



salons.événementiels.congrès
EVENEMENTS
D'ENTREPRISE

Numéro spécial Décembre 2009



Le SATAÉ

1^{er} SALON virtuel du Tourisme
d'Affaires et de l'Événementiel

1^{ER} SALON VIRTUEL DU TOURISME D'AFFAIRES ET DE L'ÉVÉNEMENTIEL

ALTERNATIVE OU COMPLÉMENT DU LIVE ?

ABC salles a investi un budget de 600 K Euros dans le lancement et le développement du premier salon virtuel du Tourisme d'Affaires et de l'Événementiel. Le SATAÉ se déroulera du 7 au 14 janvier 2010 au Dynacoce, le premier palais des congrès virtuel.

→ Premier guide de lieux et de prestataires événementiels sur internet, ABC Salles s'est positionné fortement depuis plus de dix ans dans le secteur de la dématérialisation.

Participant régulièrement à divers salons pour promouvoir son offre, la société a vécu les nombreuses contraintes liées à une participation à un salon physique. Aussi, depuis 2007, ABC Salles travaille sur un concept, pouvant allier son savoir-faire en matière de dématérialisation et l'élimination des contraintes du live. «C'est de là qu'a germé l'idée d'un salon virtuel souligne Claude Delannay. Nous avons conclu qu'il était possible de participer à un salon autrement que physiquement et d'avoir les mêmes résultats, sinon plus. Avec le SATAÉ, notre objectif est de proposer aux exposants et visiteurs d'être sur un salon sans avoir à se déplacer avec la possibilité de mesurer rapidement le retour sur investissement de leur participation. L'exposant peut aussi exposer sans mobilisation de personnel et il n'est pas contraint de rester devant son ordinateur pendant toute la durée du salon. Nous avons, à cet effet, mis en place un système d'alerte automatique, qui informe l'exposant de chaque mouvement sur son stand en son absence. Tout comme sur un salon live, le SATAÉ permet aux exposants de communiquer en direct avec les visiteurs, grâce aux nombreuses innovations technologiques, dans l'environnement résolument esthétique et fonctionnel du Dynacoce».

Une fois enregistrés, les visiteurs



entrent sur le salon et peuvent rechercher les exposants qui les intéressent via un moteur de recherche ou par le plan 3D du salon.

Ce qui fait du SATAÉ, plus qu'une application virtuelle graphique, c'est la véritable interactivité, dans les deux sens entre exposants et visiteurs : Le badge des visiteurs étant visible, les exposants peuvent entrer directement en contact avec eux par webcam, audioconférence, chat, e-mail ou téléphone, comme ils l'auraient fait sur un salon, à l'abord de leur stand. «Côté exposants, c'est encore toute la technologie du Dynacoce que nous leur proposons, poursuit Claude Delannay. Ils choisissent parmi 30 modèles thématiques et le personnalisent en y chargeant sources audio, vidéos, photos et textes, qui s'intégreront au travers d'objets 3D tels que des écrans vidéo, des supports pour affiches et des présentoirs à documents. Nous mettons également à leur

disposition webcam et micro gra-
tuitement». Outre les stands, le SATAÉ comporte plusieurs autres aspects d'un salon physique tels que des conférences et des animations sur une scène. Des conférenciers évoqueront les thèmes majeurs du tourisme d'affaires et de l'événementiel et les principaux acteurs du secteur participeront aux interviews diffusées au sein du plateau télé du salon alors que la scène du SATAÉ, pour promouvoir prestataires et artistes, permettra la diffusion de leurs shows, pour les retrouver ensuite sur leur stand. «Les participants pourront visualiser ces événements parallèles à n'importe quel moment. Claude Delannay fait ressortir que là encore les contraintes du physique ne se ressentent plus, puisque...c'est le participant lui-même qui gère son emploi du temps. Il ne risque pas d'être en retard ou de manquer quoi que se soit». Le bar VIP est un autre lieu de rencontre convivial sur le salon. «Il a été spécialement développé afin de permettre à l'ensemble des visiteurs profes-

sionnels et exposants d'entrer en contact direct et d'échanger par webcam, chat ou audioconférence. Ils peuvent créer des communautés selon leurs propres critères et ainsi échanger sur leurs points communs et expériences».

