

DISTRIBUTION, VENTES
DVSM
& SERVICES MAGAZINE

L'INFORMATION DE LA DISTRIBUTION
TV - HI-FI-VIDEO - SON - MULTIMEDIA
TELECOMS - LOISIRS INTERACTIFS - PHOTO
HOME TECHNOLOGIES

UN VOLUME PERMANENT DE
DVSM LIGNE & PAPIER

SALONS ET EVENEMENTS

Le calendrier 2017 - 2018

DVSM L&P - Volume permanent - Salons - Evénements - Juillet 2017

A lire via votre smartphone, votre tablette, votre ordinateur, ou à imprimer

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 (désormais 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 ? Ce classique **Ligne & Papier** "permanent" Spécial Evénements 2017/2018. Accessible sans aucune application à télécharger en iOS*, Android*, Mac OS*, Windows*, au format PDF, facile, ou en ligne, via le site 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.

Ciel ! Mon calendrier !



Nous sentions venir depuis longtemps les signes annonciateurs d'une puissante bourrasque. Elle est venue. Elle est là. Son souffle puissant fait chanceler les plus solides édifices. Rien ne sera plus jamais comme avant. Les conséquences de cet épisode sont d'une ampleur inédite. Il n'y a encore que quelques mois, dans ce **Spécial Événements permanent de DVSM L&P**, nous avons parlé de "repositionnements". Le mot est désormais trop faible. C'est bel et bien d'une profonde transformation dont il est désormais question. L'ensemble du domaine des salons à travers le monde se retrouve dans une période de recomposition. Et rien n'est déjà plus comme avant. La première des conséquences pour tous, exposants et visiteurs inclus, se traduit dans un sensible bouleversement du calendrier. Mais pas seulement, nous y revenons à quelques pages d'ici. Un simple indice, presque un détail, s'avère révélateur. Les visiteurs vont dans de nombreuses circonstances devoir changer leurs habitudes. D'ailleurs, ce n'est pas par pure fantaisie que ce DVSM L&P change lui-même d'assise calendaire. C'est pour mieux se fondre dans une saison dont l'articulation ne peut plus se résumer aux rythmes de ce que les comptables appellent l'année civile. Dans bien des univers, on ne va plus préparer les valises aux dates du passé. Là où le froid sec et mordant était à prévoir, c'est une ambiance estivale qui va servir de décor. Inversement, des atmosphères de semi-vacances seront à ranger dans les souvenirs, remplacées par des bises plus tempérées. Chaque domaine tente de se positionner au mieux dans les saisons et les élans des marchés, pour en profiter ou au besoin, en aider le ressort. Ajoutez à cela des rédefinitions dans les thèmes, et une indiscutable percée d'événements sans doute moins grandioses mais plus ciblés, pour ne pas dire confidentiels, et voilà que se dessinent des moments très chargés, des quasi rafales. Les "retombées médiatiques" n'échapperont pas à cette métamorphose, même si, dans les grands médias, certains ont du mal à parler des salons d'aujourd'hui sur un ton hérité des rendez-vous du passé.... **Yves Dupré**

QUOI, OÙ, QUAND...



**- Gamescom
(Jeux vidéo)**

- du 22 au 26 août 2017
- Cologne (Allemagne)

Un moment dynamique en lever de rideau de la saison 17-18. L'expo (345 000 visiteurs en 2016) atteint une audience d'un demi-million d'individus avec son prologement dans la ville.

**- IFA (International
Funkausstellung)
(Électronique grand public)**

- du 1^{er} au 6 septembre 2017
- Berlin (Allemagne)

Comme le CES, l'IFA a multiplié ses thèmes exposés, électroménager inclus, pour compenser la décline des facettes électroniques.

**- IBC
(Media-Multimédia-Electronique-
Broadcast)**

- 15 - 19 septembre 2017
- Amsterdam (Pays-Bas)

Ce salon couplé à l'International Broadcast Convention est très prisé

des professionnels par son implication dans l'essentiel des techniques de diffusion des contenus, avec des répercussions jusqu'aux marchés grand public.

**- ENOVA Paris
(Innovation, recherche et
industrie.)**

- du 19 au 21 septembre 2017
- Paris, Porte de Versailles.

Pour techniciens, mais une fenêtre pragmatique pleine d'intérêt sur le futur proche technologique.

**- Paris Retail Week
(Distribution)**

- 19-21 septembre 2017
 - Paris - Porte de Versailles.
- Tout le commerce au sens large, ce rendez-vous intègre le classique Equip'Mag, le e-commerce et Digital in Shop (numérique en boutique).

**- CEATEC Japan
(Électronique)**

- 3 au 6 octobre 2017
- Makuhari Mess - Chiba.

Une riche provision technologique qui vise largement les marchés grand public.

**Festival Son & Image
(Hi-Fi, son et images hi-res)**

- 14-15 novembre
- Paris, Novotel Tour Eiffel.

Pour sa 40^{ème} édition, ce rendez-vous confirme un succès sans cesse plus spectaculaire. Le 13, une soirée strictement réservée aux professionnels servira de prélude à une manifestation qui sera déclinée hors salon ("hors murs").

