

EUROFINISH 2017: exposant et visiteur occupent une place centrale!



Le 11 mai 2017 peu avant 18h00, le Brabant de Louvain a fermé ses portes après avoir été pendant 2 jours le lieu de rendez-vous d'EUROFINISH, le salon professionnel bisannuel du traitement de surface, une initiative de VOM asbl. Voici un résumé des impressions.

102 entreprises et organisations exposantes et plus de 1600 professionnels se souviendront de cette belle édition où la qualité a clairement pris le pas sur la quantité et ceci sur tous les fronts: organisation, nombre de visiteurs, offre, innovations, concept, service, etc. La structure unique du salon a assuré une cohésion et une interaction maximale entre l'exposant et le visiteur. La nouvelle conception, complétée par des espaces lounge, des démonstrations et des innovations répartis sur l'ensemble du salon a inspiré le réseautage et la créativité.

La simplicité en matière de construction du stand représente des coûts inférieurs

pour les exposants et permet un montage et démontage plus aisé. «Contrairement à d'autres salons professionnels, le montage et le démontage d'EUROFINISH ont été un jeu d'enfant grâce à l'accès aisé au hall d'exposition», affirme Herman Bertier, chef d'entreprise de HS Protect et nouveau participant au salon EUROFINISH. «Ajoutez à cela les contacts que nous avons noués avec des clients potentiels, et vous comprendrez que pour nous le salon est une réussite». A noter également que les stands ne sont plus occupés par des installations bruyantes et que l'exposant choisit d'exposer des photos et visuels complétés par des échantillons finis. L'expérience et l'expertise du personnel présent sur le stand convainc suffisamment le client. Voilà précisément l'atout d'un salon professionnel qui offre une plus-value par rapport au monde numérique.

Les visiteurs se sont sentis très à l'aise avec cette formule all-in proposant tout au long de la journée un service de restauration gratuit. «Je suis ébahi par l'atmosphère cha-

leureuse et conviviale qui permet aux exposants et aux visiteurs de se rencontrer de manière informelle. L'offre de ce salon m'a vraiment fasciné et surpris, même si plusieurs exposants viennent régulièrement dans notre entreprise!», témoigne Philip Hilven d'ALURAL.

En sondant nos exposants lors du salon, il semble qu'ils considèrent EUROFINISH comme un salon très utile et efficace. Certains exposants affirment que les premières commandes sont arrivées, d'autres misaient sur un nombre de visiteurs plus élevé.

Les zones DEMO formaient le pôle d'attraction du salon. Sept entreprises et cinq universités ont démontré, pendant 2 jours, comment des découvertes scientifiques peuvent prendre la forme de solutions concrètes et durables, prêtes à conquérir avec succès le marché!

Le jumelage avec l'«Aankopersbeurs» d'AGORIA ainsi que les intéressants séminaires proposés par les organisations ATIPIC, BELVAC, FMB et par les entreprises AD Chemicals et Weert Groep ont assuré une pollinisation croisée idéale et initié de nouveaux partenariats. Plus de 250 visiteurs ont pris part à ces événements.

«EUROFINISH répond aux attentes d'un salon de niche qualitatif», affirme Veerle Fincken, program manager VOM. «Le concept du salon est audacieux et original et grâce à la confiance et la collaboration de nos exposants et partenaires, la réussite a été au rendez-vous. Ce qui nous occupera en particulier dans les prochains mois, c'est de savoir comment à l'avenir fournir des informations techniques à un marché local en contraction caractérisé par une charge de travail en augmentation. Les avis des exposants et des visiteurs sont les bienvenus.»