Le SATAÉ se veut également le salon du recrutement des secteurs du tourisme d'affaires et de l'événementiel. Chaque exposant bénéficie d'un espace qu'il peut dédier au recrutement sur son stand, lui permettant de diffuser ses offres d'emploi, ses vidéos dédiées et bien évidemment d'entrer en contact avec les candidats. Certes, le SATAÉ se présente comme une alternative aux salons physiques, mais les organisateurs n'écartent pas pour autant la relation humaine. Le salon se poursuit, en effet, hors du virtuel, conviant l'ensemble des exposants ainsi que des visiteurs hautement qualifiés à un moment de détente et d'échange au Plaza Madeleine à Paris, dans le cadre d'une grande soirée de Gala le mercredi 13 janvier 2010.

TÉMOIGNAGES D'EXPOSANTS

UNE FRÉQUENTATION BIEN "RÉELLE"

Le SATAÉ invite donc les professionnels des secteurs du tourisme d'affaires et de l'événementiel à vivre une nouvelle expérience en 2010. Plus de 10 000 entreprises et une centaine d'exposants se sont déjà enregistrés et les organisateurs s'attendent à atteindre les 300 exposants. Nouveauté, innovation, originalité, curiosité... Les raisons qui ont poussé les exposants à tenter l'aventure sont multiples. Quelques-uns d'entre eux nous font part de leurs objectifs.

Haute Bretagne Evénements

HBE est un club de professionnels qui fédère les centres et palais des congrès, les salles de séminaires et de réunions ainsi que d'autres lieux événementiels. C'est aussi l'équipe désignée par le Comité Départemental du Tourisme de Haute-Bretagne Ile-et-Vilaine pour répondre à toute demande relevant du tourisme d'affaires.

«*Nous misons beaucoup sur notre participation au SATAÉ pour donner le tempo dès le début de l'année et capter un maximum de prospects après une année 2009*



plutôt maussade», explique Anthony Le Daniel, responsable du département marketing de HBE. «Nous avons été séduits par l'originalité de l'action dans le sens qu'elle utilise tous les nouveaux moyens de communication. Un autre aspect non négligeable que nous avons considéré c'est le coût d'une participation sur cet événement. Si le budget avait été semblable à celui d'un salon

physique, nous aurions refusé d'y participer. Nous investissons quelque 6 000 euros pour exposer sur des salons traditionnels et cela ne nous rapporte pas plus de 30 prospects dont moins d'une dizaine qualifiés. Le SATAÉ présente plus de potentiel d'obtenir des prospects à moindre coût. Outre les prospects dans nos bases de données auxquels nous allons donner rendez-vous, nous espérons capter ceux qui habituellement ne se déplacent pas sur les salons physiques». Plus qu'un salon, le SATAÉ représente pour HBE un nouvel outil, une plateforme d'échange. Je ne doute pas une seconde que les contacts ainsi pris se traduiront ensuite par un contact physique. A notre niveau nous continuerons à participer à des salons physiques mais nous espérons que les prospects seront aussi curieux que nous face à cette innovation et que nous ferons de bonnes affaires. En tout cas nous y croyons et nous souhaitons que la formule marche et dure».

B to B Events

B to B Events est engagée dans la création, la conception, la gestion et l'organisation d'événements internes ou externes pour entreprises, collectivités et institutions. Mélissa Wallet, responsable événementiel de l'agence, a choisi d'être présente sur le SATAÉ pour être à la pointe des nouveautés de la filière. «*Nous avons décidé de participer à cette nouveauté*

d'autant qu'elle regroupera de nombreux clients potentiels. Ce sera l'occasion pour nous de présenter nos points forts et nos atouts mais aussi un moyen de tester notre clientèle sur l'éventualité de louer cet espace virtuel. Même si le salon physique est important, il est intéressant de tester ce côté original et moderne du SATAÉ».

La Bertelière



Le complexe hôtelier La Bertelière de Rouen est spécialisé dans les réunions d'affaires et de famille depuis plus de 15 ans. Ce qui l'a attiré sur le premier salon virtuel du Tourisme d'Affaires et de l'Événementiel c'est la notion de nouveauté et d'innovation selon Anibal Da Silva, son directeur. «*Nous sommes attentifs à toute évolution dans le secteur du tourisme d'affaires. Vu que c'est une première, nous nous devons d'être présents, en attendant la fin de l'événement pour pouvoir faire un bilan. Le SATAÉ peut s'avérer être un nouveau mode de diffusion de l'offre. Par ailleurs, sur les salons physiques, les exposants et les visiteurs sont souvent les mêmes, ce nouveau concept permet à ceux qui normalement ne se déplacent*

plus sur les salons d'y être présents nous offrant ainsi plus d'opportunités. Le SATAÉ offre aussi d'autres avantages : nous n'avons pas de frais de déplacement, de logistique ni de montage sans compter une moindre mobilisation de personnel».

