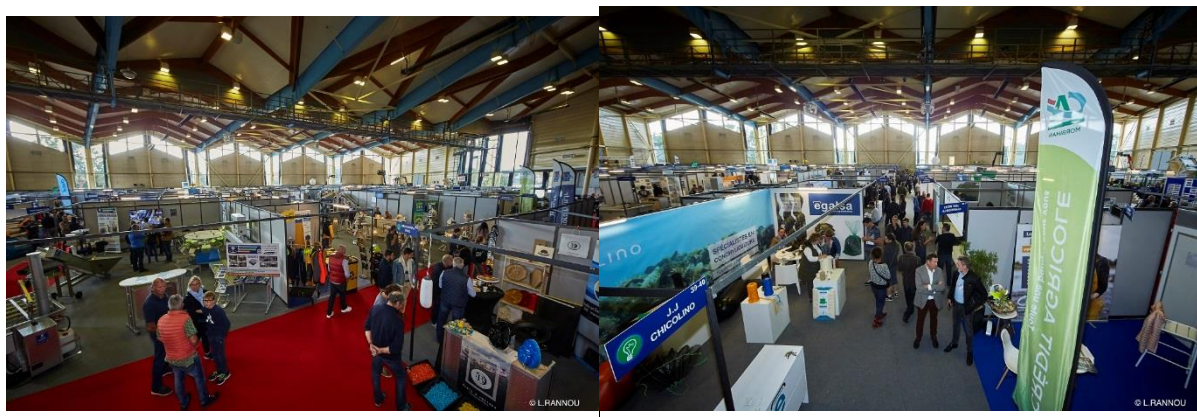


Bilan salon



L'INNOVATION, VECTEUR DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE DURABLE

La 35^{ème} édition du Salon National de la Conchyliculture et des Cultures Marines de Vannes a eu lieu les 09 et 10 octobre 2019 au Parc des Expositions Chorus.

Ce salon est le **premier rendez-vous national pour la filière conchylicole organisé** par le Chorus – Parc des expositions de Vannes, filiale du groupe GL Events, en **collaboration étroite avec le comité d'organisation** constitué des principaux partenaires : *Comité Régional de la Conchyliculture de Bretagne Sud, le Conseil départemental du Morbihan, la Région Bretagne, le Crédit Maritime, la Coopérative Maritime, le Pôle Mer Bretagne Atlantique et FranceAgriMer.* Le Comité National de la Conchyliculture qui nous a rejoint en 2018 s'est davantage impliqué sur le programme des conférences et tables rondes et a pu mobiliser ses différents réseaux et contacts afin de favoriser l'ouverture du salon à l'Europe.

Une édition 2019 toujours placée sous le signe de l'innovation pour aider et accompagner la profession !

La thématique centrale aux couleurs de l'europe : « L'innovation, vecteur de développement économique durable pour le secteur de l'aquaculture et des cultures marines en France et en Europe ».

Le comité d'organisation pérennise sa volonté de mettre l'accent sur le développement économique des entreprises et de la filière dans le cadre d'un environnement maîtrisé. Cet axe central induit une volonté d'accompagner la filière vers de nouveaux questionnements et perspectives au sein de la

Une organisation CHORUS s.a.

profession (innovation, mise en marchés, organisation, développement durable, économies d'énergies, diversification, aides financières...)

Le salon s'est articulé au travers de trois pôles :

- ✓ **Un Pôle central innovation**
- ✓ **Une valorisation des entreprises qui présenteront leurs innovations et nouveautés en aquaculture, algoculture et pisciculture.**
- ✓ **Un pôle écologie, environnement et gestion des déchets**, qui met en avant les nouveautés dans ces domaines et qui sensibilise les entreprises de la filière aux nouvelles problématiques liées à la préservation de l'environnement. **Ce secteur d'activité a fait l'objet de 2 reportages TV.**

Programme des ateliers et conférences

Le programme des ateliers et conférences dédié en partie aux dynamiques, perspectives et accompagnements de la profession à l'échelle européenne a été apprécié par plus de **30 %** des visiteurs professionnels sans compter les étudiants qui ont été très présents dans la salle de conférence.