**- Hong Kong Electronics Fair
(Électronique)**

- du 13 au 16 octobre 2017
- Hong Kong.

Le salon à l'électronique dans sa version d'automne attirera à nouveau un nombre colossal de professionnels venus de tous les horizons de la planète. Organisé par le HKTDC, il consacrera comme de coutume de l'espace à des thèmes très porteurs de l'électronique et du numérique.

- Equip'Auto

(Equipements pour l'automobile)

- du 17 au 21 octobre 2017
- Paris, Porte de Versailles.

Evénement ! Organisé en alternance avec le Mondial de l'Automobile, ce salon très professionnel quitte cette année le parc d'expositions de Villepinte, son lieu d'accueil historique, pour s'installer à... la Porte de Versailles. Si l'électronique embarquée, façon "époque de l'autoradio" a fortement régressé (mais pas disparu), les technologies connectées devraient avoir en revanche une place très remarquée dans ce salon 2017.

- Paris Games Week

(Jeux vidéo - Loisirs interactifs)

- du 1^{er} au 5 novembre 2017.
- Paris - (Porte de Versailles)

Ce salon très grand public créé à l'initiative des adhérents du SELL gagne chaque année en notoriété. En 2016, il a revendiqué plus de 310 000 entrées. 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 jours fériés) se répète pour la version 2017.

- Salon de la Photo de Paris

(Photo et vidéo)

- du 9 au 13 novembre 2017.
- Paris - Porte de Versailles.

Ce dernier rendez-vous du millésime 2017 s'installe à cheval sur les jours fériés du 11 novembre, ce qui peut être aussi bien un atout qu'un handicap, en termes de fréquentation. C'est un moment important pour la "vraie" photo, par opposition à celle faite avec les smartphones. En dépit du fort recul des activités photo des industriels spécialistes de cette activité, le salon a jusqu'à présent maintenu sa stature. Pourvu que ça dure...

2018

- CES Las Vegas

(Electronique)

- du 9 au 12 janvier 2018
- Las Vegas, Nevada, USA.

Comme l'IFA, le CES, Consumer Electronic Show) qui maintient fermement sa revendication d'être le plus grand salon d'électronique du monde, réunit désormais de multiples lignes d'équipements. Son organisateur, hier CEA (Consumer Electronics Association), rebaptisée il y a un an



CTA, Consumer Technology Association, reste fort actif, à l'image de son président, Gary Shapiro.

- Salon de la Radio - Paris

(Pour les pros de la radiodiffusion)

- du 25 au 27 janvier 2018

Paris, Grande Halle de la Villette
Voilà qui va raviver des souvenirs chez les plus anciens qui vécurent à Paris (Porte de Versailles) un salon du même nom, ou plus exactement "de la radio et de la télévision" et qui avait attiré, affirmait-on, jusqu'à 700 000 visiteurs. Cette renaissance n'en est en fait pas une, car il s'agit d'un rendez-vous initié par des albigeois, axé sur la radio d'aujourd'hui.

- Mobile World Congress

(Télécommunications)

- 26 février - 1^{er} mars 2018
- Barcelone (Espagne)

Smartphones, tablettes, 4G, 5G, mobilité sous les projecteurs. C'est le sommet mondial de l'univers des télécoms, une manifestation que la France n'a su ni retenir (tenu jadis à Cannes) ni reconquérir (lors de la candidature de Paris, il y a quelques années).

- CP+

(Photo et vidéo)

- du 1^{er} au 4 mars 2018
- Yokohama - Japon.

Ce salon encore jeune est un peu l'équivalent japonais du salon de la photo de Paris, à ceci près qu'il se tient là où l'essentiel de l'industrie mondiale de la photo conserve ses racines. Echaudé par des éditions tenues dans des conditions hivernales handicapantes, il se décale doucement vers le printemps.



- **FRANCHISE Expo** (Commerce)

- du 25 au 28 mars 2018
- Paris - Porte de Versailles

Une nouvelle édition pour une formule commerciale qui s'est particulièrement développée au cours des saisons récentes, comme... la franchise.

- **MedPi Paris** (Electronique, IT...)

- du 4 au 6 avril 2018
- Paris, lieu non encore précisé.

Evénement ! Le rendez-vous d'affaires que l'on ne présente plus tourne une page historique, après 22 années de vie monégasque. Un changement qui correspond aussi à la réalité d'un marché qui a profondément changé.

- **Hong Kong Spring Edition** (Electronique)

- du 13 au 16 avril 2018
- Hong Kong

Version printanière de ce moment fort où tout ce qui est électronique s'expose à la vue de dizaines de milliers de visiteurs professionnels, enseignants, distributeurs et industriels...

- **High End Munich** (Hi-Fi - Son et vidéo Hi-Res)

- du 10 au 13 mai 2018
- MOC, Munich (Allemagne)

Encore un salon dont les visiteurs sont de plus en plus nombreux. Hi-Fi, son haute résolution, home cinéma sont au centre des passions de nombreux consommateurs, du numérique les plus avancés au vinyle classique.