Sunlight Animation

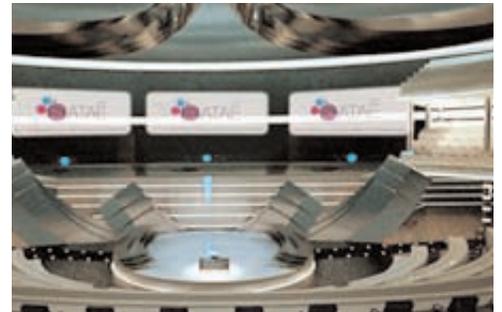
Association d'animation événementielle, Sunlight Animation ambitionne de se positionner sur les événements professionnels. Elle participe au SATAÉ avec l'objectif de se construire un fichier de clients professionnels et de récolter des CV pour ses campagnes de recrutement. «*Ce salon est pour nous une opportunité d'avoir un premier contact avec des clients potentiels hôtels/entreprises. Ce qui nous a vraiment plu dans ce concept c'est le principe de neutralité. Tous les exposants auront droit au même stand, par conséquent, nous aurons tous le même potentiel de visibilité au niveau du client»,* fait ressortir Louis Grandjean, responsable commercial de Sunlight Animation.



LE DYNACOCE

UN PALAIS DES CONGRÈS VIRTUEL

Le Palais des Congrès qui brise les limites du réel ! C'est ainsi que ses promoteurs désignent le Dynacoce, premier palais des congrès virtuel doté des dernières innovations technologiques et d'un environnement résolument esthétique et fonctionnel. «Le concept du Dynacoce plait énormément d'autant qu'il correspond aux besoins de notre temps en matière de développement durable. Il diminue les coûts de déplacement, limite les pertes d'énergies et permet d'économiser du temps», souligne Claude Delannay.



→ Le Dynacoce met à la disposition des organisateurs d'événements un espace d'accueil, trente modèles de stands complètement personnalisables, une scène pour les artistes, un amphithéâtre ainsi que des bureaux de diverses capacités. L'objectif du Dynacoce est d'accueillir des salons virtuels mais aussi d'être un outil complémentaire à d'autres événements physiques. Par exemple, en marge d'un salon physique, l'organisateur peut louer le Dynacoce pour produire un reflet de l'événement live permettant

ainsi aux visiteurs de découvrir en avant première les exposants. L'exposant, lui, peut l'utiliser pour réaliser une meilleure gestion et qualification de ses visiteurs. «L'avantage de cette structure virtuelle, c'est qu'elle est ouverte à plus de personnes et offre une plus grande visibilité. Elle est dotée de toute les technologies nécessaires pour qu'un événement s'y déroule dans les mêmes conditions qu'en live», explique Claude Delannay. En effet, l'amphithéâtre, dédié aux conférences, offre des possibilités d'interaction entre le conférencier

et les auditeurs. Dans les bureaux, les personnes sont réunies par webcam, chat ou audioconférence et peuvent échanger des documents ou encore intervenir sur un écran. Le Dynacoce prévoit aussi la présence d'androïdes qui ont pour vocation de remplacer l'humain quand il n'est pas disponible. Ils interviennent avec des messages enregistrés.

Le Dynacoce est donc un lieu de rencontre adaptable à tout type de salon qui n'implique pas la matérialisation tels les services et les biens matériels intransportables.

Il peut également accueillir des entreprises dans des cadres agréables pour des réunions, conventions et séminaires. «Pour développer ce palais des congrès, nous misons sur la dématérialisation qui engendre un coût bien moindre, la possibilité de toucher plus de personnes et l'absence quasi totale de pollution. Ce concept attire déjà pas mal d'entreprises et nous comptons mettre en place une version multi-langues du Dynacoce pour pouvoir toucher le marché international», conclut Claude Delannay.



ABC SALLES

LEADER PAR SA FRÉQUENTATION

Créé en 1997, ABC Salles est un guide gratuit sur Internet de location de salles. Il est devenu au fil du temps une véritable référence dans le domaine de l'événementiel. Leader historique mais également leader en terme de fréquentation avec plus de 22 000 visiteurs par jour, le site a su s'adapter aux avancées technologiques afin d'offrir une qualité de services en perpétuelle amélioration.

