

Organiser des grands salons professionnels, même en période de confinement

par

■ **Philippe Chatry** ■

Directeur associé, groupe Mediactive

■ **Olivier Goué** ■

Chef de projet du salon Millésime Bio, SudVinBio

En bref

Les foires et salons professionnels sont des outils aussi anciens qu'indispensables au développement des affaires. À l'heure où les réunions publiques sont interdites, le numérique peut-il y jouer le même rôle que dans le télétravail, à savoir conserver l'essentiel (se rencontrer) tout en apportant quelques nouveautés? L'enjeu est essentiel pour une filière professionnelle composée essentiellement de petites entreprises. C'est pour répondre à ce défi que le salon Millésime Bio 2021, Mondial du vin biologique, a sollicité le groupe Mediactive, qui assure de manière discrète la partie digitale de l'organisation de grandes manifestations publiques comme le Salon des Entrepreneurs, Viva Technology ou le forum de Davos en format physique ou digital. De l'avis des nombreux participants et exposants de Millésime Bio 2021, il ne manquait rien, à part peut-être la dégustation. Un tour de force digital qui ouvre des perspectives...

Compte rendu rédigé par Pascal Lefebvre

L'Association des Amis de l'École de Paris du management organise des débats et en diffuse les comptes rendus, les idées restant de la seule responsabilité de leurs auteurs. Elle peut également diffuser les commentaires que suscitent ces documents.

Parrains & partenaires de l'École de Paris du management :

Algoé¹ • Chaire Futurs de l'industrie et du travail • Chaire Mines urbaines • Chaire Phénix – Grandes entreprises d'avenir • EDF • ENGIE • Executive Master – École polytechnique • Fabernovel • Groupe BPCE • GRTgaz • IdVectoR² • L'Oréal • La Fabrique de l'industrie • MINES ParisTech • RATP • Syndicat des entreprises de l'économie numérique et des technologies nouvelles³ • Université Mohammed VI Polytechnique • UIMM • Ylios¹

1. pour le séminaire Vie des affaires / 2. pour le séminaire Management de l'innovation / 3. pour le séminaire Transformations numériques

L'association SudVinBio

Olivier Goué : SudVinBio est une association interprofessionnelle créée en 1991 et régie par la loi de 1901, donc sans but lucratif. L'organisation du salon Millésime Bio fait partie des services que nous rendons à nos 450 adhérents, qui représentent 70 % de la production de vins bios en Occitanie, mais également à tous les producteurs internationaux de vin et autres boissons alcoolisées bios.

SudVinBio est experte dans la filière des vins bios provenant non seulement d'Occitanie, mais aussi du Bordelais, d'Alsace, de Bourgogne ou de toute autre région française ou étrangère. À ce titre, notre association défend les intérêts de ses membres auprès des pouvoirs publics français et des instances européennes. Notre compétence technique est portée par deux ingénieurs qui conseillent nos adhérents et mènent des expérimentations sur le terrain. SudVinBio est également un observatoire des tendances des marchés – outil permettant d'anticiper la commercialisation des vins bios – et réalise une étude économique annuelle sur les consommateurs et la production, en progression constante, tant en France qu'à l'étranger. Notre association a aussi pour mission de favoriser la concertation entre les membres de nos deux collèges, celui des producteurs et celui des metteurs en marché de la région Occitanie.

Le coût de l'adhésion à l'association varie, selon les exploitations, de 250 à 700 euros et notre budget annuel avoisine les 3 millions d'euros, 90 % des revenus provenant de l'organisation du salon.

Enfin, nous sommes organisateurs d'événements, en particulier du Challenge Millésime Bio, qui est le concours international de vins bios rattaché au salon. Cette année, 1 700 échantillons provenant du monde entier ont concouru, quoique dans des conditions de dégustation par le jury pour le moins inhabituelles.

Millésime Bio

La première édition de Millésime Bio a eu lieu en 1993. Ne réunissant à l'origine que quelques producteurs, nous visons désormais, pour 2022, plus de 1 500 exposants, accueillis dans 5 halls du parc des expositions de Montpellier, ce qui représente une superficie de 24 000 mètres carrés.

La part de marché globale du vin bio dit "tranquille", c'est-à-dire non effervescent, est passée de 1,5 % en 2013 à 3,5 % aujourd'hui, dans le cadre d'une diminution généralisée de la consommation mondiale de vin. Sur les cinq dernières années, la croissance moyenne du secteur des vins bios a été de 6 %. La consommation des vins non bios, de son côté, régresse de 0,3 % depuis plusieurs années.

Pour produire du vin bio, il faut passer par une période de trois années de culture, dites de conversion, durant lesquelles la production, bien qu'étant identique à celle du vin bio, ne peut être certifiée comme telle, les sols nécessitant d'être purgés de toute trace d'intrants chimiques. Il est intéressant de voir que les surfaces en cours de conversion, dans les trois principaux pays producteurs que sont la France, l'Italie et l'Espagne, sont en croissance exponentielle, ce qui laisse présager une croissance annuelle de 10 à 16 %, soit une part de marché de 8 % en 2023.