Innoro (Robotique - IA)

- du 16 au 18 mai 2018
- Paris - Le Louvre

De moins en moins confidentiel, ce rendez-vous qui avait pris naissance à Lyon confirme sa vocation désormais parisienne, et donc sous le regard de toute la planète.

- **CEBIT** (IT, Telecoms, numérique)

- Du 11 au 15 juin 2018
- Hanovre - Allemagne

Evénement ! Il fut durant des décennies LE salon de l'IT, des télécoms et autres disciplines proches et qui, dans une ambiance chargées en expositions, faisait référence. Mais les temps ont changé, et s'il ne quitte pas Hanovre, il abandonne les rigueurs hivernales (certains se rappellent au moins d'un -15° avec 40 cm de neige et des ridicules

lainages à la française pour aller de hall en hall). Le Cebit vise désormais l'été, ses organisateurs ne dissimulant pas leur volonté, compte tenu des évolutions environnantes, de remettre beaucoup de choses à plat.

- **E3** (Jeux vidéo - Loisirs interactifs)

- du 12 au 14 juin 2018
- Los Angeles (Convention Center)

Le salon E3 donnera à la veille des vacances une vision concrète pour le marché de l'automne, facette loisirs interactifs.

- **IDEF** (Jeux vidéo Loisirs interactifs)

- Dates à préciser
- Juan-les Pins (à préciser) Des précisions dès que possible sur une édition 2018 de l'IDEF, celles concernant 2017 étant parvenues fort tardivement. ■



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

Festival

SON & IMAGE



CONNECTIVITÉ
HOME TECHNOLOGIES
STREAMING
DOCKS

HAUTE FIDÉLITÉ

INTÉGRATION
ULTRA HD

HIGH END

HAUTE DÉFINITION

DOMOTIQUE AV
MUSIQUE

LIFESTYLE
MULTIROOM

HOME CINÉMA

(13), 14 & 15 OCTOBRE 2017

Soirée professionnelle le vendredi 13 octobre,
réservée exclusivement aux invités professionnels pré inscrits.

NOVOTEL PARIS TOUR EIFFEL ★★★★★



www.sonimage.com

Sous le patronage de :



Organisation



LE PASSÉ DÉCOMPOSÉ

LE MONDE DES SALONS SUBIT DE PLEIN FOUET LES CONSÉQUENCES D'UN PROFOND CHANGEMENT D'ÉPOQUE. ET CE BIEN AU-DELÀ DES SEULES MANIFESTATIONS LIÉES AU NUMÉRIQUE ET À L'ÉLECTRONIQUE.

Il faudra beaucoup de temps pour analyser les causes des profonds bouleversements qui, cette année plus que jamais, viennent chambouler le monde des salons. Il est probable que de nombreux commentaires se limiteront à parler de mondialisation ou de conséquences du numérique. Ce qui n'est pas faux, mais très insuffisant pour tout comprendre.

Ainsi, des évolutions géopolitiques ont au fil des ans apporté leur lot de transformations. La désintégration du bloc soviétique, il y aura bientôt 30 ans s'est accompagnée

d'un détail presque insignifiant : la fin de l'interdiction faite aux avions gros porteurs de survoler l'immense territoire russe. En même temps, les gros aéronefs ont vu leur distance franchissable sans escale presque doubler. Les trajets de l'occident vers l'Asie, Europe et US inclus, sont devenus moins chers, moins fatigants. Pour les distances plus courtes, l'avènement des compagnies à bas coût ont rendu très abordables des voyages vers Barcelone ou Berlin, cette dernière destination également transcendée par la

réunification allemande, et l'oubli des fameux couloirs aériens qui mettaient Paris à trois longues heures de la métropole allemande. Un aller-retour à l'IFA dans la journée était quasi impossible.

Toutefois, chaque médaille a son revers. L'IFA (salon + kermesse + concerts en plein air), grande fête estivale pour les berlinois lorsqu'il leur était difficile de s'évader vers le reste de l'Europe à l'époque du mur, a dû se résoudre à voir le nombre de ses visiteurs locaux fondre comme neige au soleil. Comme les autres vacanciers du Vieux Continent, les Berlinoises, au mois d'août, se sont laissés tenter par la Suisse, l'Italie, l'Espagne, ou même viennent visiter Paris et constatent que la vraie Tour Eiffel est bien plus imposante que leur "Funkturn".

PHOTOKINA : ANNUELLE ET DE PRINTEMPS !

Il n'y a pas de Photokina en 2017. Comme de coutume, le salon dédié à la photo se tenant tous les deux ans n'ouvrira ses portes qu'à l'automne 2018. Mais cette prochaine édition sera aussi la dernière de cette série initiée en 1950 ! Et dès le... printemps 2019 (du 8 au 11 mai), se tiendra la première d'une nouvelle mouture, désormais annuelle. Une réaction à laquelle il fallait s'attendre. L'univers de la photographie a été totalement transformé avec l'apparition du numérique, qui a d'abord anéanti l'argentique, et l'apparition des équipements numériques (smartphones), qui ont rendu l'appareil photo sans utilité pour une écrasante majorité d'utilisateurs que seules les prises de vues "ordinaires" intéressent. L'effondrement des volumes d'APN produits et vendus par l'industrie est tel que la capacité des marques à participer économiquement à de grandes expositions est probablement remise en question. D'où cette tentative de virage amorcée par Cologne, en se plaçant désormais dans l'axe de la photo (qui n'est malgré tout pas morte, et conserve un solide volet professionnel et amateurs éclairés), de la vidéo et de la création d'images.

