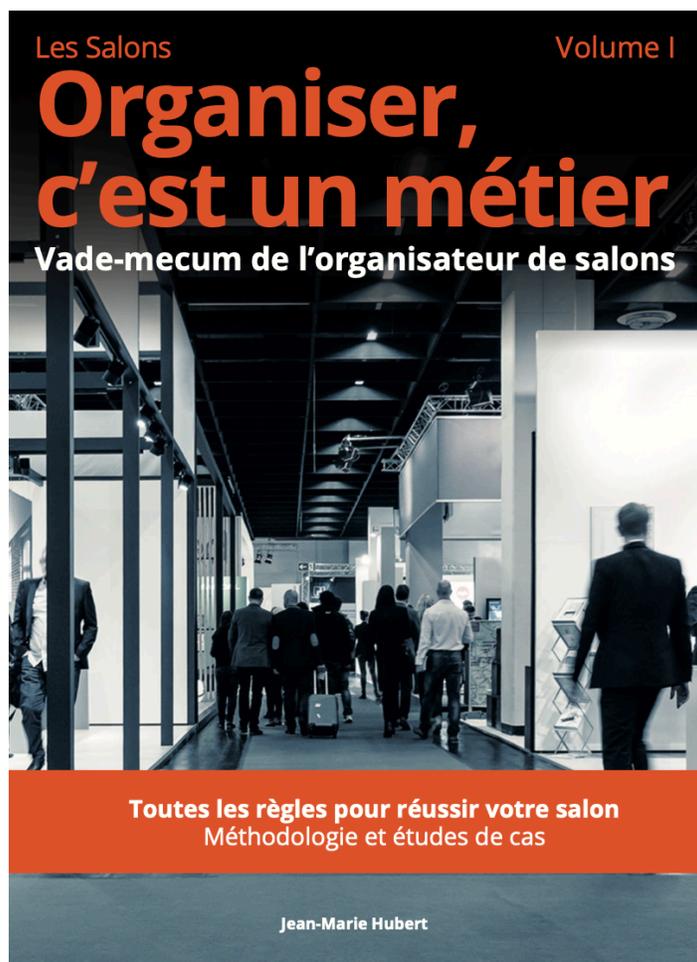


**« Organiser, c'est un métier »**  
**Le vade-mecum de l'organisateur de salons**  
*« Toutes les règles pour réussir votre salon »*  
*Méthodologie et études de cas*

---



Alors que de nombreux ouvrages sont consacrés à la plupart des branches du marketing, de la communication et de la vente, aucun ouvrage spécialisé n'offre une étude exhaustive et tutorielle sur l'organisation de salons.

Les salons sont pourtant considérés comme le meilleur outil de retour sur investissement pour les entreprises et la France est un des pays les plus représentatifs avec plus de 1.500 salons par an.

Les conséquences du COVID 19, avec notamment la fermeture des salons, ont prouvé en outre que les salons étaient la place de marché de très nombreux segments de l'économie.

Pour ne prendre qu'un seul exemple, l'annulation des trois principaux salons nautiques Français (Paris, La Rochelle et Cannes) a conduit la filière Française de l'industrie nautique à l'arrêt.

Les statistiques prouvent que dès que la situation sanitaire se sera améliorée, les salons accuseront une reprise en V.

Voire hélas en K, compte tenu du fait que des entreprises ne se relèveront pas.

**Lancer un livre sur l'organisation de salons peut paraître totalement décalé dans cette période où tous les salons sont à l'arrêt et sans annonce de dates de reprise.**

**Bien au contraire, l'organisation d'un salon nécessitant près d'une année, il faut profiter de ces temps de confinement ; pour créer son projet, son entreprise, son avenir, à l'heure où les disruptions nécessaires annoncent le déclin du salariat.**

## Le double ciblage de l'ouvrage

- Afin de pallier l'absence d'ouvrage de référence dans les universités et les écoles, aussi pour accompagner les organisateurs, les primo organisateurs, les différents intervenants de cet écosystème, le présent ouvrage de 300 pages est le bienvenu, plus encore, attendu par l'enseignement dans les segments de marketing événementiel et digital et plus généralement dans les librairies spécialisées.
- Afin d'être prêts pour la reprise de l'activité congrès salons : Une nouvelle dynamique post-covid va inciter de futurs entrepreneurs à se lancer dans l'organisation de leur premier salon dès la fin de la crise sanitaire. Mais ce type de projet d'entrepreneuriat se met en place en amont, donc maintenant.

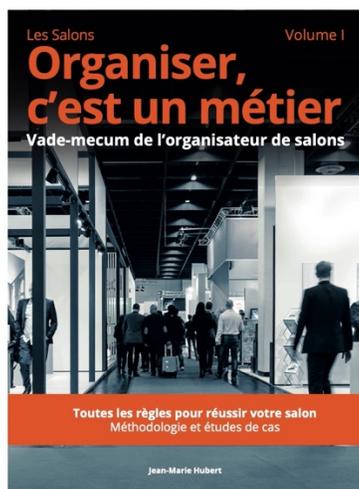
## Le triptyque à venir

L'écosystème « salon » inclut 3 types de populations :

Les organisateurs et leurs prestataires, les exposants et les visiteurs.

