



## SALON LIGHTING HONG KONG, SESSION DE PRINTEMPS

# Pour l'amour du risque ?

**Le jeu fait partie intégrante de la culture hongkongaise. Il suffit pour cela de se rendre sur le magnifique hippodrome situé au cœur de la ville et constater de visu l'engouement incroyable des turfistes. L'ambiance électrique démontre le goût pour les paris d'une population de tous âges, de toute condition, qui vient non seulement pour s'amuser, mais surtout pour gagner.**

**E**st-ce le goût du risque qui fait avancer l'équipe de HKTDC lorsqu'elle décide d'organiser un nouveau salon, en pleine période de congés ? Nous nous sommes en effet posé la question. Car pour mettre en place une première édition, il est plus confortable et surtout moins risqué de procéder à un lancement lorsque la population locale n'a pas déserté le territoire. Mais c'est mal connaître la détermination des équipes organisatrices lorsqu'elles décident de mettre en place un événement, et le goût du

jeu et du risque qui s'y attache n'a rien à voir dans l'affaire. Le choix de la date a été la conséquence de décisions soigneusement calculées en fonction d'imprévables liés tout d'abord à un calendrier. Les « fenêtres de tir » propices auxancements se réduisent d'année en année à mesure que le portefeuille des salons proposés par HKTDC s'étoffe toujours plus chaque année. Les organisateurs sont donc confrontés en permanence à des choix et des arbitrages qui ne sont pas sans risques. Ceux-ci sont cependant parfaitement intégrés dans les têtes et tout est fait pour les minimiser ou du moins les atténuer au maximum.

concerné de plein fouet, et les salons de Hong Kong n'y ont pas échappé. Cependant, faut-il envisager qu'une catastrophe naturelle de ce type puisse ce reproduire fréquemment ? Il y a loin de la coupe aux lèvres.

Si nous avons pris cet exemple extrême, c'est tout d'abord parce que nous l'avons vécu en direct, mais aussi pour prouver parce que le risque zéro n'existe pas, pour reprendre la terminologie exacte de cette pauvre formule. Dans toute entreprise il existe des risques impossibles à maîtriser, et d'autres tout à fait gérables, qui font partie intégrante d'une activité professionnelle, quelle

luminaire qui fait autorité sur la zone Asie Pacifique. Les chiffres de l'édition de l'automne 2011 sont là pour en attester. En effet pas moins de 2 104 exposants ont présenté leurs nouveautés à plus de 33 000 acheteurs venus de 35 pays. Mais comme toute médaille a son revers, le salon s'est joué à guichets fermés, laissant un nombre toujours plus important d'exposants sur le carreau, en liste d'attente. Conscients depuis bien longtemps du problème, les organisateurs avaient proposé aux industriels malchanceux une deuxième chance au printemps, puisque parallèlement au salon de l'électronique, quelques halls



Toutefois la mise en place d'un salon, et son bon déroulement ne sera jamais sans comporter des impondérables que rien ne pourra jamais empêcher. Faut-il rappeler à cet effet, l'inraisemblable phénomène naturel qui bouleversa le monde au printemps 2010 en pleine saison haute des salons. Il se situait pourtant loin de Hong Kong quelque part, à l'extrême nord de l'Europe, au cœur des territoires perdus de l'Islande. Un volcan au nom imprononçable, dont nul ne soupçonnait l'existence, a bloqué l'intégralité du trafic aérien pendant une bonne dizaine de jours ! Cet événement a eu des conséquences évidemment. Un salon à vocation internationale est

qu'elle soit. C'est dans cette seconde catégorie que s'inscrit le pari tenté par HKTDC en organisant la première édition de printemps d'un salon professionnel dédié à l'éclairage.

