



Frédéric ESPUGNE DARSES,
Directeur du Pôle Production d'Événements Congrès et Expositions de
Bordeaux

« Réinventer la Foire ... »

1 - Pourquoi avoir entrepris de rénover la Foire depuis deux ans ?

Les 30 organisateurs affiliés aux « Foires de France » constatent depuis quelques années un décalage grandissant entre l'offre foire et la demande de ses publics, exposants et visiteurs.

La situation économique évolue rapidement et le secteur marchand, sous tension, se restructure en profondeur autour d'une offre commerciale et de loisirs hypertrophiée. Dans cette conjoncture, nos publics ont de nouvelles

exigences, les exposants en termes de retour sur investissement et les visiteurs en termes d'expérience de visite et d'offre, commerciale bien sûr, mais surtout événementielle. Congrès et Expositions de Bordeaux a pris acte de ce diagnostic et entrepris de « régénérer » la Foire Internationale de Bordeaux autour d'un double objectif : travailler sur le déficit d'image véhiculé par un média vieillissant et devenu trop conventionnel, lui rendre sa place de grand rendez-vous commercial et populaire dans la vie de la Cité.

Pour rétablir cette attractivité, nous travaillons dans deux directions : vers une offre commerciale renouvelée, qualitative et exhaustive, et vers une offre événementielle satisfaisante pour tous, les porteurs de projet, heureux de participer à une fête conviviale, et les familles qui viennent essentiellement pour vivre un bel événement. Le chantier est colossal et complexe puisque nous travaillons simultanément en direction de nos deux publics.

2 - Quelle est la feuille de route tracée pour les 1 200 exposants de la Foire ?

Quatre axes de progrès ont été engagés avec eux et divers outils d'accompagnement ont été développés. ► Il s'agit en premier lieu de **renouveler en profondeur l'offre marchande**. Trop étriquée, elle doit être rajeunie et renouvelée pour répondre aussi bien à nos visiteurs classiques qu'aux jeunes générations dont les attentes ont été forgées à « l'école d'Ikea ». Pour parvenir à cette exhaustivité, nous travaillons à la diversification de l'offre de nos exposants traditionnels et procédons au recrutement d'une nouvelle génération d'exposants.

► Le deuxième chantier porte sur la qualité de l'accueil commercial. Nous avons lancé il y a 2 ans, nos équipes « **Keepcool** » qui circulent dans les secteurs qui peuvent pratiquer des techniques de vente trop agressives, avec une mission première de faire de la pédagogie, d'accompagner le visiteur dans ses démarches et si besoin, rappeler les vendeurs à l'ordre. Par ailleurs, nous mettons également à la disposition de nos deux publics, un médiateur de litige, un service gratuit. La diminution du nombre de réclamations constatée en 2017 est un premier résultat.

► Troisième axe de travail : le prix. Certes la Foire reste un très bel endroit pour comparer les offres, s'informer, faire établir des devis et programmer ses achats, mais nous devons renouer avec les « **prix foire** » qui sont, **avec la nouveauté**, deux des piliers historiques du succès de ce média. Nous avons lancé en 2016 les « Bons Plans Foire », ouverts aux exposants volontaires et accessibles sur notre page Facebook. Nouvelle initiative cette année dans ce même objectif de porter les produits des exposants, un animateur de téléshopping investira les allées de nos secteurs « Cuisine » et « Ameublement » et mettra en scène, leurs offres promotionnelles.

► Le dernier volet de cette modernisation porte sur la **mise en scène de l'offre commerciale** qui, rappelons-le, occupe 85 % de nos 200 000 m².

Notre stratégie repose sur notre volonté de créer une nouvelle synergie avec les exposants de casser les codes traditionnels d'un stand, de susciter l'envie, de proposer une expérience de visite, avec un impact économique à la clé. Un salon ne se limite plus à une offre sur des stands. Lors de la Foire 2017,

nous avons travaillé avec un architecte d'intérieur sur la création d'une dizaine de « stands scéniques » mis gracieusement à la disposition d'exposants volontaires en sus de leur stand commercial. Ces nouveaux espaces d'animation et de respiration plaisent beaucoup au public.

Ils donnent également toute satisfaction aux exposants qui découvrent dans ces exemples de nouveaux possibles d'exposition. Cette expérience sera reconduite lors des prochains Salons Vivons à travers un nouveau projet de valorisation des espaces d'exposition.

3 - Qu'en est-il pour les visiteurs ?

La Foire est un média vivant qui doit proposer à tous ses publics une véritable expérience émotionnelle. Partant du constat que nos cibles visiteurs ont évolué dans leur composition (nous parlons désormais à des communautés, les porteurs de projet, les opportunistes et les flâneurs) mais aussi dans leurs attentes, deux grands chantiers autour de l'attractivité ont été ouverts pour diversifier nos cibles et intensifier leur recrutement.

► La **programmation des animations a été enrichie** et leur niveau relevé grâce notamment à une politique de partenariats avec de grands acteurs régionaux.