CONCENTRATIONS ET DÉMOGRAPHIES

De près de 800 000 visiteurs dans les années 90, l'IFA ne peut plus compter que sur une audience diminuée de deux tiers, de l'ordre de 250 000 entrées, sur une double étiquette "brun-blanc", et plus seulement électronique.

Ces changements au long cours (certains salons existaient depuis longtemps quand se sont produits les événements évoqués) ont progressivement influé sur la logistique des visiteurs comme des exposants. Aux transports plus commodes et moins chers, ce qui est donc loin de se réduire à un détail négligeable, s'ajoutent des effets de la concentration qui pèsent lourd dans le déclenchement des nouvelles stratégies. Les constructeurs "régionaux", d'abord nationaux, puis continentaux, ont cédé la place à des groupes dont l'action est devenue mondiale. D'où un effet du même ordre pour les grandes manifestations. L'automobile en est un exemple. Est-il raisonnable, ou en d'autres termes, rentable,



de participer à plusieurs lourds investissements en Europe ou sur le continent nord-américain ?

Si dans de nombreux secteurs d'activité, la tendance est de donner la priorité à des événements moins nombreux et de portée davantage internationale (**CES, IFA, MWC...**), les groupes qui y participent cherchent de surcroît à en limiter les coûts. C'est ce qui va se concrétiser au **Mondial de l'Automobile 2018** avec une durée réduite de quelques jours. **Nautic**, le Salon International de la Navigation de Plaisance (Paris) retirera dès 2018 une journée à sa durée initiale, exactement comme la **Foire Internationale du Jouet** de Nuremberg (Allemagne). En outre, la portée des salons prend naissance non à l'ouverture de ceux-ci, mais dans les journées qui la précède, par les célèbres "keynotes", intervention des acteurs majeurs, suivies des dépêches de presse. La suite est dédiée aux visiteurs, les professionnels pour faire du business, et le public.

Et voilà que ce dernier change également. Fini le baby-boom, oubliées ses cohortes de clients de plus en plus nombreux ! Les équipements électroniques (même les smartphones) ne sont plus dans la croissance euphorique connue depuis 30 à 40 ans. L'électronique ne doit pourtant pas se sentir seule victime de cette réalité. L'automobile, qui progresse dans les pays se développant, en est au même stade en occident, où les parcs installés ne grossissent plus depuis des années.

CHIC ! LES ROBOTS ATTAQUENT

Heureusement, tout n'est pas fichu au royaume de l'exposition fugitive. Car au moins deux raisons de ne pas perdre le moral. Suicides : à reporter *sine die*...

La première raison tient à l'apparition de nouveaux thèmes qui, selon toutes probabilités, sont appelés à progresser. Si les objets connectés ont du mal à convaincre et semblent faire du sur-place en rayon, il n'en va pas de même pour la robotique. Un vaste univers où tous les utilisateurs possibles commencent à être identifiés. Le salon **Innorobo**, né à Lyon il y a quelques années, (devant beaucoup à Bruno Bonnell, ex-Infogrames/Atari et à l'ex-maire de la capitale des Gaules, Gérard Collomb, devenu Ministre de l'Intérieur du président Emmanuel Macron) est devenu une manifestation parisienne. Certes, de taille

L'AUTOMOBILE EN PLEIN VIRAGE

Le Mondial de l'Automobile de Paris était le plus grand des salons. Toutes catégories confondues, et ce sur le plan... mondial. Avec 1,2 à 1,5 million de visiteurs, selon les années (les dates, la météo, les nouveautés, la conjoncture...) il se plaçait (et se place encore) sur la plus haute marche du podium de tous les rendez-vous se tenant sur la planète. Mais ce monument a des concurrents et des exposants qui deviennent plus difficiles à convaincre que par le passé. En 2016, au moins 7 constructeurs, et pas des moindres (dont Ford) ont tout simplement passé leur tour. Sentant le vent venir, et à l'occasion d'un changement de responsables, le Mondial a d'ores et déjà annoncé que sa prochaine édition (en 2018) serait quelque peu refondue, avec notamment une réduction de sa durée. Nous en reparlerons.



En alternance avec le Mondial, Paris accueille une année sur deux le salon professionnel Equip'Auto qui, lui aussi, avait amorcé un changement majeur, en quittant, ce dès 2015, le parc d'expositions de Villepinte, pour s'installer à la Porte de Versailles. Un salon qui, sur le plan de l'électronique et du numérique, ne devrait pas manquer d'attraction.

