octobre 2012

Equip’Usine

Des perspectives de développement

Le salon Equip’Usine, qui s’est déroulé à Eurexpo Lyon les 18 et 19 septembre derniers, a pour sa première édition rassemblé 95 sociétés exposantes et accueilli quelque 1 500 professionnels. L’organisateur tire un bilan prometteur de l’événement et donne d’ores et déjà rendez-vous pour l’année prochaine, avec des objectifs ambitieux.

Le point de départ du salon Equip’Usine, organisé par Infopro Communications, éditeur de l’Usine Nouvelle et organisateur de nombreuses manifestations (FIP sur la plasturgie, Luxe pack, Eurocoat, Brico Habitat…), résulte d’un constat établi lors des différents salons sectoriels nationaux bâtis autour de l’industrie où bien souvent, comme le souligne Jean-Luc Garnier, directeur du salon Equip’Usine, « *le profil des visiteurs ne répond pas réellement aux attentes des exposants* ». D’autre part, la réussite des événements régionaux dans le bâtiment, la protection et même le milieu industriel montre l’intérêt pour des opérationnels de pouvoir se rendre sur un salon proche de chez eux.

Pour satisfaire aux attentes des visiteurs industriels, le groupe Infopro Communications a donc créé à Lyon un salon national « à taille humaine » positionné sur les équipements et la maintenance de l’usine. L’accent est volontairement mis sur la protection du poste de travail et de l’opérateur, l’équipement de l’atelier, la logistique, le bâtiment industriel... et non sur le process en tant que tel, les conférences et ateliers ayant d’ailleurs largement traité de la question de la sécurité lors de cette première édition.

Doubler le visitorat en 2013

La promotion du salon a été orchestrée en mettant en place plusieurs créneaux de communication, par la voie de la presse spécialisée, de l’e-mailing, de la téléprospection, de l’encartage et via le portail internet de l’Expo Permanente du groupe. Par ailleurs, Infopro Communications a relayé la tenue du salon dans neuf de ses magazines ayant un lien avec l’industrie et a édité un Guide de visite qui a été encarté dans l’Usine Nouvelle puis distribué sur le salon. La promotion a également été effectuée par les exposants qui avaient reçu des cartes d’invitation à diffuser.

Au final, Equip’Usine a enregistré un peu plus de 2 000 pré-enregistrements, essentiellement en Rhône-Alpes et en région parisienne, pour in fine accueillir près de 1 500 visiteurs provenant pour les trois quarts du Rhône-Alpes. La plupart étaient décisionnaires 60% de P-dg, DG, responsables et directeurs avec une grande représentativité des services achats, direction générale et production. Pour l’année prochaine, l’objectif est de doubler ce chiffre et de porter la surface d’exposition à 6 000 m2.