



Salon physique versus salon numérique ?

Bonjour Laurence,

Responsable du salon RSD3, vous avez dû annoncer il y a quelques jours le report pour la première fois en 34 ans du salon au 22, 23, 24 mars 2022.

1. Suite à la crise de la Covid-19 qui a totalement bouleversé nos vies, pensez-vous que le salon physique soit toujours légitime ?

Plus que jamais. Un salon physique c'est avant tout de l'humain, du lien entre personnes. Avec la Covid où les interactions sociales sont réduites à leur plus simples expressions, la **nécessité d'un salon physique prend tout son sens**. On se rend compte que la relation de confiance indispensable à l'engagement entre deux parties, se concrétise et s'affirme lors d'un vrai **face à face**. Lorsque les compétences et l'expertise sont identifiées, au-delà de ça, c'est un regard, une expression, un feeling, avec votre interlocuteur qui fait tout basculer et permet d'acter ce partenariat généralement scellé par une « **poignée de mains** ».

Dans un salon physique, l'humain est placé au cœur des échanges, c'est le noyau dur, c'est l'ADN du salon.

Le **numérique ne remplacera jamais ça**. Mais aujourd'hui c'est un **outil complémentaire** indispensable et sur lequel on doit s'appuyer pour construire de nouvelles offres. La révolution numérique que nous avons vécue suite à cette crise, met bien en évidence qu'un salon physique, pour pouvoir exister et perdurer dans ce nouveau paysage environnemental, doit intégrer cet axe digital. Le salon, et plus largement le monde de l'événementiel, comme tout un chacun doit s'adapter aux enjeux économiques et sociétaux. C'est d'ailleurs dans ce sens que nous avons travaillé depuis plusieurs semaines pour proposer de nouveaux services à nos entreprises.

2. En effet, vous avez lancé votre nouvelle plateforme il y a quelques jours. Pourquoi avoir fait ce choix ?

Pour donner de la visibilité aux entreprises tout au long de l'année, au-delà de la tenue d'un salon physique. En temps normal, une plateforme de ce type est une continuité naturelle du salon physique. Elle vient **asseoir, amplifier et enrichir le travail qui a été fait sur salon** par le dirigeant d'entreprise ou ses commerciaux auprès de ses prospects et clients.

C'est le lien, le fil conducteur qui permet d'occuper le terrain entre deux salons physiques. C'est un « salon permanent » une anti chambre où l'on prépare ses actions de communication.



Salon physique versus salon numérique ?

(sourire) Cette année, c'est inversé ! C'est le salon permanent qui va porter les entreprises jusqu'au salon physique.

Les entreprises (exposants et visiteurs) ont la possibilité de **faire connaître leurs expertises, leurs besoins** par le biais de services mis à leur disposition, tels que : dépôts d'appels d'offres, annonces, communiqués de presse, catalogue virtuel des exposants, préparation et gestion de rendez-vous qualifiés, recherche de savoir-faire ciblés, « push » de l'information...

C'est permettre de supprimer la cassure entre le physique et le virtuel et de faire fonctionner en symbiose les deux facettes de cet événement.

Aujourd'hui nous en sommes aux balbutiements. La plateforme est ouverte depuis mi-avril, nous nous structurons et avançons au fur et à mesure de l'intégration des entreprises.

C'est un travail sur la durée qui doit se construire avec l'ensemble des protagonistes, en fonction de l'évolution des besoins et des habitudes, ... **Ce qui est certain, c'est que cette plateforme se veut être un outil évolutif.**

3. Vous êtes en contact avec les entreprises, quelle est la tendance, leur vision entre salon physique et virtuel ?

La tendance est à la **complémentarité, le salon virtuel doit être pensé en outil de soutien**. Le numérique a montré toute son utilité et son agilité durant cette crise, mais aussi ses limites. Beaucoup d'entreprises ont accéléré leur processus de digitalisation et son utilisation dans leur quotidien au travers de webinars, réunions et salons virtuels. Mais ce qui revient dans l'ensemble des discussions, c'est que cela est lourd en termes de liens sociaux et gestion de l'information. **Les entreprises ont hâte de pouvoir reprendre des échanges commerciaux directs.**

Interview réalisée le 23/04/21 par E. Latourre.