Les focus sur l'écologie comme la valorisation et transformation des déchets, de produits et matériels non polluants, sont aussi déclinés depuis quelques années sur le pôle innovation. Cette année encore, l'accent a été mis sur le développement durable de l'activité avec 1 atelier dédié au secteur conchylicole dans une logique de développement durable notamment sur la recherche sur les matériels plastiques biosourcés et biodégradables avec la présentation de différents projets.



Les exposants et les secteurs d'activité

L'offre du salon s'est étoffée avec **ses 93 exposants dont 33 nouvelles entreprises** qui ont présenté leurs offres et services dans **18 secteurs d'activité. 47 % sont bretonnes dont 79 % sont morbihannaises.** On remarque que le **secteur écologie, environnement, gestion et valorisation des déchets** a mobilisé près de 10 exposants **ainsi que le secteur Enseignement, Formation, Travail, Social et Prévention.** Ces activités illustrent les thématiques que nous développons et sont en adéquation avec l'actualité, la préoccupation de la profession et de son devenir. A **noter le développement de la pisciculture** avec la présence remarquée de la FFA et de matériels et fournitures présentées par quelques entreprises, secteur à valoriser, ainsi que **l'algoculture en lien avec les perspectives de diversification de la profession. Ces nouvelles potentialités ont fait l'objet d'un atelier.**

Une organisation CHORUS s.a.





Les exposants (synthèse enquête de satisfaction par mail) et suite échanges téléphoniques après salon soit 40 réponses

Les exposants sont **satisfaits à hauteur de 100 % de leur participation et du salon et 90% veulent revenir en 2020**. La majorité est satisfaite de la fréquentation soit 60 % , curieusement les non- satisfaits et très satisfaits se partagent les 40 % restants. Unaniment, tous ont souligné la qualité du visitorat ciblé et la venue plus importante des étrangers qui ont suppléé à une légère baisse de la fréquentation. Leur participation est à 91 % motivée par les prises de contacts, les rencontres et échanges. 65% des exposants veulent se faire connaître et 46% participent pour vendre leurs produits, services...

La communication digitale utilisée via nos supports com mises à leur disposition, le site, les newsletter... et appréciée à hauteur de 73% , cependant 55% des exposants veulent continuer à utiliser et distribuer des invitations papier. D'une manière générale la communication du salon satisfait 93% de nos exposants.

3 thématiques sont suggérées pour 2020 : Gestion des déchets, les sigles officiels de qualité, économie des cultures marines.

De même, développer l'ouverture du salon à l'international est fortement demandée par les exposants afin de rencontrer davantage de visiteurs des différents secteurs concernés. Les exposants italiens et espagnols présents sur le salon sont demandeurs pour développer la clientèle de la mytiliculture.

Les visiteurs

Les **exposants présents** ont pu rencontrer sur les deux jours **1 560 professionnels qualifiés** porteurs de projets et de perspectives d'affaires concrètes. C'est une estimation car certains visiteurs sont venus à plusieurs reprises (près de 20 %) et les groupes d'étudiants ont été plus présents cette année notamment lors des ateliers/conférences. **La fréquentation des ostréiculteurs/conchyliculteurs reste majoritaire avec ses 47%. On remarque une présence plus identifiée des mytiliculteurs, pisciculteur et pêcheurs soit 12 %**. Force est de constater que le salon intéresse une plus grande diversité de visiteurs dont certains n'étaient pas identifiés jusqu'alors comme les collectivités et administrations, **les mareyeurs, commerce de gros et équipementiers. Les visiteurs bretons représentent 66 % de la fréquentation**. Nous avons remarqué une augmentation du visitorat des départements limitrophes, notamment la Vendée et la Loire Atlantique. La Charente maritime et la Manche ont été bien représentées sur cette édition. **On a remarqué une légère baisse de la fréquentation, dates trop tardives, mauvaise saison pour certains...**

Une organisation CHORUS s.a.





