

## European Press Conference

imm cologne 2018

6 September 2017, 11.00 a.m., The Hague, Zuidenstrandtheater

Comments by Gerald Böse, President and Chief Executive Officer of Koelnmesse on the occasion of the European press conference on 6 September 2017 in The Hague on the occasion of imm cologne 2018



imm cologne  
15.01.-21.01.2018  
[www.imm-cologne.com](http://www.imm-cologne.com)

Mesdames et Messieurs,

En 2018 également, imm cologne peut afficher de bons chiffres car la surface d'exposition déjà réservée dépasse toutes nos attentes. Comparée à la même période de 2016, la croissance globale est à deux chiffres, aussi bien en ce qui concerne le nombre d'exposants que la surface de présentation réservée.

L'augmentation à deux chiffres du pourcentage d'exposants étrangers, inscrits au salon, est le moteur de cette évolution. Concrètement, cela signifie qu'en plus des nombreux exposants des années précédentes, qui seront également présents en 2018, ceux d'Europe de l'Est et d'Europe du Sud-Est, notamment de Pologne, de Grèce et de Turquie, s'intéressent nettement plus à la manifestation. Les entreprises de meubles d'Europe du Sud apprécient elles aussi le marché allemand, d'où l'augmentation à deux chiffres du nombre d'exposants italiens, espagnols et portugais. Par ailleurs, les exposants américains sont eux aussi plus nombreux. Au total, plus de 1200 exposants sont attendus à Cologne, dont 70 % d'étrangers.

Avec Pure Architects, qui perpétue LivingInteriors sous une forme plus aboutie, nous mettons en scène, sous leurs nombreuses facettes, différentes gammes de produits pour les sols, les murs ainsi que les plafonds. Nous complétons ainsi notre assortiment de base que constituent les meubles par trois importants domaines partiels et créons pour les architectes, les designers, les concepteurs, les décorateurs d'intérieurs et les consommateurs des espaces mis en scène de manière innovante. En 2018, ce segment mettra l'accent sur la salle de bains et la maison intelligente ou Smart Home.

Le focus sera mis également sur la lumière. Un luminaire est aujourd'hui bien plus qu'une source lumineuse. Bien mise en scène et en liaison avec une technique adéquate, la lumière peut architecturer des pièces et y créer l'atmosphère voulue. Une raison suffisante pour accorder à ce thème suffisamment de place. Des

luminaires décoratifs aux systèmes d'éclairage en passant par la commande numérique de l'éclairage, la lumière sera présentée « en live » et sous toutes ses facettes aux visiteurs du salon. En la personne de Lucie Koldova que, bien entendu, je salue moi aussi, nous avons trouvé une merveilleuse designer lumière pour notre projet « Das Haus ». Avec la distinction opérée entre lumière décorative dans le cadre de Pure Editions et lumière technique dans le cadre de Pure Architects, qui est l'illustration d'un nouveau concept, nous continuons avec détermination à faire d'imm cologne un salon global de l'aménagement et de la décoration.

Environ 8 pour cent des meubles sont commercialisés aujourd'hui via des plateformes ou des distributeurs en ligne. À la recherche de nouvelles idées d'aménagement et de décoration, les consommateurs se documentent aujourd'hui aussi bien en ligne que hors ligne. La question que nous nous posons en tant que société organisatrice de salons est la suivante : qu'est-ce que cela signifie pour imm cologne ?

L'importance croissante des plateformes en ligne et la numérisation de la société signifient pour nous, en tant que société organisatrice de salons, et pour imm cologne, marque traditionnelle servant de référence, que nous devons adapter nos concepts de manière correspondante. Depuis longtemps, notre activité ne consiste plus, en premier lieu, à louer aux exposants la plus grande surface de présentation possible. Il ne suffit plus de faire venir à leurs stands, d'une année sur l'autre, davantage de visiteurs. Les contacts d'affaires, qui génèrent des opérations commerciales, sont décisifs et, en dernier ressort, nous devons vendre bien plus d'émotions pour que l'ambiance soit positive au sein de la branche. Qu'est-ce que cela signifie pour l'avenir d'un salon comme imm cologne ? Il est important pour nous de créer une expérience de marque cohérente. L'expérience des visiteurs détermine de plus en plus la façon dont une marque est perçue et pour nous c'est l'un des critères les plus importants pour nous démarquer de nos concurrents. À l'avenir, la numérisation interviendra davantage dans cette expérience de la marque imm cologne.