### Aux grands maux les grands remèdes

Toutefois à bien y regarder de près ce pari n'avait rien d'insensé. Ce salon n'est pas parti de rien. Il est la conséquence de circonstances bien particulières. L'événement trouve ses fondements dans l'historique des salons de Hong Kong, puisqu'en automne se déroule une session dédiée à l'éclairage et au

avaient été réservés aux professionnels du luminaire et de l'éclairage. Le problème ne fût pas réglé pour autant dans son ensemble, puisque très vite, ces halls affichèrent complet, ce qui ne fit qu'ajouter des déceptions aux déceptions. C'est dans ce contexte qu'HKTDC a décidé d'employer les grands moyens, en organisant une véritable édition de printemps, autonome, dédiée aux professionnels du secteur, afin de ne plus traîner une liste d'attente qui ne faisait que grossir mais aussi de répondre à une véritable demande ce qui est plus surprenant. C'est oublier cependant, que le voisin chinois et notamment la province du Guangdong ne se trouvent



## Clin d'œil national

Les très élégantes lampes fabriquées à partir d'éléments naturels comme le bois et les branches d'arbre par la société O'thentique, basée à Bangkok, connaissent un grand succès en France selon Martin Filskov Olsen, son Président : « *Votre pays est notre plus gros marché potentiel. En ces temps de récession européenne, cela mérite d'être signalé, et le salon m'a permis de rencontrer bon nombre de vos compatriotes* ».

qu'à quelques kilomètres, et que l'industrie du luminaire y connaît un boom sans précédent, avec l'avènement des nouvelles technologies, et surtout celle de la LED dont nous reparlerons plus loin. Ce sont ces voisins qui ont frappé massivement à la porte, puisque sur les quelques 954 exposants, ceux-ci sont comptés pas moins de 732 ! Quant aux industriels et fabricants locaux, ils ont affiché le chiffre non moins respectable de 180 à présenter leurs nouveautés et innovations. Pour une première, force est de constater que les organisateurs ont réussi un joli coup, du moins en termes de nombre d'exposants.

### Concours d'obstacles

Quid donc du nombre de visiteurs, où le challenge s'avérait autrement délicat ? En effet, comme nous l'avons précisé plus haut, faute de disponibilités calendaires l'exposition a ouvert ses portes en pleine période de vacances, ce qui ne constitue pas la meilleure date pour un lancement. Pire encore, celui-ci s'est déroulé quelques jours seulement avant Light+ Building, le grand rendez-vous européen de Francfort. Dans ces conditions, c'est à un concours d'obstacles que s'est trouvée confrontée l'équipe HKTDC. Qu'à cela ne tienne, les organisateurs ont l'habitude des challenges, et celui-ci pas plus qu'un autre ne semblait insurmontable. Une fois de plus,

ils ont fourbi leurs armes qui ont tant de fois fait leurs preuves. A commencer bien sûr par des discussions et une coopération avec les organisations professionnelles du secteur afin de connaître et d'identifier la demande, au-delà du problème des listes d'attentes. HKTDC a toujours fonctionné sur ce mode et, plus que jamais, les organisateurs se sont appuyés sur l'avis de ces associations afin de vérifier le bien-fondé de l'opération. Ensuite, la parfaite connaissance du secteur a permis de mettre en place une stratégie marketing et une politique de recrutement adaptée à l'événement, sa dimension et ses objectifs. Enfin, l'armada des missions d'achat s'est mise en branle pour prêcher la bonne parole. Celles-ci ont une fois de plus été entendues puisque 52 missions d'achat issues de 47 pays ont permis de recruter pas moins de 3 315 acheteurs attachés à 2 364 sociétés. Ce résultat prouve une fois de plus l'efficacité absolue de ce type de recrutement. Inaugurer un salon avec plus de 3 000 acheteurs, facilite l'existence. Toujours est-il que cela ne suffit pas à en faire, un succès. Il a donc fallu compter sur les visiteurs qui ont fait le déplacement et qui se sont comptés en final au nombre tout à fait respectable de 15 200. Ces chiffres prouvent que le pari des organisateurs n'avait rien d'hasardeux. Certes, l'heure n'est pas au triomphalisme, il reste du chemin à parcourir pour que la

session de printemps se hisse au niveau de celle d'automne. Quoi qu'il en soit, le nombre d'exposants laisse à penser que la montée en puissance devrait s'effectuer de façon assez rapide, si l'on compare ces résultats à ceux de l'édition 2011. Même si tout ceci se doit d'être tempéré, puisque celle-ci, rappelons-le, se déroulait au sein du salon Electronics. Toujours est-il qu'ils étaient 450 l'an passé, pour le double cette année. Ces chiffres sont plus qu'encourageants, surtout lorsque l'on connaît le contexte. L'an prochain, Light+ building n'aura pas lieu, ce qui laisse inaugurer bien des opportunités, et l'occasion d'installer définitivement le rendez-vous de printemps comme une nouvelle date incontournable dans le portefeuille des salons de Hong Kong.