Plus de 66 % des visiteurs interrogés viennent pour rencontrer les professionnels, découvrir les produits et prendre des contacts. **99% des visiteurs sont satisfaits du salon qui a répondu à leurs attentes.** Les suggestions sur les améliorations quantitatives et qualitatives sont minimales. **Une demande est récurrente : internationaliser le salon, augmenter le nombre d'exposants et producteurs étrangers.** Il a été suggéré de créer des espaces dédiés : à la recherche appliquée, au recrutement (job dating). **La fréquentation des visiteurs internationaux est remarquable cette année avec plus de 11 nationalités différentes identifiés soit 59 visiteurs étrangers (Nouméa, Pays-Bas, Irlande, Algérie, Angleterre, Belgique, Tunisie, Espagne, Portugal, Belgique, Pays bas, Italie.....)**

Le salon a fermé ses portes sur un **bilan et un climat d'affaires positifs et dynamiques**, salués par les visiteurs, (99% de satisfaits) exposants et partenaires. Tous ont constaté **une évolution qualitative** de la fréquentation des **visiteurs notamment des internationaux** mais aussi de la **participation** et de la **diversité des exposants** qui, pour beaucoup ont présenté des innovations et nouveautés.

Le bilan en vidéo ! Merci de consulter ce lien ci-dessous.

Voici la Vidéo du salon 2019 <https://vimeo.com/367984171>

La prochaine édition aura lieu les 23 et 24 septembre 2020

Une organisation CHORUS s.a.



PERSPECTIVES 2020 AXES DE DEVELOPPEMENT

l'internationalisation du salon sera proportionnelle au développement de l'offre : avec l'augmentation du nombre des exposants étrangers et de la demande : avec un accroissement de la fréquentation des visiteurs internationaux. N'oublions pas de préciser **que ce salon est le seul en France et en Europe à présenter une offre aussi complète et diversifiée avec ses 18 secteurs d'activité**

Moyens nécessaires : le faire savoir afin de développer l'offre et la demande

- **Presse spécialisée étrangère** : recenser les médias et mettre en place en amont un plan de communication plus européen avec partenariats et insertions publicitaires
- Traducrice et documents anglais : revoir avec la société Amanda Grey Formation une collaboration en amont et pendant le salon
- Implication des partenaires européens et des exposants étrangers, en terme de relais et de contacts à donner.
- Création d'un nouveau site Conchyliculture qui va permettre de se repenser l'arborescence en favorisant l'accès, l'utilisation des données commerciales, informatives en anglais. Newsletter et kit communication en anglais.

la configuration du salon pour plusieurs raisons

- 1) Le hall A devient trop petit
- 2) Espace Restaurant et office traiteur sont à agrandir, créer un autre espace traiteur avec prestations de haute gamme pour déjeuners d'affaires et VIP
- 3) Développer l'offre à l'international va générer une augmentation du nombre des exposants

Suggestions

- **Planter le salon sur les 2 halls** avec dans le petit hall (hall B) une infrastructure d'accueil plus adaptée. L'entrée et la sortie s'effectueraient par ce hall. Le gros matériel serait exposé dans ce hall avec quelques écloséries et autres secteurs d'activité et un autre espace restaurant Le grand hall A sera repensé

Communication visiteurs nationaux

- 1) Plus communiquer vers les zones conchyliques concernées et impliquer davantage en amont les différents CRC. A priori les professionnels de la Bretagne Nord n'étaient pas suffisamment informés
- 2) Mobiliser et identifier le secteur de la mytiliculture à la demande des exposants nous avons des exposants concernés
- 3) Positionnement de la FFA ?
- 4) les mareyeurs et les pêcheurs sont des visiteurs en augmentation comment les mobiliser ?

Une organisation CHORUS s.a.

