

PHILIPPE DUTHEUIL, DG D'EVEN PRO

«Les salons SEPEM sont le miroir des tendances industrielles locales»

Les salons SEPEM sont entrés dans le giron de GL Event. Sous la houlette de Philippe Dutheuil, directeur général d'Even Pro, ils évolueront désormais pour proposer une offre plus complète. Chaque salon SEPEM Industries se situe à moins de 2 heures 30 de route des principaux sites de production de la région où il se tient, et se présente comme un marché de solutions industrielles, mais entend s'enrichir de conférences ciblées et d'innovations, pour être davantage qu'un alignement de stands.



Dernière édition du Sepem Toulouse, en 2019.

À ce jour, les salons SEPEM totalisent 30 éditions régionales en 12 ans, entre 400 et 750 exposants et entre 3600 et 7500 visiteurs, selon les éditions. Issu du CFIA, qu'il a contribué à développer, Philippe Dutheuil a compris très tôt tout le parti à tirer des salons en régions.

Comment sont nés les salons SEPEM ?

J'ai travaillé, de 1997 à 2005, sur le salon CFIA, l'un des tous premiers à avoir fait le choix de se déplacer en région, au plus près des sites de production, en l'occurrence agroalimentaire. À l'époque, les salons étaient parisiens ou lyonnais.

En 2005, je quitte le CFIA après le rachat du salon par un fond d'investissement

britannique. J'ai créé la société Even Pro, et j'ai sollicité les industriels dans le domaine que je connaissais le mieux, celui des process, pour tenter de savoir ce qui serait susceptible de les intéresser.

Leur avis a été unanime : ils souhaitent un événement proche de leur lieu de production, en région, plutôt que d'avoir à se déplacer vers un lieu d'exposition centralisé. J'ai compris que les industriels étaient demandeurs d'un événement dans l'Est de la France.

Colmar s'est imposé très vite, à mi-distance de Mulhouse et de Strasbourg. Ce lieu correspondait à notre philosophie, qui est d'attirer les visiteurs dans un rayon de deux heures à deux heures trente autour du parc des expositions, de leur faciliter l'accès par un dispositif routier simple, par un accueil

totallement gratuit, qu'il s'agisse du parking, de l'entrée ou du vestiaire.

C'est devenu aujourd'hui un des nerfs de la guerre : les visiteurs de salons s'exposent à de multiples dépenses lorsqu'ils se rendent quelque part. De ce fait, nous avons rempli le salon dès la première édition. Côté visitorat, ça a été un succès également, avec près de 3000 industriels issus du Haut-Rhin, du Bas-Rhin et de Lorraine.

Le salon s'est voulu à taille humaine, avec 300 à 350 exposants, une autre raison de son succès : cela permet d'en faire le tour deux à trois fois dans la journée. D'autres rendez-vous nécessitent de préparer sa visite et de prendre des rendez-vous. En faire le tour en une journée est souvent difficile.



Dans les allées du Sepem à Grenoble, en 2018.

L'approche tarifaire attractive est rendue possible par un lieu comme le parc des expositions de Colmar.

Fort de ce succès, la demande nous a été adressée d'exporter cet événement vers d'autres villes : Douai, Angers, Avignon, Toulouse, Rouen et Grenoble. À chaque fois, la demande est venue des industriels. Nous sommes aussi très vite parvenus à la conclusion qu'un événement annuel aurait du mal à faire se rencontrer exposants et visiteurs. Nous avons donc opté pour le rythme biennuel : mieux valait, de notre point de vue, un bon salon tous les deux ans qu'un mauvais tous les ans. C'est une décision difficile au regard du chiffre d'affaires, bien sûr, mais nous aurions risqué l'essoufflement. Les enseignements tirés des questionnaires que nous avons régulièrement adressés aux industriels ont été précieux pour les salons suivants.

LES PROCHAINS SALONS

8-10 octobre 2019 : Angers

28-30 Janvier 2020 : Rouen

11-13 Février 2020 : Grenoble

9-11 Juin 2020 : Colmar

29 septembre - 1 octobre 2020 : Avignon

26-28 Janvier 2021 : Douai

30 mars - 1er avril 2021 : Toulouse

Recréer un salon de ce type aujourd'hui vous paraît-il possible ?

La période où le SEPEM n'aurait pas pu voir le jour, c'est 2008, 2009, 2010, période de défiance dans tous les domaines, industriels notamment. Le contexte est aujourd'hui très différent. Mais la demande des industriels de rencontrer les équipementiers en région reste forte. Les salons se remplissent facilement, mais ils ont besoin d'être revus, tous les deux ans, pour tenir compte des évolutions.

