

# **COMEXPOSIUM**

## **Naissance d'un leader dans l'organisation de salons et d'événements**

Depuis le 28 janvier 2008, le secteur de l'organisation d'événements compte un nouvel opérateur, COMEXPOSIUM, né du rapprochement de Comexpo Paris et d'Exposium, et détenu à parité par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et le groupe Unibail-Rodamco, membre du CAC 40.

### **Logique de rapprochement**

L'arrivée de Comexposium va permettre à la CCIP et à Unibail-Rodamco de conduire un développement concerté pour répondre aux enjeux de demain. Les complémentarités d'expertise (B2B et B2C) et sectorielles (agriculture, industrie, loisirs) des deux sociétés permettront à la nouvelle entité de conforter sa position de premier organisateur de salons et d'événements français.

Depuis 2001, l'activité salons, congrès et événements connaît un coup de frein sensible en France. Conscientes de la concurrence des places européennes, Paris et la région Ile de France doivent de leur côté consolider leur leadership en Europe et dans le monde. Dans ce contexte, la création du tout nouvel organisateur s'impose comme un atout stratégique majeur.

Comexposium, dont la vocation est de devenir l'un des tout premiers leaders européens, compte près de 500 collaborateurs. Fort de 151 manifestations professionnelles et grand public, dont 5 des 10 plus gros salons nationaux, il génère un chiffre d'affaires de 233 millions d'euros (CA consolidé 2008).

Salon international de l'agriculture, Sial, Sima, Foire de Paris, Salon du cheval, Equip'auto, Silmo, Intermat, Emballage, SalonsCe, Milipol... autant de références sérieuses qui, du « blockbuster » aux rencontres d'affaires aux formats plus pointus, constituent le cadre idéal pour optimiser la croissance du groupe.

### **Une stratégie diversifiée par type de salons**

La stratégie du groupe pour les cinq prochaines années annoncée par Dominique Bernard, Directeur Général de Comexposium, prévoit quatre orientations majeures :

**<> Un positionnement sur les secteurs porteurs** en s'assurant la position de leader, notamment dans les domaines émergents (énergies renouvelables, alimentation nomade...), ou de nombreuses opportunités de développement existent. S'agissant des domaines plus traditionnels, la volonté de capitaliser sur des filières (grâce, entre autres, à la synergie Salon de l'Agriculture/SIMA-Mondial des fournisseurs de l'agriculture et de l'élevage) ou sur des événements au leadership incontesté (secteur High Tech ou Sécurité Intérieure) est fortement déclarée.

**<> Une gestion spécifique selon les événements** en internationalisant les manifestations professionnelles phares (SIAL, SIMA, Intermat, EquipAuto, Emballage...) et en optimisant l'aspect « événementiel » des salons grand public. Parallèlement, certains salons (Rétromobile, Pêches sportives, Création & savoir-faire...) dont le modèle économique requiert un système propre continueront à bénéficier d'un traitement exclusif.

D'autres événements feront quant à eux l'objet d'une étude en vue d'une adaptation de leur concept en région.

**<> Une offre marketing étoffée** obtenue en procédant systématiquement à des analyses de marché selon les secteurs, et en proposant des services annexes à l'offre salon.

Comexposium conçoit d'ores et déjà pour ses exposants et les entreprises hors nomenclature un panel de services impactants : stand packagé, échantillonnage, lancement de campagne, opération de relations publiques... mais aussi rendez-vous d'affaires ciblés permettant une mise en relation qualifiée ou services web, véritables supports complémentaires au stand. Des services souvent inédits permettant d'utiliser le salon sous toutes ses facettes et d'identifier de nouveaux business.

**<> Un développement du salon en tant que média.** Fait unique dans la vie économique, le salon est la rencontre directe d'un marché et de ses acteurs. Il offre à ses exposants l'opportunité unique de communiquer vers une clientèle ciblée et très qualifiée. Encore sous exploitée en France, ces campagnes dites à 360°, permettent des échanges directs, des retours d'expérience et offriront à Comexposium la possibilité d'exploiter tous les différents canaux d'information.

COMEXPOSIUM participera au renforcement de l'attractivité de la France et de la place de Paris dans le secteur de l'organisation de salons. Il répondra ainsi aux ambitions des initiateurs de ce projet de rapprochement à propos duquel les pouvoirs publics ont toujours exprimé le souhait que la France dispose, en la matière, d'une filière d'excellence.

### **Contact presse**

COMEXPOSIUM  
Brigitte Motola-Guillet  
brigitte.motola-guillet@comexposium.com  
01 76 77 14 70