En France, la commercialisation des vins bios a été multipliée par quatre en dix ans. Si les conversions ont été très peu nombreuses entre 2011 et 2016, leur nombre est en forte augmentation depuis cinq ans. On dénombre ainsi à ce jour 8 100 exploitations, pour la plupart de taille modeste, soit produisant du vin certifié bio, à raison de 2,7 millions d'hectolitres par an, soit en cours de conversion, représentant 43 500 hectares supplémentaires.

On voit donc l'importance de Millésime Bio, qui se revendique comme le salon mondial du vin biologique et des autres boissons alcoolisées bios – ces dernières y étant intégrées depuis trois ans afin de diversifier

notre offre –, peut avoir pour ces petits producteurs. Au regard de leur fragilité financière et de leur faible capacité à se faire connaître auprès des cavistes ou de la grande distribution, ces producteurs ne pouvaient se permettre une année blanche en matière de commercialisation, Millésime Bio étant leur débouché principal sur le marché mondial. Dans ces conditions, la stratégie consistant à organiser une édition totalement digitale en 2021 a été bienvenue. Certains salons ont opté pour une édition en juin plutôt qu'en début d'année et ont finalement été contraints d'annuler, d'autres ont préféré d'emblée reporter leur événement à 2022.

Le salon 2020 en présentiel

Visiteurs et exposants

Lors de notre dernière édition en présentiel, en 2020, 1 287 exposants étaient présents, dont 23 % d'étrangers venus de 21 pays. Nous avons accueilli 6 850 acheteurs professionnels – ce qui représente une hausse de 10,5 % par rapport à 2019 –, venus de 52 pays majoritairement européens. Tous sont comptabilisés en tant que visiteurs uniques, c'est-à-dire quel que soit le nombre de jours qu'ils passent sur le salon, pratique peu répandue dans le milieu de l'événementiel. Cette fréquentation est en constante progression depuis quinze ans, à tel point que nous nous approchons des limites de capacité du parc des expositions qui nous accueille. Ceci étant, Montpellier, quoique fort bien desservie, peut sembler trop excentrée. Un Américain ou un Asiatique préférera peut-être visiter Wine Paris, le grand salon qui se tient dans la capitale en février, plutôt que prendre un TGV pour descendre en Occitanie, qui est pourtant le plus grand bassin producteur de vins bios.

Les exposants acquittent un droit pour occuper leur espace, mais l'accès au salon, réservé exclusivement à des acheteurs professionnels dont nous vérifions scrupuleusement la qualité, est totalement gratuit. Notre enjeu n'est donc pas d'avoir de plus en plus d'exposants, mais d'être assurés de la qualité du visitorat. Ainsi, nous maintenons un rapport de 1 à 6 entre exposants et visiteurs afin d'être assurés que tous puissent travailler dans de bonnes conditions. En ce sens, le digital nous apporte des solutions intéressantes, non seulement pour cette année 2021, mais aussi pour celles à venir, en nous permettant de toucher un public plus large.

Pour l'édition 2020, un nouveau mobilier a été conçu, simple et strictement identique pour chacun des exposants, qu'ils produisent sur quelques hectares ou dans de gros domaines vinicoles. Notre objectif étant de mettre tous les exposants sur un plan d'égalité, sans favoriser la course des plus riches au gigantisme des stands, nous avons limité à deux le nombre de comptoirs possible.

Le salon offre également une zone d'accueil des participants ainsi qu'un espace de dégustation des vins en libre-service où sont exposés tous les médaillés du Challenge Millésime Bio. Lors de l'édition 2021, le défi du salon digital a donc été de remplacer tout cela.

Une première étape de digitalisation

Bien avant que la pandémie de Covid-19 n'arrive en Europe, nous avons déjà engagé une première étape de digitalisation, dans l'optique de ce que nous appelions alors un *salon 4.0*. L'idée était de permettre les prises de rendez-vous en ligne, afin qu'exposants et visiteurs puissent préparer leurs rencontres en amont, démarche clé pour un travail efficace lors d'un salon. Durant l'événement, nous avons fourni des iPad à chacun des exposants afin qu'ils puissent valider et suivre leurs rendez-vous en temps réel, et collecter les cartes de visite simplement en scannant le QR code présent sur le badge de leurs interlocuteurs. Par ce biais, il leur était également possible d'envoyer, en amont du salon, des e-invitations aux visiteurs de leur choix. De plus, une application mobile installée sur leur smartphone permettait aux visiteurs de gérer au mieux, eux aussi, leurs rendez-vous.

Par ailleurs, nous avons mis en place un système de géolocalisation. Le salon s'étendant sur 5 halls, le but de cette fonctionnalité originale était de permettre au visiteur de planifier sa visite en réservant, dans un premier temps, ses rendez-vous sur une journée donnée, sans préalablement en fixer l'heure précise. Deux jours avant la date prévue, l'algorithme adressait au visiteur un itinéraire optimisé selon les disponibilités