Car, en effet, l'automobile vit aussi à l'heure de profondes mutations. De sa conversion à la motricité électrique à l'automatisation de sa conduite, en passant par les incidences de sa transformation en une sorte de gros objet connecté, son avenir est placé sous le signe d'une réinvention quasi totale, ce qui ne fait d'ailleurs pas plaisir à ceux que l'auto passionne, fort nombreux, et dont industrie et organisateurs de salon seront bien inspirés de tenir compte de leur affinités.



Cebit : on efface tout et on recommence !

Pour ce grand moment de haute technologie qui a fait converger des masses considérables de visiteurs vers Hanovre, l'expression "rien ne sera plus comme avant" est la mieux adaptée au changement qui se prépare. Depuis plusieurs années, le Cebit naviguait, louvoyait même, de familles de produits en familles de produits. Il y a bien longtemps, très axé sur la bureautique, il fut un peu le "tombeur" de notre vénérable SICOB, eldorado de toute secrétaire en quête d'une nouvelle machine à écrire et joyeuse journée d'évasion pour les élèves du cours Pigié. Puis, vint l'ère de l'informatique, nouveau filon juteux du salon allemand, ne négligeant parallèlement ni l'équipement pour magasins, ni la vidéo institutionnelle. Une lente et nette reconversion où, sur des stands de plusieurs milliers de mètres carrés, des mastodontes aussi dissemblables qu'IBM, HP, ou Apple (première époque) croisaient le fer avec le légendaire Commodore (on y a vu, pas loin des Amiga, des C64 gonflés à 512 Ko de RAM -contre 64 dont 32 utilisateur- et dotés d'une souris) ou Atari, tout cela précédant de peu l'arrivée des téléphones mobiles. Qui trop embrasse mal étreint, dit-on. Malheureusement, toutes ces lignes de force sont aussi devenues des lignes de fragilité. De la PlayStation aux gros systèmes, des notebooks durcis pour militaires aux GPS pour cyclotouristes, d'un visiorat plutôt pro à l'ouverture au plus vaste des publics, le fil conducteur s'est emmêlé. On en était là quand l'info est tombée. Fini l'hiver, ce sera l'été. Et autres changements à repreciser.



MEDPI D'HIER, MEDPI DE DEMAIN !

Comme chaque professionnel habitué le sait, le MedPi n'a jamais été réellement un "salon", mais un rendez-vous d'affaires, un rassemblement de travail pour la distribution et ses fournisseurs, qui leur était d'ailleurs strictement réservé. Très bien structuré, organisé, animé, et conçu pour que les contacts soient les plus rationnels et les plus productifs possible, ce moment fort né il y a plus de deux décennies a inévitablement suivi les évolutions des métiers dont il nourrissait ses contenus. Mais pour lui comme pour tous les acteurs des marchés de l'IT, de l'EGP, des télécoms et autres univers numériques, à force de rencontrer des nouvelles vagues, il fallait bien un jour se résoudre à tourner la page. Côté vagues, ce sont celles de la Méditerranée qui vont passer au chapitre des souvenirs. L'épisode, (long épisode) monégasque prend fin, et s'il ne change pas

fondamentalement de date, il se recentre dès 2017 sur l'Île-de-France. Mais aucun doute : ce moment mi-travail, mi-ambiance estivale - n'allons pas jusqu'à oser dire "vacances" - sera l'objet de menus regrets. Alors, pourquoi un tel changement ? L'organisateur aura probablement l'occasion d'expliquer sa stratégie. Il est toutefois commode d'imaginer que la refonte de nombreux métiers rebat les cartes tant du côté des exposants que des visiteurs. La grande "caravane" de ce moment fort, en voyageant chaque année vers la principauté, s'imposait sur le plan logistique une contrainte lourde à tout point de vue, sans doute moins compatible avec les critères pratiques et économiques de notre époque, tandis que le lieu d'accueil, profondément rénové ces dernières années, pourrait avoir établi un nouveau rapport entre contraintes et opportunités.

limitée, mais riche de belles perspectives, prenant place dans un contexte de développement inéluctable.

La seconde raison d'afficher un optimisme raisonnable tient au public. Des individus tantôt consommateurs intéressés, tantôt amateurs passionnés, qui ne se contentent ni d'une distribution devenue très minimaliste dans son offre comme dans sa capacité à conseiller, ni des écrans du web avec lesquels, qu'on le veuille ou non, le contact physique avec le produit reste définitivement absent. Pas un seul consommateur ne peut prendre en main un APN mieux qu'au salon de la photo, apprécier (ou non) le confort des sièges en cuir d'un SUV aussi bien que sur un stand du Mondial.

LE PASSÉ A AUSSI SON FUTUR

Au-delà des mille et un exemples dans lesquels un salon permet un meilleur contact pour ce qui concerne les équipements que toute autre forme de présentation commerciale, il y a aussi ces tendances inattendues, que les circuits classiques peinent à prendre en marche et ne peuvent pas anticiper. Le retour en force des disques analogiques et depuis peu de la cassette de même école sont, comme le décriraient des leaders syndicalistes, partis de "la base". Et ce ont dans les expositions que ces courants prennent vigueur. Au FIS, (ou Hih End Munich) pour le son ; lors du salon Rétromobile ou de ses homologues européens pour les véhicules d'é-



poque, autant de courants qui génèrent leurs propres visitorats. Il y a dans ces comportements une sorte de réplique à un piège dans lesquels certains salons se sont brûlé les ailes.