« **Exposer efficace** » implique aujourd'hui une affirmation face à la concurrence et exige des étapes de préparation (stratégie, nouvelles mises en scène, nouvelles méthodes, choix des produits ...).

La Foire Internationale de Bordeaux, c'est aujourd'hui : une exposition événement, culturelle et dépaysante, plus une deuxième exposition scientifique, pédagogique et distrayante, proposée en partenariat avec Cap Sciences. C'est aussi une grande nocturne avec un spectacle pyromusical et un festival d'animations impromptues et conviviales qui contribuent à créer une atmosphère vivante et légère.

Pour cette année, notre ambition est de renforcer l'ambiance festive autour de deux nouveaux projets musicaux : un grand concert d'ouverture proposé par la Foire et GaroEvents avec une tête d'affiche et une série de mini concerts quotidiens en partenariat avec les « Tremplins des 2 Rives ». Si ce programme «pilote» s'avère concluant, le « Festival de la Foire » pourrait bien voir le jour !

► Par ailleurs, parce que 94 % de nos visiteurs déjeunent sur place, nous menons une **refonte de notre offre restauration** (l'offre assise). Depuis deux ans, un consultant du secteur de la restauration, travaille avec les professionnels forains traditionnels du secteur de la restauration, pour faire évoluer leur proposition vers une cuisine plus tendance et qualitative. Il identifie également de nouveaux prestataires, parmi « les bonnes adresses bordelaises ».

Nous initions ainsi avec eux des relations gagnant/gagnant, la Foire progressant en qualité et leur établissement en notoriété. Une autre étape sera franchie cette année avec ce virage à 180° autour de la nouvelle offre extérieure qui prend place sur les berges du lac et adopte une nouvelle scénographie pour monter en qualité et en lisibilité.

Bienvenue ainsi pour 2018 à la nouvelle « **Guinguette du Lac** » pour une pause déjeuner champêtre qui devrait également séduire les salariés des entreprises environnantes pour une escapade conviviale entre midi et deux.

► Nous poursuivons le développement des services pratiques et prestations d'accueil qui améliorent le confort de visite : e-billetterie, espaces détente ... associé au déploiement d'une nouvelle signalétique plus visible par le visiteur.

► Ce renouveau de la Foire, est également soutenu par des stratégies de moyens que nous avons fait évoluer pour toucher nos différents publics. Elle est portée notamment par un dispositif global de communication s'appuyant sur le renforcement des opérations marketing, le développement du digital autour de nouveaux outils, des réseaux sociaux ...

4 - Quels sont vos atouts pour réussir cette modernisation ?

Ils sont nombreux. Le premier est la capacité d'adaptation du media foire : c'est une constante historique et le fondement de sa pérennité. Sa force aussi est d'avoir également un excellent socle :

nous bénéficions de la confiance des exposants fidèles pour qui la Foire reste un media incontournable, un pôle majeur d'attractivité sur la zone de chalandise et un vecteur essentiel de business. Les visiteurs – plus de 200 000 chaque année soit 25 % de la population métropolitaine ! – sont également au rendez-vous. Ils font de la Foire de Bordeaux la 3^{ème} de France en fréquentation, mais la 1^{ère} en taux de pénétration. Enfin, les chiffres témoignent de l'impact économique majeur de notre rendez-vous : chaque année, les 5 à 6 millions d'euros de chiffres d'affaires réalisés par les exposants génèrent **30 millions d'euros de retombées économiques** sur la métropole bordelaise. Le modèle foire et la Foire Internationale de Bordeaux ont toute leur raison d'être, mais nous devons en réinventer le format, nous ouvrir aux nouveaux univers du quotidien, élargir notre portefeuille d'exposants et de visiteurs.

5 - Quelles seront vos prochaines étapes ?

Le diagnostic a permis d'identifier nos points forts à valoriser et les axes prioritaires à travailler ; le chantier du renouveau a permis de donner un nouvel élan à cet événement historique, mais il reste beaucoup à faire. Il faut prendre sa mise en œuvre à bras le corps, affiner la compréhension des problématiques, suivre les évolutions en cours, les dynamiques engagées, réagir en continu, innover, inventer. Au regard de mes missions de pilotage de l'ensemble des activités du pôle de production d'événements, il ne m'était pas possible de poursuivre ces chantiers qui exigent de s'investir à temps plein. Conscient des enjeux auxquels nous devons répondre, Congrès et Expositions de Bordeaux a donc recruté **une nouvelle directrice, Fabienne LE SCORNEC**, qui nous a rejoint le 1^{er} mars. Issue du monde du marketing et forte d'une expérience diversifiée, notamment à l'international, elle apporte à la Foire de Bordeaux ses compétences et ses connaissances, mais aussi un regard neuf, sans modèle événementiel connu ni idée préconçue sur le media foire.

« les chiffres témoignent du rôle économique majeur de notre rendez-vous : chaque année, les 5 à 6 millions d'euros de chiffres d'affaires réalisés par les exposants génèrent 30 millions d'euros de retombées économiques sur la métropole bordelaise »