUS.

> C'EST PAR ICI

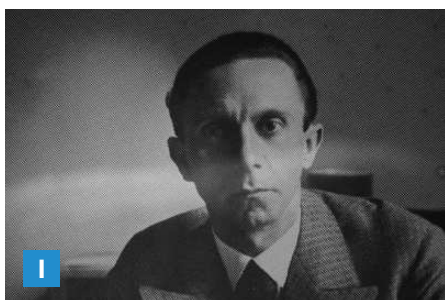


TU BOIS QUOI AU SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE ?



*Dans les salons, les photographes sont à l'affût ! Lieu et circonstances sont excellents pour capturer des attitudes et des situations insolites, parfois revers de médaille pour l'image... François Hollande, Salon de l'Agriculture 2016.*

# SALONS ET EVENEMENTS



1 - constance, l'organisateur a réussi à faire participer un personnage très haut placé dans la république. Un ministre de la Culture ? Non, le ministre de l'économie et des finances. C'est un personnage dont l'ambition n'est en rien dissimulée et sera du

reste comblée. Valéry Giscard d'Estaing, c'est de lui qu'il s'agit, a aussi un dada : il joue en (très) amateur un peu d'accordéon. Voilà l'occasion qui fait le larron. Le futur président attire tout naturellement la foule. Il ne s'est pas fait prier pour inaugurer cet évé-



2



3

Ci-dessus : François Hollande au Mondial de l'Automobile en 2012, alors que le destin du Groupe PSA est préoccupant. En début de mandat, le président souligne par cette présence bien médiatisée sur le stand du constructeur à quel point il mobilise pour cet industriel. (Photo : Y.Dupré)

A gauche, de haut en bas :  
1 - Joseph Goebbels, en 1935, en charge de la "communication" du Reich, (mieux vaudrait parler de propagande) participe activement au salon de la radio, ancêtre de l'IFA. En vedette avec force animations : les premiers enregistreurs magnétiques sur une bande fabriquée par IG Farben. (Archives IFA).

2 - Fleur Pellerin, Ministre de la Culture, en compagnie d'Emmanuel Martin, délégué général du SELL, inaugure la Paris Games Week.

3 - Dans les années 90, François Fillon et Bruno Bonnell, patron et co-fondateur de la firme lyonnaise Infogrames, également au coeur d'un événement consacré au jeu vidéo.

4 - Au début des années 80, Laurent Fabius, Ministre de l'Industrie, rencontre Jacques Palpacuer, patron et co-fondateur de la "stratup" (terme qui n'avait pas encore été inventé) française Exelvision qui produit un sympathique ordinateur, lors du Festival Son & Image, qui se tenait alors au Palais du CNIT.



4

nement, et accepte même lors de cette "cérémonie" de jouer un petit air sur son instrument de prédilection. Mais il ne le fera pas, suite au refus de l'organisateur. Venu sans son instrument personnel, il aurait fallu en emprunter un sur le stand d'un exposant qui, dès lors, aurait été favorisé (visibilité) par rapport aux autres firmes présentes sur ce salon. Cette petite aventure vieille de près d'un demi-siècle et qui n'était en rien une première souligne que fondamentalement, rien n'a changé.

Beaucoup moins sympathique, au milieu des années 30 du siècle dernier, l'IFA et les innovations des technologies nouvelles de l'époque, dont la bande magnétique et le magnétophone, ont largement servi à la communication (propagande convient mieux) du nouveau régime d'outre-Rhin. Du reste, le responsable de la communication de ce salon n'était autre qu'un certain Joseph Goebels.

Notre ère de prolifération des outils et usages numériques apporte cependant son potentiel d'évolution. Dans un salon, un acteur politique ne bénéficie pas seulement des couvertures médiatiques majeures, radio, télévision, presse écrite etc. Les réseaux sociaux prennent le relais. Des petites



Bill Clinton, invité au CES

phrases que les lourdes machines de l'actualité ne seraient pas en mesure de relever ou même de détecter se propagent comme une traînée de poudre, et sont même susceptibles de remonter vers les grands médias si le contenu est exploitable. Une arme qui est d'ailleurs à double tranchant, comme cela fut démontré pour un président qui avait demandé à un opposant bien peu respectueux ("ne me touche pas, tu me salis"), de "se casser, pauvre... etc.

Du côté des organisateurs, l'apport des politiques est non seulement accepté mais recherché. En effet, une

manifestation qui peut afficher qu'elle est inaugurée par un ministre, voire organisée sous "**le haut patronage**" d'un ministère même de second rang lui confère une importance optimisée, aux yeux de ses organisateurs. Il faut bien vendre les stands...

Malheureusement, il ne suffit pas de demander. Pour les grands rendez-vous, les politiques, sans en avoir l'air, se battraient pour profiter de la lumière, mais les petits salons, en général, soit ils s'en fichent pas mal, soit ils évitent. Dieu que les agendas sont chargés, et les disponibilités rares à certaines dates !

Il reste à déterminer si les vedettes politiques sont bien les personnalités les mieux adaptées à ces participations. Au Salon de la Photo de Paris, ce sont les photographes qui jouent ce rôle. Les seuls conflits capables de surgir portent sur les profondeurs de champ et la gestion du piqué des images. Plus loin de chez nous, le CES de Las Vegas brille en attractivité grâce aux vedettes du spectacle et des médias qu'il convie chaque année, les mélangeant intimement aux patrons de grandes firmes ou organisations, qu'il s'agisse d'exposants ou non. Et si l'IFA d'aujourd'hui (comme le CEBIT) accueille volontiers Angela Merkel, le concert d'une vedette (connue prioritairement en Allemagne) coïncide avec l'ouverture de l'exposition, ce qui touche probablement mieux le public que les prises de position des candidats à une victoire électorale. ■



François Hollande, Salon de l'Agriculture 2016. (Photo : Palais de l'Élysée)

Electronique grand public

Multimédia

Micro informatique

Haute fidélité

Home cinéma

Télévision numérique

Télécommunications

Loisirs interactifs

Electronique embarquée

Industrie

Distribution

Technique

Commerce

Marketing

Merchandising

Clientèles

24 heures sur 24  
retrouvez  
l'information  
faite pour vous  
sur

[www.dvsm.eu](http://www.dvsm.eu)

Cliquez !

Entrée libre