Nos points de contact sont actuellement le site officiel du salon et des microsites, nos canaux de médias sociaux et nos blogs, les réseaux d'affaires comme ambista, le matchmaking lors de l'enregistrement des visiteurs, la billetterie en ligne via l'application Fair Mate ou encore le lead tracking numérique. Nous misons sur le lead tracking numérique pour comprendre auprès de qui se rend un visiteur durant le salon. Un guidage numérique et des informations également numériques pour les visiteurs nous aident à comprendre ce qui est important pour ces derniers. Grâce au lead tracking et à notre étroite collaboration avec les exposants, nous sommes en

mesure de déterminer, avant le déroulement du prochain imm cologne, si un visiteur sera présent également à cette nouvelle édition. Le « Customer Journey », à savoir le voyage de ceux qui se rendent au salon, qu'ils soient exposants, clients professionnels ou particuliers, commencera bien avant l'ouverture des portes de la manifestation. La venue au salon en soi met fin à la première partie de ce voyage et ouvre des possibilités supplémentaires en ce qui concerne la deuxième partie, celle-ci étant consécutive au déroulement du salon. En bref, le Customer Journey nous permet de mieux connaître les visiteurs. La numérisation ne nous offre pas seulement, à nous organisateurs de salons, d'autres options de communication. Elle nous donne aussi la possibilité de privilégier une démarche orientée service et de soutenir les initiatives des exposants pour promouvoir la distribution.

Comment voulons-nous y parvenir ? Les services susmentionnés deviennent possibles à fournir, lorsqu'en amont d'une manifestation, on cerne le profil d'un visiteur et ses intérêts en lui demandant de répondre à des questions structurelles. La numérisation nous donne une grande opportunité, celle de générer durablement avec nos clients de la valeur ajoutée. En tant que maillon de la chaîne de création de valeur ajoutée, considérée dans son ensemble, nous pouvons, en notre qualité d'organisateur de salons et de partenaires de l'industrie, réunir les conditions pour y parvenir et contribuer de manière décisive à la réalisation de l'infrastructure industrielle - par la mise en place de systèmes intelligents. Qu'est-ce que cela signifie pour l'avenir ? Dès que les visiteurs pénètrent à l'intérieur du parc des expositions, leur appareil mobile se connecte à notre serveur de salon. Ils reçoivent un message d'accueil personnalisé avec des liens directs renvoyant aux principales manifestations qui correspondent à leurs intérêts, aux rencontres avec les médias, aux forums et conférences ainsi qu'aux nouveautés en matière de produits. Grâce à un plan numérique des halls, ils savent par ailleurs où trouver le top 10 des exposants qui ont retenu leur attention. Des iBeacons leur signalent les nouveautés. Tout est personnalisé et répond à leurs besoins spécifiques. En contrepartie, les exposants obtiennent des informations sur leur visite, sur leur participation à d'éventuels événements de presse, sur ce qu'ils aimeraient savoir au sujet des produits et ils peuvent leur proposer un rendez-vous dans les meilleurs délais.

En me référant à l'offre d'imm cologne 2018, j'aimerais illustrer mon propos par trois exemples. Le premier est notre plateforme numérique « ambista - The interior Design network ». Avec « ambista », nous avons créé un réseau d'affaires aux contenus pertinents pour le secteur global de l'aménagement et de la décoration. « ambista » est une pure plateforme B2B qui permet à l'ensemble de la branche d'établir toute l'année des contacts d'affaires et d'en assurer le suivi. Ce réseau comporte déjà plus de 3 000 participants et plus de 10 000 produits. Avec ambista,

les entreprises ont la possibilité de définir leur profil et de présenter leurs produits et leurs prestations de services. Un moteur de recherche permet aux utilisateurs de trouver facilement d'autres membres, des thèmes et des entreprises. Des contenus spécifiques complètent le profil des entreprises et sont censés informer, inspirer et stimuler les échanges.

