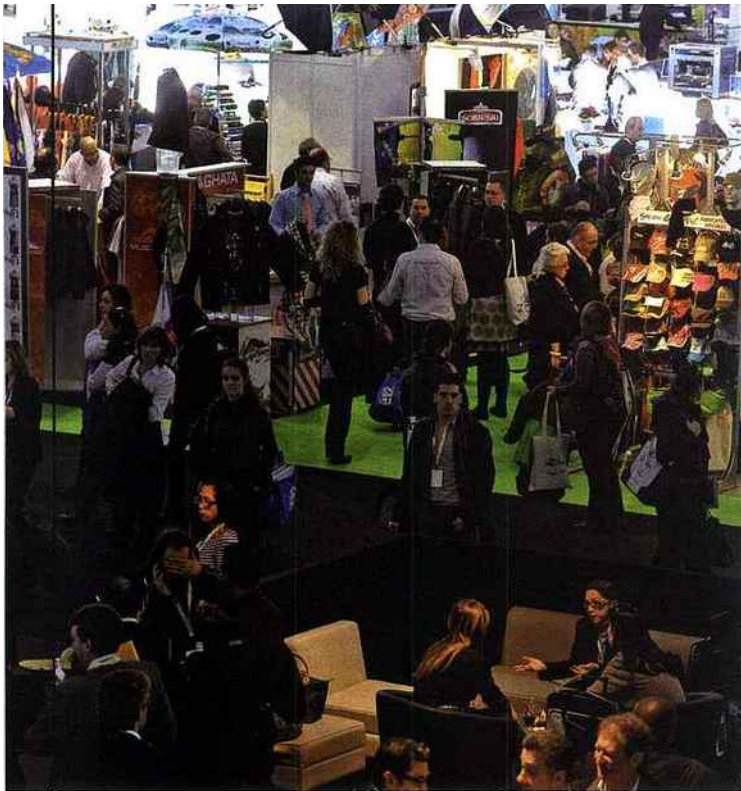


Testimoniaux

« David contre Goliath »

Qui a dit que tous les salons nationaux devaient avoir lieu à Paris ? Sûrement pas les salons Communiqués textile ! et Communiqués objet ! qui viennent de se dérouler à Lyon avec succès.



Depuis trois ans, le groupe 656 organise le salon Communiqués textile ! Un rendez-vous qui rassemble tous les acteurs du secteur et de la décoration textiles. Au salon éponyme s'ajoute désormais le salon Communiqués objet !, salon de l'objet publicitaire. « Ce sont deux événements professionnels complémentaires, mais chacun a son identité propre » explique l'organisateur, Guillaume Abou.

Or il y avait déjà un salon de l'objet publicitaire qui existait à Paris depuis douze ans : le PSI, que l'on devait à Reed, acteur majeur dans l'organisation de salons. Le PSI Paris se tenait à l'automne mais cette année, changement de programme, le PSI déplace ses dates en février le même week-end que le salon Communiqués objet ! « La profession s'est réunie et a opté pour le nouveau salon, un organisateur qui a une vraie légitimité, un salon avec du contenu, des conférences, des workshops etc. la fraîcheur d'un nouvel organisateur dans un secteur en plein mouvement et la convivialité de Lyon ! », analyse Guillaume Abou. Résultat des courses ? Le PSI Paris a été annulé. « C'était David contre Goliath ! La SARL contre l'organisateur mondial de salons ! Nous avons donc récupéré le salon national de l'objet publicitaire à Lyon ».

Avec 14 000 m² et 180 exposants, le salon de Lyon est désormais le deuxième d'Europe, juste derrière LA référence en la matière, Dusseldorf, mais devant désormais le rendez-vous de Madrid. Une croissance remarquable pour un salon qui pour sa première édition comptait 50 exposants et 4 000 m² et, pour sa deuxième édition, 75 exposants et 8 000 m². Quant aux visiteurs, ils ont répondu présents : 5 400 professionnels ont visité le salon, des professionnels de toute la France et au-delà - avec 8 % de visiteurs étrangers.

« La SARL contre l'organisateur mondial de salons »

Les salons se sont déroulés du 2 au 4 février dernier à Eurexpo.

« Si il y avait une chose à améliorer à Eurexpo, ce serait les transports : il faudrait une ligne de tram ou de métro directe.

Le point positif d'Eurexpo ? L'accompagnement pour des organisateurs comme nous : il y a un vrai suivi, une vraie écoute, une souplesse. C'est important pour une petite boîte : ça aurait été difficile à Paris ! » Il ajoute : « Nous avons un partenariat proche avec la société D'Facto. Jean-Philippe Corlin chapeaute le côté technique et logistique. Ce qui nous permet d'aller plus loin dans le service à l'exposant ».

Par ailleurs, les deux salons sont soutenus par la Ville de Lyon et ses partenaires : acteurs professionnels et institutionnels du tourisme d'affaires. Un dispositif a donc été mis en place afin de faciliter l'accès aux salons, un accueil personnalisé était proposé dans les gares et les aéroports, navettes entre le terminus du métro ou du tramway et Eurexpo, un stand Office du tourisme de Lyon était présent dans le hall d'accueil du salon.

Pour Guillaume Abou, un mot clef, la convivialité. « Tandis qu'à Paris le visiteur vient à un salon entre deux rendez-vous, à Lyon, il vient et reste toute la journée, est plus disponible pour l'exposant. On se sent moins tendu, ce qui permet un meilleur business. La crise est passée par là et a calmé les esprits. Ce qui importe le plus ? La qualité du contact ! ».

À l'avenir, le salon envisage peut-être de créer une troisième branche. Guillaume Abou reste prudent : « Nous allons continuer à nous développer mais nous restons vigilants à sauvegarder la dimension humaine que nous avons ».

Marie Signoret