

C'EST À VOUS !



VOS ANALYSES

Anne Hidalgo, Maire de Paris

À la rencontre des chefs d'entreprise

VOS EXPERTISES

Mécénat d'entreprise

VOTRE MEDEF

Ça bouge au MEDEF Paris

MEDEF Accélérateur d'Investissement, une plateforme de mise en relation unique en France **P. 7**

VOTRE RESEAU

Une entreprise à la une



Antoine Goulart,
Président de Nidépices **P. 18**

VOTRE DOSSIER

URSSAF Ile-de-France

Nouvelle présidence,
Interview croisée **P. 36**

VOS ANALYSES

Innovation et santé

Une gestion de l'air qui
révolutionne les soins apportés
aux grands brûlés **P. 50**

VOTRE GUIDE

Art et Culture



© COLLECTION RMN-GRAND PALAIS,
MIRCO MAGLIOCCA

Le Club Entreprises du
Grand Palais, les splendeurs
du Grand Palais en accès VIP
P. 146



MEDEF Paris

Le savoir-faire des agences de design et stand, une compétence à haute valeur ajoutée pour vos expositions



FABRICE LABORDE, CODIRIGEANT DU GROUPE BYGALIS ET PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION PROFESSIONNELLE LEADS.

Présentez-nous l'association LEADS.

Cercle des agences du design de stand, nous avons créé le LEADS en 2011 avec quelques confrères pour en faire une association entre le syndicat et l'observatoire. En effet, la profession ne disposait d'aucune donnée globale. Avec LEADS, nous collectons ces informations et les traitons pour en faire une analyse globale à destination de la profession et des exposants. Nous lançons aussi en 2018 une académie de formation pour nos collaborateurs pour augmenter nos compétences en termes de retour sur investissement (ROI).

Quelques chiffres sur le marché des salons et agences de design & stand ?

des salons étrangers, notre volume d'activité est en croissance constante depuis 2010.

Quelles sont les tendances actuelles du marché du salon ?

Deux tendances majeures : ROI et digital. Les stands d'exposition sont avec le web les deux seuls médias en croissance. Les exposants veulent se rapprocher au plus près de leurs prospects, tendance qui se traduit par des salons plus petits et ciblés. Il y a 10 ans, le salon visait une finalité de communication, on y annonçait la signature des gros contrats. Aujourd'hui, c'est une étape dans la transformation du prospect en client. Les directions commerciales s'interrogent donc sur le ROI d'un salon. C'est pourquoi le design

Le marché du média salon est un marché en croissance, aux retombées économiques importantes faisant face à de nouveaux enjeux complexes, comme nous l'explique **Fabrice Laborde, codirigeant du groupe ByGalix et Président de l'association professionnelle Leads.**

À quels enjeux êtes-vous confrontés ?

La concurrence étrangère est un enjeu majeur pour la profession. D'une part, 40 % des surfaces sont occupées par des étrangers exposant en France,

mettre en valeur auprès des donneurs d'ordre l'intérêt du Made in France et de la fabrication écologique. La qualité, le ROI et la RSE sont aujourd'hui nos armes contre la concurrence étrangère.

« 1 euro investi dans un salon, c'est 8 euros récoltés sur 2 ans »

relevant de législations parfois moins contraignantes que la loi française. Il y a donc un tiers du marché en situation de concurrence déloyale. D'autre part, l'intervention de prestataires européens à bas coûts pour construire des stands en France est une vraie difficulté, tant pour nous que pour les prestataires français du métier de l'exposition.

Comment soutenir la profession ?

Notre secteur est largement méconnu et donc peu défendu. 25 % des entreprises françaises exposent contre 75 % en Allemagne. Des études Mediametrie confirmées par le LEADS démontrent qu'1 euro investi dans un salon, c'est 8 euros récoltés sur 2 ans. Les retom-