Avec la maison intelligente ou Smart Home dont ce sera la troisième présentation l'année prochaine, nous nous focalisons sur un thème d'avenir absolu. Si aujourd'hui nous sommes tous fascinés par les possibilités techniques qui nous sont offertes par les solutions intelligentes, à l'avenir, le ménagement des ressources ou les chances que représente la maison intelligente dans une société vieillissante passeront au premier plan.

Ou prenons notre nouveau et « intelligent » concept TOUCH by IMM. En tant que présentation complémentaire symbolisant la corrélation numérique entre information et achat, TOUCH s'adresse aussi bien aux visiteurs professionnels qu'aux consommateurs et permet également d'accéder à de nouveaux circuits de distribution numériques. Toucher un meuble, un geste traditionnel auquel se substituera celui qui consiste à toucher un écran - et c'est ce changement que nous annonçons. TOUCH désigne la transformation numérique qui se traduit par une nouvelle façon de procéder, de l'information jusqu'à l'achat.

Nous sommes donc très heureux d'accueillir parmi les exposants à imm cologne 2018, sous le thème « get in touch », la société OTTO GmbH & Co KG. Avec son site OTTO.de, c'est l'une des plus grandes enseignes de meubles sur Internet.

Comme troisième exemple, j'aimerais évoquer le marketing d'influence au salon. C'est ainsi que des plateformes comme Facebook et Youtube représentent nettement plus d'influenceurs et de possibilités que les autres canaux classiques. Entre-temps, un Allemand sur onze est considéré comme un influenceur qui, par ses commentaires et ses avis, influence les leaders d'opinion sur les réseaux sociaux. Selon des études, la plupart des consommateurs se fient davantage aux appréciations d'autres personnes sur la Toile qu'aux messages publicitaires des entreprises. C'est là qu'intervient le marketing d'influence. Les consommateurs considèrent que les blogueurs et les youtubers sont crédibles. Voilà pourquoi ils sont tout désignés pour être les ambassadeurs de nouveaux produits et services. Nous avons trouvé en Sally, avec son blog « Sallys Welt », une spécialiste absolue pour braquer les projecteurs sur LivingKitchen. Plus de 990 000 abonnés et plus de 190 millions de visionnages de vidéos témoignent de l'enthousiasme que la jeune enseignante suscite auprès des internautes. Dans les années à venir, nous voulons nettement développer ce genre de coopérations. Nous offrirons ainsi aux exposants

de nouvelles opportunités en leur donnant la possibilité d'utiliser des canaux d'affaires modernes.

Page  
5/5

Mesdames et Messieurs, une proportion de visiteurs, en forte augmentation, appartient maintenant à ce qu'il est convenu d'appeler « la génération Y ». Les journées grand public précisément, nous accueillons beaucoup de jeunes gens, amateurs de design, qui, à imm cologne, cherchent l'inspiration pour eux, pour leur cadre de vie et pour leurs followers sur les réseaux sociaux. Pour ceux que l'on appelle les « digital natives », l'utilisation quotidienne de la communication mobile et de réseaux sociaux est depuis longtemps une évidence, pas seulement dans leur sphère privée mais aussi dans leur environnement professionnel. Pour eux, le monde en ligne et le monde hors ligne n'en font désormais plus qu'un. Ils postent, tweetent, likent et partagent en quelques clics et cherchent un salon qui les soutient dans leur comportement de consommateurs média. Et c'est à cette attente que Koelnmesse entend répondre à l'avenir. Pour « la génération Y » qui a grandi avec Internet, l'équivalent du catalogue de vente par correspondance d'autrefois, c'est son compte Instagram ou encore son profil Facebook, son propre blog lifestyle et son application. Son compte est un album de photos avec de multiples souhaits et inspirations divulgués et partagés avec enthousiasme dans le monde entier. À l'avenir, il sera important de faire en sorte que ces visiteurs s'enthousiasment pour notre salon. C'est notre objectif majeur d'ici 2019.

Status: September 2017  
Initials: 2912-Maj