Les visiteurs ne veulent pas seulement du stand, mais de l'innovation, de la robotisation, des conférences très pointues parce que l'environnement est en perpétuel changement et qu'ils n'ont pas le temps de s'informer. C'est devenu un peu plus difficile à mettre en place qu'un simple salon avec des stands.

Quelles différences faites-vous entre chacun des salons en termes d'identité ?

Chaque salon a une identité régionale. Ceux de Colmar et Douai se recoupent sur le secteur du ferroviaire ou de l'automobile, par exemple. Mais Angers proposera davantage de plasturgie, de composites, destiné au nautisme, par exemple, ou d'agroalimentaire, puisque nous sommes dans l'Ouest. Toulouse sera plus concerné par l'aéronautique et ses métiers : sous-traitance mécanique, plasturgie. Les salons SEPEM sont le miroir des tendances industrielles de la zone.

Quelle est le salon le plus fréquenté ?

Douai est le salon qui attire le plus de monde, avec près de 6500 visiteurs pour 719 exposants. Avignon possède un tissu industriel moindre, c'est un salon plus qualitatif, mais qui compte tout de même 3000 visiteurs. Le salon a la taille du nombre de visiteurs qu'il peut accueillir.

Quel sera le positionnement des salons SEPEM dans la stratégie de GL Event ?

Lors de nos discussions avec l'équipe de GL Event, nous sommes tombés d'accord sur le fait que les salons devaient maintenir leur identité. Nous avons cherché à savoir comment améliorer nos événements en synergie. Nous travaillons par exemple à la mise en place d'un petit salon sur le thème de l'usine du futur avec l'agence de développement de Normandie sur le SEPEM de Rouen. Une entreprise a deux besoins : rencontrer des cols bleus et des cols blancs.

Nous voyons arriver des groupes de techniciens sur certains salons SEPEM qui cherchent une information très spécifique et qui la trouvent sur nos salons. Les exposants apprécient beaucoup ce public de spécialistes, qui travaillent toute la journée sur des équipements qu'ils connaissent bien. Un responsable maintenance a rarement la possibilité de s'absenter deux jours pour visiter un salon. Ce public, nous le retrouvons sur les SEPEM. Les acheteurs ou les directeurs

de production seront plutôt présents sur Global Industrie Paris, qui peut répondre à des demandes dans le cadre de projets plus lourds. Nous continuons d'adresser les deux publics.

Existe-t-il un risque de dissolution des salons SEPEM dans Global Industrie ?

Au contraire, nous travaillons à améliorer le contenu de nos salons en région, car la demande est réelle. Au-delà des équipements, nous souhaitons aussi pouvoir informer sur l'utilisation de tel logiciel de GMAO, par exemple, grâce à l'expertise du Cetim à laquelle a accès l'équipe de GL Event.

De mon côté, j'ai pu obtenir un budget pour étoffer mon équipe pour confirmer nos événements en région.

Comment voyez-vous l'évolution des salons industriels en France ?

Il faut une offre claire, et éviter aux visiteurs de trop se déplacer en région ou vers Paris. Ces vingt dernières années, les salons ont souffert d'un traitement purement financier, avec des



© EVEN PRO

Philippe Dutheil, directeur général d'Even Pro.

tarifs trop élevés, avant même d'envisager de les rendre attractifs. Ces salons ont changé de mains plusieurs fois et n'ont pas été à l'écoute des entreprises et de leurs problèmes.

Aujourd'hui, les exposants ont déserté des salons où ils estimaient ne pas être suffisamment respectés. Ces salons sont

morts d'eux-mêmes. Le seul qui perdure, c'est Global Industrie, qui propose un seul plateau et une offre un peu à l'allemande, qu'il va falloir continuer à travailler pour leur conférer une dimension internationale.

Que vous inspire la floraison de salons dédiés à l'usine 4.0 ?

L'industrie 4.0 a eu un début et aura une fin, le jour où les entreprises seront équipées et auront fait le tour du sujet. J'ai pu lire dans certains supports : « est-il trop tard pour passer au 4.0 ? ». C'est le signe que tout va très vite. De plus, les exposants des salons dédiés à l'usine du futur, comme Siemens, Schneider et d'autres, exposaient déjà sur les salons il y a vingt ans autour de thématiques comme l'automatisme ou la robotisation. Nous relayons nous-mêmes ces préoccupations autour de l'usine du futur, mais ce n'est qu'une partie de nos salons. Nous parlons d'usines connectées, mais très peu d'environnement, alors que cette problématique constitue un enjeu primordial à moyen terme, comme la cobotique ou le recrutement. ■