### Une offre très technique.

Faut-il bien s'en étonner, l'offre proposée était essentiellement technique. Le phénomène est provoqué par l'avènement de la LED qui bouleverse tout sur son passage. Au-delà des produits finis, un nombre important d'entreprises chinoises se sont engouffrées dans la fabrication des composants et fournissent l'essentiel de l'armada des exposants. Cependant, les mille et une possibilités fournies par cette technologie et celle de l'OLED font de l'éclairage un élément à part entière dans le domaine de la dé-

### 3 QUESTIONS À

*Johnny Wan, Senior exhibitions Manager HKTDC*

**Bricomag :** Une session d'avril, il fallait oser. Quelles leçons tirez-vous de cette première édition ?

**Johnny Wan :** Nous trouvons très injuste et à long terme malsain de laisser tant de gens à la porte, lors de la session d'automne. Nous avons bien créé à leur intention une session spécifique au cœur du salon Electronic qui s'est vite avérée trop petite. Il a bien fallu prendre une décision, d'autant que la demande était forte.



**Bricomag :** Votre offre décoration est quand même un peu pauvre...

**Johnny Wan :** Nous avons surtout voulu répondre à une demande des industriels impliqués dans la fabrication de produits LED, et même si cette technologie n'en est qu'à ses débuts, elle est en plein boom. Nous n'avons pas oublié la décoration, comme vous avez pu le constater, mais nous n'avons pas encore mis en place des animations spécifiques. Nous savons que cela s'impose. Laissez-nous encore un peu de temps. Ce n'est que la première édition, les choses vont évoluer rapidement.

**Bricomag :** Vous avez cumulé les handicaps avec les congés locaux et la proximité de Light+ Building. Pourquoi ce choix pour une première ? Ne pouviez-vous pas attendre l'année prochaine, où vous n'aviez pas à subir une telle concurrence ?

**Johnny Wan :** Nous ne pouvions plus attendre, car nous ne voulions plus de ces listes d'attente, et puis vous n'êtes pas sans savoir qu'en Asie tout va très vite. La demande est colossale. Il faut occuper le terrain. Quant à la concurrence de Light+ building, elle ne nous effraie pas plus que la concurrence d'autres salons dans le même secteur, également très puissants, situés très proches géographiquement, et organisés annuellement.

coration, même si lors de cette première session nous n'avons pas vu de réalisations spectaculaires dans ce domaine. Cependant, comme ce secteur est aussi est en pleine expansion, les fabricants et industriels de l'Empire du Milieu s'y sont clairement positionnés, via des marques destinées pour l'instant au gigantesque marché national, avec les choix esthétiques, techniques et des stratégies marketing spécifiques. Cependant, certaines d'entre elles affichent une vocation mondiale, à l'instar de deux très beaux fleurons de cette industrie qui devraient faire parler d'eux à brève échéance dans le Landerneau européen. Ils se nomment Civilight pour l'un et a déjà déployé ses ailes sur l'export à destination des professionnels aujourd'hui, en préparant une offensive multimarchés. Quant à Viribrigh, l'autre, il est également déjà présent sur de nombreux marchés mondiaux, possède un bureau à Londres, et son management très international s'apprête à s'attaquer au grand public du vieux continent. Affaire à suivre...

Si l'offre est majoritairement technique, le salon n'est en aucun cas un salon de composants. Elle se structure de la même façon que la session d'automne, avec ses secteurs de décoration intérieure et extérieure. Simplement, l'offre décoration n'a pas encore pris complètement pris ses marques et les organisateurs n'ont pas forcé le trait sur le secteur comme ils le font pour les sessions d'automne, via leurs multiples animations. Pour l'instant, ils ont posé les fondements d'une plateforme légitimée par la technologie. La suite ne devrait pas tarder.

Le rendez-vous de printemps n'a donc rien d'un bouche-trou pour exposants frustrés de la session d'automne. Il est le résultat d'une réflexion globale où l'idée-force est de faire de Hong Kong la référence absolue en matière d'éclairage et de luminaire sur la zone Asie Pacifique, à l'heure où la concurrence fourbit ses armes. HKTDC en tout cas possède de superbes atouts et pour savoir qui sera le gagnant à long terme, les paris sont ouverts...

*Philippe Méchin*