ET TOUT LE RESTE...

Devant afficher des fréquentations élevées pour ne pas perdre leurs exposants (notamment les plus puissants) certains ont multiplié les initiatives pour convier par des invitations virtuellement payantes un public le plus vaste possible ; se privant ainsi d'une recette précieuse. C'est en effet une nécessité absolue pour tout salon d'avoir une base de "vrais" visiteurs lui assurant les fondements d'un équilibre économique satisfaisant, ne s'appuyant pas que sur la recette des exposants.

Enfin, il ne faut pas sous-estimer le dynamisme des organisateurs pour animer et doper les manifestations dont ils ont la responsabilité. C'est, suivant nos constatations, un point extrêmement variable selon les salons, et le succès de ces derniers en est le plus souvent la plus étroite déclinaison.

Encore faut-il faire la distinction entre "organisateur" au sens premier, et "organisateur délégué" par une entité tierce, qui est souvent une organisation professionnelle. Une sorte de commanditaire, comme le sont par exemple la Consumer Technical Association (CTA, ex-CEA) pour le CES de Las Vegas, les instances du monde de la photographie pour le... Salon de la Photo de Paris, etc. Dans les périodes où des choix essentiels sont à opérer, ce qui caractérise plus que jamais la présente époque, les défis sont impressionnants. D'autant plus que les organisateurs, directs ou par délégation, doivent aussi composer avec de multiples paramètres extérieurs allant de la disponibilité des lieux d'exposition aux bonnes dates, leur coûts et les contraintes, les concurrences étrangères, et mille autres points essentiels. Faire un salon, c'est un métier !

L'info en continu,
c'est sur
www.dvsm.eu

EN PLEINE DYNAMIQUE !



Rétromobile 2016

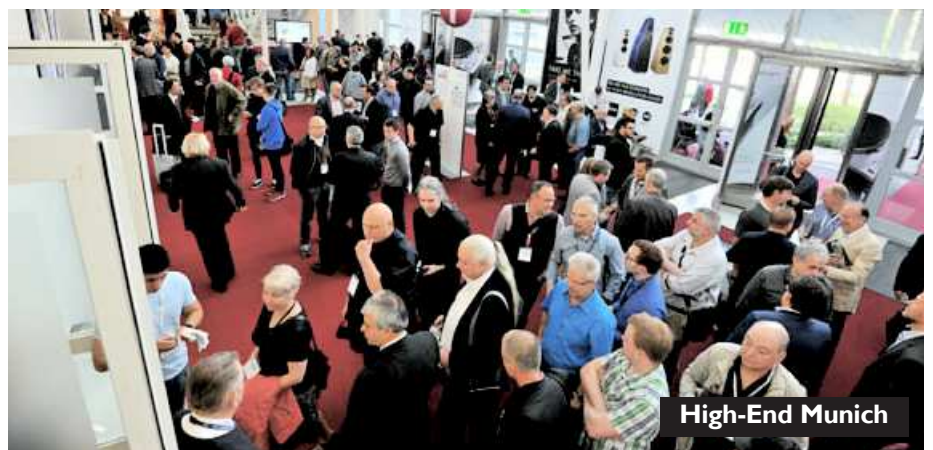
Si certains grands rendez-vous sont dans des passes délicates, et si certains risquent même de ne pas survivre aux effets dévastateurs de la bourrasque mondiale, d'autres au contraire sont dans une forme resplendissante. Venant comme une sorte de pied de nez aux orientations que certains imaginent donner à l'automobile, le salon où règnent ce que les aficionados appellent "les anciennes", ou encore "véhicules d'époque", voire "véhicules de collection", vit des heures chaudes. En 2016, **Retromobile** a enregistré 6% de progression du nombre de ses visiteurs. A Cologne, le jeu est un autre exemple parfait. Avec son prolongement dans la ville, les entrées de la **Gamescom** (350 000 visiteurs) sont épaulées pour atteindre une audience totale d'un demi-million d'individus. La trépidante **Paris Games Week** de notre belle capitale est sur une trajectoire strictement identique. Plus "spécialisés", les événements où la haute-fidélité d'aujourd'hui, dite Hi-Res par ceux qui savent, et le cinéma pour la maison, bénéficient d'une ascendance qui sonne comme un écho au renouveau du vinyle et aux contenus numériques en ultra-haute-définition. A Munich avec le **High End** comme à Paris avec le **Festival Son et Image**, la foule ne boude pas son plaisir dans ce qui est peut-être bien un retour vers des valeurs authentiques.



Innorobo



Paris Games Week



High-End Munich

Salons et consommateurs :

Quand les salons permettent de renouer des liens concrets avec la clientèle

EFFET INATTENDU DES ÉVOLUTIONS DU COMMERCE, L'UTILITÉ DES SALONS
REMET EN SELLE LEUR 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, un drone, une belle enceinte, un compact expert ou un reflex n'est guère agréable sur un écran.