C'est la raison pour laquelle l'auteur prépare deux nouveaux volumes, l'un destiné aux exposants afin qu'ils s'assurent du meilleur taux de retour sur investissement salon et l'autre destiné aux visiteurs, pour leur apprendre à exploiter au mieux le média salon pour développer leur performance dans leurs professions.

L'écosystème salons est ainsi traité dans sa totalité.



## **Un sujet, 3 cibles à focale variable dans un même écosystème :**

**Le premier volume** intéresse une cible très précise, à savoir les futurs organisateurs de salon ou tous les étudiants en marketing, événementiel et digital.

**Le second volume** a, en revanche, une cible infiniment plus large, car en effet, toutes les entreprises seront un jour appelées à participer à un salon en tant qu'exposant et l'assurance du retour sur investissement est un élément majeur de cette décision.

*« Le salon ne doit rien coûter, mais il peut rapporter jusqu'à 10 fois son investissement »*

Il doit être une place de marché majeure de l'entreprise

**Le troisième volume** cible encore plus large :

Comment utiliser au mieux les salons pour évaluer son marché (benchmark), trouver des solutions techniques ou marketing, trouver des fournisseurs.

Apprendre à tous les niveaux dans les entreprises, à utiliser le média salon et à découvrir les nouvelles « *Market places* » et opportunités.

Un tutoriel de retour sur investissement visiteurs permet de choisir les bons salons, de préparer pour optimiser sa visite.

Parcours experts, circuits de visite, prises de rendez-vous, organisez votre temps pour être efficace.

Le temps c'est de l'argent !

---

L'ensemble des recettes et droits d'auteur de ces livres seront intégralement reversés à la Fondation de France.

## A propos de l'auteur



Avec un triple profil d'organisateur de salons, enseignant et journaliste, l'ouvrage bénéficie de nombreux enseignements par l'étude de cas.

Jean-Marie HUBERT est organisateur de salons professionnels et grand public depuis près de 50 ans. Parallèlement, il enseigne à l'université et dans les grandes écoles, notamment en Master 2 « Management événementiel et digital », ainsi qu'à l'école de Management du pôle Européen de l'université de Strasbourg.

Journaliste, chef de rubrique de différents médias print et web, il se positionne aujourd'hui dans une démarche de transmission et de valorisation des stratégies de management de la communication événementielle professionnelle, salons et congrès.

Fort de l'expérience acquise au travers de plus de 150 salons et 65 congrès internationaux, il propose dans cet ouvrage les clés de la réussite de l'organisation de salons.

Si le volume 1 donne les clés de l'organisation d'un salon, à destination de futurs organisateurs, le volume 2 s'adresse à un public plus large : Toutes les entreprises et les organisations sont confrontées un jour à participer à un salon et doivent en tirer le meilleur retour sur investissement.

**« Un salon ne doit rien coûter, mais il peut rapporter jusqu'à 10 fois la mise ».**

**Mode d'emploi.**

Les clés de la performance se trouvent dans ces ouvrages largement documentés et enrichis de nombreuses études de cas dans tous les domaines d'activités.

Si l'organisation de salons paraît être un sujet réservé à un public ciblé, il n'en est pas de même de la participation aux salons comme outil marketing de performance.

C'est une problématique qui se pose à tous dans l'entreprise, du président au chef de produit en passant par tous les services dédiés au marketing, à la communication et à la veille stratégique.

Le volume 3 s'adresse à ceux sans qui il n'y aurait pas de salons : Les visiteurs.

Leur point de vue et le mode d'emploi du visiteur une proposition inédite et efficace.

**Transformer la participation à un salon en succès est un challenge pour toute entreprise.**

**La quête du retour sur investissement, une clé du marketing.**

**Ces ouvrages comportent toutes les clés du management événementiel stratégique des salons.**

Les ouvrages sont préfacés par les principaux acteurs de la profession

## Préfaces

J'ai, au cours de ma carrière, vu et lu beaucoup de choses - parfois pertinentes - sur les salons et l'événementiel. Mais rarement, jusqu'à ce jour, des volumes complémentaires aussi clairs, efficaces et pragmatiques comme ceux écrits par Jean-Marie dont le très grand professionnalisme et l'expérience ne sont plus à démontrer.

Son parcours à lui seul démontre qu'il sait de quoi il parle, sans avoir besoin d'ajouter les succès à son actif dans toutes ses entreprises !

A lire et mettre en œuvre sans hésiter car le média « salon » reste un média très puissant y compris à l'heure du digital !

### **Jean-Daniel COMPAIN**

Ex-Senior VP - Reed Exhibitions

Pôle Culture, Luxe & Loisirs

FIAC, Paris Photo, Salon Nautique, Yachting Festival de Cannes, Salon du Livre...