Depuis plus de dix ans, www.abcsalles.com est disponible en trois langues et référence plus de 10 000 lieux dans toute la France. Le site reçoit chaque jour quelque 22 000 visiteurs, particuliers comme professionnels. C'est un annuaire résolument multimédia qui propose pour chaque lieu référencé des vidéos clips, des visuels en haute résolution, des informations vocales et des visites virtuelles. Au total, ce sont près de 53 000 professionnels qui utilisent régulièrement les services de ABC Salles pour organiser des événements pour leur compte ou celui de leurs clients. www.abcsalles.com propose également un guide de prestataires tels que DJ, traiteurs, régisseurs, ingénieurs du son et artistes... pour permettre aux visiteurs d'organiser leurs événements de A à Z s'ils le souhaitent.

ABC Salles permet d'effectuer une recherche initiale à partir de trois critères principaux : le lieu de l'événement (pays et département), sa typologie (mariage, séminaire, rallye, fête de Noël...) mais également si l'événement sera dansant ou non, si les convives seront assis ou non et enfin le nombre de convives et le type de restauration (avec ou sans traiteur). Pour chaque lieu, une fiche détaillée multimédia est accessible, permettant de découvrir une multitude d'informations en textes, en sons et en images afin de se représenter le plus précisément les lieux : visite virtuelle, photos, accès, équipement, disponibilités, activités, restauration, tarifs... Enfin, un système de géolocalisation dynamique GoogleMaps per-



met de situer sur une carte l'emplacement précis du lieu et d'identifier les points d'intérêt autour. D'autres critères complémentaires permettent d'affiner la recherche tels que : limitation horaire, type de lieu recherché, fonctionnalités, environnement, équipement technique, activités. Les demandes de devis sont transmises en temps réel aux gestionnaires des lieux par mail. Pour les professionnels de l'organisation d'événements, la solution dédiée, ABC Salles Pro, permet de mémoriser leur propre sélection de salles, qu'ils peuvent modifier à volonté en fonction de leurs besoins (superficie, capacité, localisation géographique...) et intégrer différentes notes et commentaires pour chaque lieu. ABC Salles permet également aux professionnels

référéncés de ne présenter leur établissement qu'aux prospects dont la demande est en parfaite adéquation avec le lieu qu'ils proposent. Ils ne reçoivent ainsi que des demandes de devis 100 % ciblées et gagnent un temps de traitement important puisqu'ils ne répondent qu'à des prospects parfaitement qualifiés. Des codes d'accès et une interface dédiée leur permettent de remettre à jour la fiche descriptive de leur lieu en temps réel. Enfin, la visibilité de la fiche descriptive multimédia est démultipliée car elle est rattachée à une URL qui permet d'être référencée dans Google ainsi que sur les autres principaux moteurs de recherche. A noter enfin qu'ABC Salles propose désormais aux professionnels d'être présents sur son stand

géant, dans le cadre de ses propres participations sur des salons physiques et de bénéficier ainsi d'une force de vente composée d'une dizaine d'hôtesse qualifiées. Ils peuvent se présenter au travers d'une vidéo haut de gamme diffusée sur les écrans plasma du stand ABC Salles et également présente sur la fiche descriptive des lieux référencés sur le site. D'une manière générale, ABC Salles mène tout au long de l'année des campagnes de publicité aux côtés de partenaires médias ciblés dont une campagne télévisée annuelle sur LCI, I-Télé et BFM, une campagne au cinéma ainsi que des annonces diffusées dans la presse (Le Nouvel Economiste, Entreprendre, Le Guide du Mariage...).





Le 1er SALON virtuel du Tourisme d'Affaires et de l'Événementiel



Ne ratez pas l'événement incontournable de votre profession
qui se déroulera du **7 au 14 janvier 2010**
au **Dynacoce**, le palais des congrès qui brise les limites du réel !

● Conférences

7 jours au cours desquels
des conférenciers évoqueront les thèmes
majeurs du Tourisme d'Affaires
et de l'Événementiel...



● Rencontres

7 jours pour rencontrer les principaux
acteurs du secteur dans un
environnement innovant, dynamique
et interactif et préparer vos prochains
événements, séminaires ou conventions...



● Animations

7 jours d'animation et de live...
Avec sur scène les shows des prestataires
et artistes à retrouver directement
sur leur stand !



Inscrivez-vous gratuitement sur satae.fr

Vous pourrez également visiter l'espace recrutement de chaque exposant,
consulter leurs offres d'emploi et rencontrer immédiatement le service des ressources humaines.