Le salon redevient comme jadis l'endroit idéal où tout industriel peut déployer l'ensemble de ses gammes,

les mettre en fonction, en valeur, fournir 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 trop court, non ? ■

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 détenait hier 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 promenait entre 1,2 et 1,5 million d'entrées, selon les années. Mais les choses changent. Dans le domaine de l'électronique de loisirs (ou du "numérique", restons dans l'air du temps) c'est la Paris Games Week qui occupe la première place sur le podium, ayant flirtant avec 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" 65 000 à 80 000 individus selon les années.

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 m² et se tenait 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 les 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 commodes 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 (hôtesse) 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" 180 000 visiteurs, le dernier CES, tenu en janvier 2017 à Las Vegas, aura eu un impact mondial, de nombreux exposés ou discours 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 prétend dominer. Médiatiquement, son impact est réel, mais l'expo berlinoise 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 environ 100 000 visiteurs, seulement 30 000 de plus qu'au Salon de la photo de Paris, montrent la relativité des évaluations chiffrées. Que fera la Photokina 2018, dernière édition d'automne, puisque du 8 au 11 mai 2019, viendra une nouvelle mouture... au printemps. Le smartphone 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" ? Une réponse évasive aux couleurs normandes s'impose : 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, rien qu'à eux... ■

KELEREPUS, loisirs + techniques, infos...
Son haute résolution, Vidéo, grands et petits trains, modélisme, autos d'hier et d'aujourd'hui et autres loisirs techniques pour les pros et le grand public... Pratiquer, débiter, vendre...

Accueil A propos de KELEREPUS Contact

Réseaux savoyards : quel spectacle !

9 Mai 2017



Réseaux qui ne sont pas "sociaux" mais ferrés ! Un spectacle splendide et tentateur. Oui mais...

Suivez-moi
via RSS
Newsletter
Abonnez-vous pour recevoir nos nouveaux articles
Pages
Ils Voulaien
Catégories

KELEREPUS, loisirs + techniques, infos...
Son haute résolution, Vidéo, grands et petits trains, modélisme, autos d'hier et d'aujourd'hui et autres loisirs techniques pour les pros et le grand public... Pratiquer, débiter, vendre...

Accueil A propos de KELEREPUS Contact

NOTRE HI-FI A LIVRE OUVERT

25 Septembre 2015



L'organisateur du Festival 2015 et pionniers français du son haute-fidélité.

Qui mieux que Jean-Marie Hubert pour raconter la longue histoire à travers des livres de la haute-fidélité dans notre pays ? Ses châteaux de la Loire pour ses technologies, même si cela "vole" profanes, que le Rafale ou l'A380 de qualité s'est distingué grâce à de nombreux ouvrages, illustrés par les photographes de la collection, sera présenté lors du prochain Festival, le 17 et 18 octobre prochain.

KELEREPUS, loisirs + techniques, infos...
Son haute résolution, Vidéo, grands et petits trains, modélisme, autos d'hier et d'aujourd'hui et autres loisirs techniques pour les pros et le grand public... Pratiquer, débiter, vendre...

Accueil A propos de KELEREPUS Contact

PHOTO : A3 et A3 Plus, les formats d'impression éternellement délaissés.

31 Août 2017



Une belle image est faite pour être montrée, exposée... Retour sur un marché manqué !

Suivez-moi
via RSS
Newsletter
Abonnez-vous pour recevoir nos nouveaux articles
Pages
Ils Voulaien
Catégories

KELEREPUS, loisirs + techniques, infos...
Son haute résolution, Vidéo, grands et petits trains, modélisme, autos d'hier et d'aujourd'hui et autres loisirs techniques pour les pros et le grand public... Pratiquer, débiter, vendre...

Accueil A propos de KELEREPUS Contact

Rendez-nous nos nationales !...

3 Mars 2017



Une fois encore, l'administration nous a fait son numéro, en supprimant celui de nos plus illustres routes. Minable !

Outre-Atlantique, il y a la Route 66. La nôtre s'appelle Nationale 7. Ou plutôt s'appelait-elle, jusqu'à ce que l'Etat décide d'en confier l'entretien aux administrations locales. Et de ce fait, ces dernières se sont empressées de "dénomérotter" les

Suivez-moi
via RSS
Newsletter
Abonnez-vous pour recevoir nos nouveaux articles
Pages
Ils Voulaien
Catégories

KELEREPUS, loisirs + techniques, infos...
Son haute résolution, Vidéo, grands et petits trains, modélisme, autos d'hier et d'aujourd'hui et autres loisirs techniques pour les pros et le grand public... Pratiquer, débiter, vendre...

Accueil A propos de KELEREPUS Contact

Rétromobile 2016 : derniers enseignements...

4 Mars 2017



Si certains rendez-vous avec le public connaissent des moments difficiles, celui consacré aux automobiles anciennes marque sa différence.

