Salon IFA

De l'ambition

Interview

L'IFA devient un salon de plus en plus important pour l'électronique grand public et s'ouvre cette année pour la première fois à l'électroménager. Les ambitions sont fortes, notamment sur l'internationalisation du salon berlinois. L'édition 2008 de l'IFA s'est tenue du 29 août au 3 septembre à Berlin.

par Stéphane Kauffmann

Entretien avec

Jens Heithecker

Commissaire général

JDLI : Pensez-vous être devenu un salon international à part entière ?

Jens Heithecker : Nous sommes l'un des deux salons mondiaux de l'électronique grand public. L'IFA est celui du marché européen. Avec 100 000 visiteurs professionnels dont un quart étrangers, l'IFA est le premier événement professionnel du secteur. La première langue du salon est l'anglais et nos visiteurs internationaux disposent d'un accueil et d'un site Internet en neuf autres langues. Sur les stands des exposants, chaque filiale européenne est représentée. Les revendeurs et les acheteurs de tous les pays trouvent donc les partenaires dont ils ont besoin. Pour la France, nous avons recensé 140 000 visiteurs professionnels l'année dernière et nous en attendons encore davantage cette année.

Comment comptez-vous augmenter l'intérêt que la France porte à l'événement ?

La France est un marché crucial pour l'Europe, à la fois par son volume de marché comme par sa position géographique. Le nombre de visiteurs et d'exposants français est en hausse et nous voulons absolument maintenir cette tendance. L'arrivée des produits blancs à l'IFA devrait y contribuer car la France est très présente sur ce secteur. Par ailleurs, nous mettons tout en œuvre pour que la visite professionnelle soit la plus efficace possible. Nous accueillons le visiteur professionnel international dans un espace dédié qui ouvre ses portes avant le salon et où nous offrons le petit déjeuner ainsi qu'un accès à Internet.

Quelle est la motivation professionnelle d'une visite à l'IFA ? Des informations sur les produits à venir, des affaires à conclure, de nouveaux clients ?

La date de l'IFA est stratégique pour le secteur, notamment pour préparer les ventes de fin d'année. Le professionnel peut se renseigner sur les nouveautés mais surtout compléter ses commandes pour cette période cruciale. Pour le marché allemand, l'IFA est un salon de commande et de comparaison sur lequel beaucoup d'ordres directs sont passés. Par la taille du salon et des stands, l'intégralité de l'offre est présente. C'est donc bien plus efficace que des rencontres individuelles. L'année dernière, le volume global des commandes s'est élevé à 2,75 milliards d'euros.

Quelles sont les nouveautés et les chiffres attendus pour cette édition ?

Sony est revenu à l'IFA et occupe un très grand hall, le 4.2. C'est un des plus grands exposants du salon. Les espaces internationaux, qui regroupent les petits exposants par pays, sont déplacés dans des halls temporaires car du 1 au 6, c'est l'électroménager qui fait son entrée à l'IFA. Tous les grands acteurs du blanc sont présents sur 30 000 m². Cette année, nous pensons avoir atteint environ 120 000 m² de surface d'exposition au total. Le GPS renforce également sa présence avec davantage d'espace et un hall dédié, le 9.

En hi-tech, le focus porte surtout sur l'image et le son. Quelles sont vos ambitions sur l'informatique, la photo, le jeu vidéo et les télécom ?

Nous parlons électronique au sens le plus large soit tous les appareils, services et contenus pour les consommateurs privés. L'IFA veut montrer tout le spectre de l'offre en rayon d'un magasin multi-spécialiste. Cela inclut le brun, le blanc et l'IT. L'idée est de proposer à l'IFA l'intégralité de l'offre que doit proposer un revendeur. En informatique, les exposants sont très nombreux et les géants de l'électronique viennent avec leur division IT. Les fabricants taïwanais disposent d'un hall dédié qui montre tout le spectre de leur offre. La photo et la téléphonie mobile sont également très représentées en particulier chez ceux, majoritaires, qui ont une offre couvrant aussi toute l'électronique grand public.

Quelles sont les principales qualités du salon IFA ?

Pour l'électronique grand public, c'est le salon le plus prestigieux avec des services très étendus pour les visiteurs professionnels. La couverture médiatique est exceptionnelle mais sur les stands, le professionnel est accueilli le plus souvent dans un espace privé fermé au public. Par ailleurs, Berlin est une ville très attractive située au cœur de l'Europe et qui établit un lien parfait entre l'est et l'ouest pour les nouveaux enjeux de notre espace communautaire.