

Communiqué de presse - Mondial de l'Auto 2022 – 24.10.2022

« **REVOLUTION IS ON*** »

*La Révolution est en route

Mondial de l'Auto 2022, un pari audacieux réussi à tous les niveaux

Le groupe Hopscotch, producteur de l'événement et co-organisateur avec la PFA, a réussi son pari : réinventer et remettre sur pied, après 4 ans d'absence, ce salon monument du paysage français, dans un contexte économique et social compliqué.

Un vrai succès populaire

Après 4 ans d'attente, l'affluence a été au rendez-vous avec 397 812 visiteurs, que nous pouvons remercier d'avoir réussi à braver les grèves des transports et la pénurie de carburants.



Serge Gachot, Directeur du salon déclare : « *Sur la fréquentation, nous avons un objectif initial de 350 000 visiteurs et nous sommes particulièrement heureux de voir que les visiteurs ont été au rendez-vous après 4 ans d'absence, c'est au-delà de nos espérances. Les français aiment la voiture. Nous voulions avant tout que ce soit une fête de l'automobile, et aussi la vitrine d'une industrie très innovante et vertueuse présentant le futur (proche) de l'automobile. Avec près de 400 000 visiteurs, nous avons réussi ce beau pari.* »

Des chiffres à mettre en relation avec un salon qui se tient désormais sur 7 jours, dont 1 journée presse et 6 journées publiques (au lieu de 13 jours dont 2 journées presse pour les éditions précédentes).

Parmi les visiteurs, **les franciliens ont plébiscité le salon** et ont représenté **60% des billets** achetés, quand traditionnellement la majorité des visiteurs venaient de province. Ces derniers ont cette année été pénalisés par la crise du carburant et ont préféré renoncer à leur venue à Paris.

Côté journalistes, ils ont largement répondu présents puisque la couverture presse, - avec plus de **3 200 journalistes accrédités** lors de la journée qui leur était dédiée lundi -, a permis de médiatiser largement le retour de l'événement.

Autre indicateur et marqueur de cette édition : les essais routiers. Dimanche soir le centre d'essai a réalisé **plus de 3 000 tests drives**.

Parmi les personnes qui ont essayé les véhicules électriques disponibles sur le centre, il est à noter que « *24% conduisaient pour la première fois une voiture électrique, 99% sont convaincus de l'expérience électrique après l'essai et 48% des personnes étaient des intentionnistes à moins d'un an* » précise Serge Gachot.

Enfin, le Paris Automotive Summit, initiative de la PFA destinée à rassembler les décideurs de toute la filière, a également remporté un franc succès avec 3 000 professionnels accueillis mardi en marge du salon au Dôme de Paris, et une audience cumulée de 30 000 personnes.

Des visiteurs le sourire aux lèvres, des exposants ravis de leur retour sur investissement

Ravis d'avoir pu valoriser tant auprès des médias que des visiteurs leurs modèles et leurs solutions, les exposants se disent particulièrement satisfaits par la qualité d'un visitorat qualifié et souvent porteur d'un projet d'achat.

Des stands financièrement plus accessibles, un temps d'exploitation plus réduit, et un visitorat au rendez-vous, voici les ingrédients clés sur lesquels l'organisateur s'était appuyé pour convaincre les exposants.

« *Nous avons accueilli 130 exposants dont plus de 60 marques, qui se déclarent tous satisfaits ou très satisfaits. Ils ont compris ce qu'on essayait de faire, montrer le monde automobile de demain... Et nous avons répondu à notre promesse fil conducteur de ce salon, le retour sur investissement pour les exposants.* » explique le Directeur du salon.

En milieu de semaine, Arnaud Belloni, Directeur Global Marketing de la marque Renault annonçait sur LinkedIn : « *Renault terminera le salon à Paris avec plus de 500 ventes en 6 jours, 400 000 visiteurs et 100k€ facturés à la boutique. Nous aimons les gens qui aiment les voitures. Les salons de l'automobile sont éternels.* »

Christophe Prévost, Directeur du Commerce Peugeot atteste à sa manière le caractère unique du salon : « *Le premier bilan, c'est le sourire de nos équipes, ravis de rencontrer le public de nouveau. Le salon demeure une occasion unique, dans un contexte où il peut y avoir de la confusion sur les technologies. Offrant la possibilité de conseiller, d'informer, de préciser les informations sur l'hybride, l'électrique, les solutions technologiques.* »

Côté nouveaux entrants, **la satisfaction est également au rendez-vous.** Jean-Christophe Mercier, Deputy CEO Europe de VinFast, déclarait en fin de semaine : « *Ce que je vois depuis lundi, ce sont des professionnels et des visiteurs passionnés de constater les évolutions en cours et qui ne font pas dans le déprimant « c'était mieux avant » réducteur qui ne mène jamais nulle part. Notre monde change, le rythme de passage du thermique aux énergies propres est un enjeu majeur. La présence d'acteurs de la distribution et du divertissement est une chance pour la filière. Merci à Luc Chatel et Serge Gachot pour cette belle organisation. Grâce à eux, Paris est une fête cette semaine, les sourires des visiteurs l'attestent !* »

La couverture presse exceptionnelle a permis de **braquer les projecteurs sur les marques** et de leur **faire rencontrer leurs publics** ; avec pour les concepts avant-gardistes comme Hopium ou NamX à la clé, environ **1 000 pré-commandes** pour chaque marque.