Avec plus de 118.000 visiteurs, l'édition 2017 de Rétromobile est une exception. On ne compte plus à l'heure actuelle les expositions dont la fréquentation est en repli, à commencer par le Mondial de l'Automobile. Et les moments forts qui contribuent

Suivez-moi
via RSS
Newsletter
Abonnez-vous pour recevoir nos nouveaux articles
Pages
Ils Voulaien
Catégories

Son haute résolution, Vidéo, grands et petits trains, modélisme, autos d'hier et d'aujourd'hui, photo et autres loisirs techniques pour les pros et le grand public... Pratiquer, débiter, vendre...

LES SALONS ET

Les présidentielles de 2017 viennent de la rappeler : 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 le soutenir dans ses épreuves. Mais c'est aussi cannibaliser la couverture médiatique, offensive pour laquelle les organisateurs sont pourtant plus qu'on ne le pense largement intéressés et même souvent demandeurs.



Gérard Collomb, alors maire de Lyon, inaugure InnoRobo 2013.

LES POLITIQUES

Les ténors comme les seconds rôles de la politique aiment les salons. On ne compte plus leurs apparitions dans les allées des plus importantes manifestations. Cette omniprésence est cependant quelque peu sélective, et la démarche de qui y participe n'est jamais désintéressée. Rares sont ceux qui, plutôt, ne cherchent pas, en 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 2017 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 VENDREDI 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

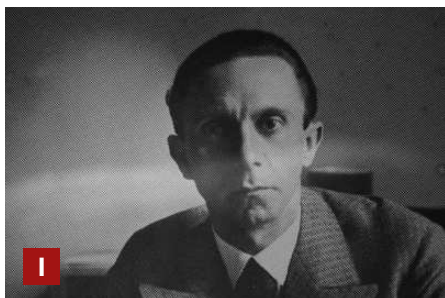


TU BOIS QUOI AU SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE ?



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 2017-2018



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-



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 - Angela Merkel, chancelière allemande qui se représentera pour un nouveau mandat, fait honneur à l'automobile au salon de Francfort

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.

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

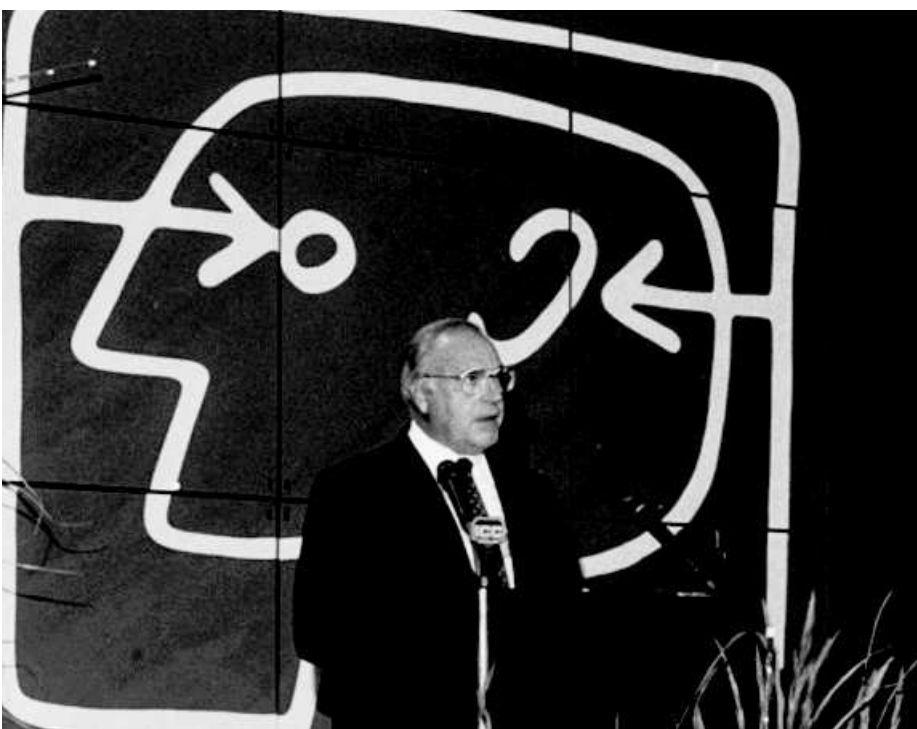
phrases que les lourdes machines de l'actualité ne seraient pas en mesure de relever ou même de détecter se propagent comme une traînée de poudre, et sont même susceptibles de remonter vers les grands médias si le contenu est exploitable. Une arme qui est d'ailleurs à double tranchant, comme cela fut 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)

FOIRES, SALONS : UN VRAI MARCHÉ À TERMES

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 une 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... !



Dém
Notebo
Smartphon
rchés Tablette
Cinéma IT
Home
Hifi Logiciels
antes Consoles
erviews Wifi
Image
business Gamescopes
Cinéma
Vidéo Cinéma
Voir avant d'acheter
ook Impri
Smartphone
Tablette
90

Electronique grand public

Multimédia

Micro informatique

Haute fidélité

Home cinéma

Télévision numérique

Télécommunications

Loisirs interactifs

Electronique embarquée

Industrie

Distributiion

Technique

Commerce

Marketing

Merchandising

Clientèles

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

www.dvsm.eu

Cliquez !

Entrée libre