L'univers des salons est passionnant.

C'est une aventure formidable, le projet d'une vie, une source de petits et grands bonheurs, mais aussi de grandes épreuves à surmonter.

Tout était à inventer quand nous avons commencé et nous l'avons fait !

Il n'y avait ni livres, ni formations spécialisées, juste notre bon sens et une vision.

Les ouvrages de Jean-Marie HUBERT comblent ce vide de manière complète, inédite et documentée. Un didacticiel pour les jeunes organisateurs, pour les exposants et même pour les visiteurs à la recherche de retour sur investissement.

De la théorie bien entendu, mais surtout des cas pratiques issus de son expérience de plus de 40 ans en tant qu'organisateur.

Merci pour cette contribution majeure pour les générations futures dans notre filière et bravo à l'ami.

### **Olivier GINON**

Président fondateur de GL EVENTS\*

(\*) GL Events, géant Français de l'événementiel dans le monde, est présent dans 25 pays et 5 continents, notamment en Chine et au Brésil.

Il couvre les 3 segments de l'écosystème : Organisation, prestations de service, parcs d'expositions.

*« Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur l'organisation et la participation à un salon, sans jamais oser le demander » ...*

Qui mieux que Jean-Marie Hubert pouvait prétendre à la rédaction de cette bible du salon, après 40 ans passés à créer et innover dans ce domaine du marketing encore trop méconnu ?

Jean-Marie est non seulement un ami dont j'ai toujours apprécié les qualités humaines, mais aussi professionnellement un visionnaire dont j'ai toujours beaucoup appris.

Aborder les 3 points de vue était indispensable : celui de l'organisateur, celui de l'exposant et celui des visiteurs. Le salon est un écosystème qui doit apporter de la valeur ajoutée à chacun, faute de quoi il ne peut être viable.

Ces ouvrages faisaient défaut et il ne fait aucun doute qu'il deviendra une référence auprès de ceux qui étudient, ceux qui démarrent, ceux qui veulent créer ou évoluer dans cet univers.

### **Rémy CRÉGUT**

Directeur Général

Montreux Music & Convention Centre

Le salon... une alchimie extraordinaire

Au début des années 60, dans la torpeur tropicale de Kuala Lumpur, je vis ma première expérience salon avec la Semaine de la France en Malaisie...

Vous n'imaginez même pas le choc émotionnel que l'on peut ressentir, loin de son pays et de sa culture...

Ma première rencontre ...avec une tour Eiffel de 25 mètres de haut, avec les premiers scopitones, malabar et autres carambar, autant d'instant de plaisir échangés avec mes petits camarades du bout du monde...

Depuis lors, convaincu que le monde des salons et foires est une aventure humaine extraordinaire, que la France a une place privilégiée dûe à son histoire et à son savoir-faire ; je n'ai cessé de promouvoir dans le monde entier cet esprit de Paris, Capitale de la Création ...

Alors lisez ce livre de référence de mon ami Jean-Marie HUBERT, c'est votre passeport pour la plus belle des aventures !

### **Etienne COCHET**

Créateur de Maison & Objet

Ancien Président Mondial de l'Automobile

DG des salons de Mode à Paris

Organiser des salons paraît simple dans les faits, mais avec un nombre de détails et de réflexes qui font la réussite d'un événement, que seuls les hommes d'expérience ont su accumuler.

Bravo à Jean-Marie d'avoir su les collecter au cours de sa longue carrière et les faire partager dans ses ouvrages.

Je suis convaincu que la rencontre est source de business.

Cette industrie existe depuis la nuit des temps, malgré les crises que nous avons traversées et celles à venir.

Ces crises sont souvent un formidable accélérateur de mutations, mais ma profonde conviction est que l'industrie de la rencontre restera, nonobstant les évolutions à venir, le moteur essentiel du partage d'expériences et du transfert de savoir; il est aussi générateur de contacts et source de business pour les entreprises.

### **Renaud HAMAIDE**

Président de COMEXPOSIUM

Président de l'UFI - The Global Network of the Meeting Industry

---

#### **Prix :**

36,92 € en version imprimée et brochée (AMAZON)

25 € en format KINDLE

Prix de lancement en librairie : 25 € (\*)

Mises à jour en ligne et lien interactif avec l'auteur

#### **Contact Presse :**

Nathalie RIERA et Erika NARDEUX

nathalie.riera.presse@gmail.com

#### **Points de vente :**

- (\*) **Librairie EYROLLES**, 57- 61 Boulevard St Germain  
(Rayons marketing , Communication, organisation et création d'entreprises) + En ligne
- (\*) **Librairie de Sciences Po**, 30 rue Saint Guillaume 75006 PARIS
- **AMAZON** version imprimée et brochée et KINDLE

#### **Contact auteur :**

[jeanmariehubert@me.com](mailto:jeanmariehubert@me.com)

[www.jeanmariehubert.fr](http://www.jeanmariehubert.fr)