Au beau milieu d'une révolution profonde, l'histoire et le futur de l'automobile se jouent plus que jamais au Mondial de l'Auto.

Alors que les portes se referment, Serge Gachot résume l'intention de cette édition : « *Le monde a changé, le Mondial a changé... Et dans ce contexte, le salon a bel et bien réussi sa mission, permettre aux exposants de présenter leurs nouveautés et offres mises à la vente, tout en guidant et décryptant les révolutions en cours pour un consommateur en peine d'informations.* »

Rendez-vous en 2024 pour une prochaine édition

Frédéric Bedin, Président du Groupe Hopscotch déclare : « *Nous sommes fiers d'avoir mis notre savoir-faire d'innovation événementiel, et de marketing d'influence, au service de la filière automobile et des amoureux de l'auto-mobilité. Nous allons proposer de nouvelles choses dès 2023 et bien entendu pour le mondial 2024.* »

Hopscotch et la PFA profitent de ce succès pour donner rendez-vous à tous les exposants et constructeurs dans deux ans, à la mi-octobre 2024, et travaillent sur un format incluant un week-end supplémentaire, afin de pouvoir accueillir encore plus de visiteurs.

Un programme innovant autour de la marque « Mondial de l'Auto » au cours de l'année 2023 est également en cours de déploiement.

Le Mondial de l'Auto 2022, **seul salon international de l'année en Europe**, affirme la place centrale que jouera l'automobile dans la mobilité du futur.

Tout l'écosystème de l'auto-mobilité élargi aux énergéticiens, aux start-ups, aux fabricants de bornes électriques, aux acteurs innovants de la transition énergétique et de la sécurité routière est présent au Mondial de l'Auto 2022.

Comme depuis de nombreuses années, le Mondial de l'Auto 2022 s'est tenu au sein du Parc Paris Expo Porte de Versailles et plus précisément dans les Pavillons 3-4-6.

Pour ne rien rater de l'actualité du salon, la plateforme digitale du Mondial de l'Auto 2022

<https://mondial.paris/> propose un contenu enrichi très régulièrement de nombreuses ressources avec des articles et contenus multimédias sur l'auto-mobilité de demain.

Sur ce site, les visiteurs français et internationaux ont pu s'inscrire à la newsletter pour recevoir régulièrement des nouvelles des exposants, du marché, des tendances et être tenus au courant de la programmation et de l'expérience à vivre sur le salon.

Des pages dédiées à l'événement permettent de retrouver l'ensemble des informations : actualités du salon, billetterie, renseignements pratiques...

Liens vers les réseaux sociaux Mondial de l'Auto - Le rendez-vous de tous les passionnés d'automobile depuis 1898 :

<https://twitter.com/mondialdelauto>

<https://www.facebook.com/lemondialdelautoparis/>

<https://www.instagram.com/mondialdelautoparis/>

<https://www.linkedin.com/company/mondial-de-l-auto-paris/>

<https://www.youtube.com/channel/UCwh0yc9zj-toj0a6pBpoDQA>



Le Mondial de l'Auto est l'un des premiers salons automobiles au monde par sa fréquentation (plus de 1 million de visiteurs en 2018) et son exposition médiatique (plus de 10.000 journalistes accrédités dont 52 % en provenance de 100 pays).

Précurseur des salons automobiles internationaux, créé en France par les pionniers de l'automobile, il a fêté ses 120 ans en 2018.

Porté par la filière automobile, le Mondial de l'Auto se veut la vitrine d'une industrie à l'avant-garde d'innovations, qui dessinent la place centrale que jouera l'automobile dans la mobilité du futur. La PFA et Hopscotch sont associés, depuis 2019, pour son organisation.

Paris Automotive Week

En 2021, la filière automobile annonçait le lancement de la Paris Automotive Week, du 18 au 23 octobre 2022 à la Porte de Versailles.

Pour la première fois, les deux événements phares du secteur automobile, le Mondial de l'Auto et le salon Equip'Auto, se rassemblent sous une même bannière en créant la Paris Automotive Week.

Contact Presse Mondial de l'Auto :

Angélique Warain - awarain@hopscotchgroupe.com - +33 6 85 54 36 33