

L'Allemagne à la croisée des transitions : une opportunité pour les salons français

Après deux années de récession, l'Allemagne renoue timidement avec la croissance. Cette reprise s'inscrit toutefois dans un contexte de transformations structurelles profondes qui redéfinissent son modèle économique et ouvrent de nouvelles opportunités pour les acteurs européens, notamment dans le secteur des salons professionnels.

L'économie allemande face aux 3 grandes transformations

1. **Le modèle industriel basé sur les exportations** est mis à l'épreuve. La demande mondiale reste instable, la concurrence internationale — notamment chinoise — s'intensifie et les chaînes de valeur se recomposent. Les entreprises allemandes cherchent à diversifier leurs partenariats, par exemple à travers l'accord du Mercosur, à sécuriser leurs approvisionnements, en particulier énergétiques, et à trouver de nouveaux relais de croissance en Europe.
2. **La transition écologique** constitue un deuxième défi majeur. L'objectif de neutralité carbone à l'horizon 2045 génère des coûts importants à court terme; mais stimule l'innovation, dans les technologies vertes, l'efficacité énergétique et l'économie circulaire.
3. **La révolution algorithmique et l'essor de l'IA** redessinent les modèles de compétitivité. L'Allemagne se voit contrainte d'accélérer la digitalisation de son industrie et de rattraper son retard.

Face à ces transformations majeures, l'Allemagne a changé de doctrine en assouplissant le principe du non-endettement et en décidant de soutenir massivement les investissements dans les infrastructures.

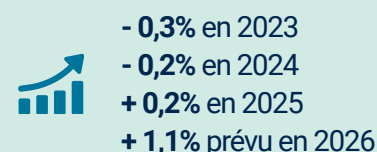
Une opportunité majeure pour les salons français

Dans ce contexte de transformation, les salons français disposent d'un potentiel important pour attirer des acheteurs allemands. **Les entreprises d'outre-Rhin sont en quête de solutions innovantes, de partenaires et de nouvelles opportunités**, notamment dans les domaines de l'énergie, du numérique, de l'industrie du futur et des technologies durables.

La France peut s'appuyer sur son écosystème d'innovation, la qualité de ses exposants et la proximité géographique **pour proposer des salons à forte valeur ajoutée**. Des formats B2B ciblés, une communication adaptée au marché allemand et des coopérations renforcées avec les réseaux économiques germaniques constituent des leviers clés pour capter cette demande.

Chiffres clés

Taux de croissance du PIB :



Soutien des investissements :

- **500** milliards d'euros sur dix ans pour financer les infrastructures, la transition énergétique et la numérisation
- Plan d'investissement public-privé de **631** milliards d'euros, « Made for Germany », pour accélérer la croissance d'ici 2028
- Investissements renforcés dans **l'industrie de la défense**



3,4 millions d'entreprises



3 **ème** économie mondiale

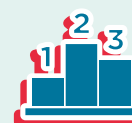


84 millions d'habitants



1 **er** partenaire commercial de la France

Participation allemande sur les salons français



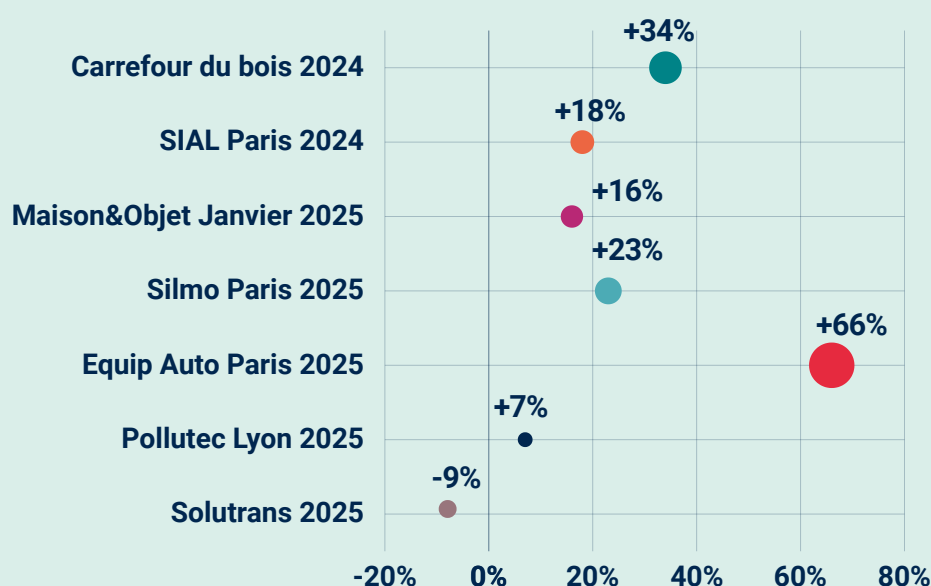
3ème rang des visiteurs*

4ème rang des exposants*

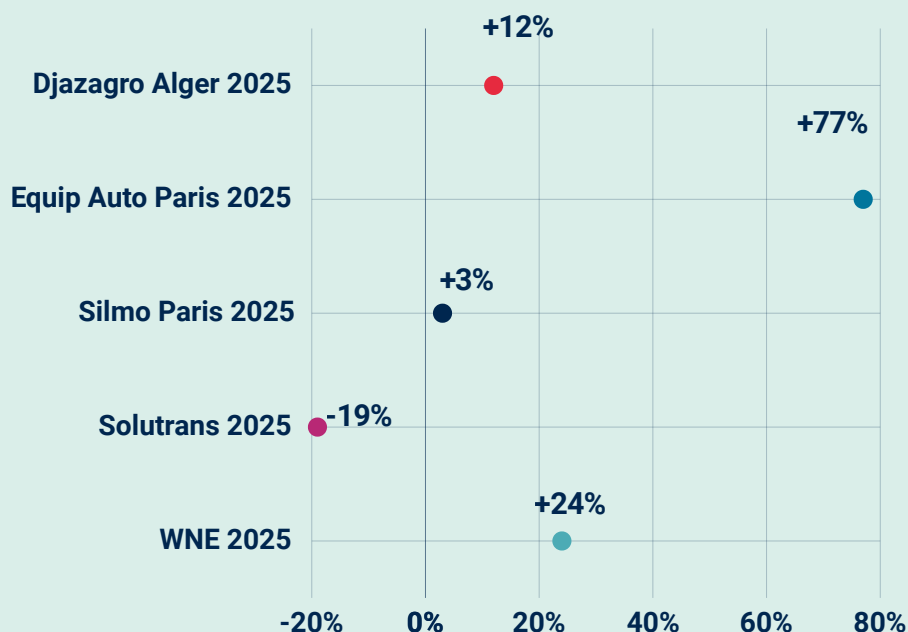
Une évolution positive de la fréquentation allemande sur les salons français

La délégation Promosalons Allemagne a obtenu de bons résultats sur les salons sur lesquels elle a collaboré, aussi bien en promotion visiteurs qu'en recherche exposants. La fréquentation allemande a réellement augmenté sur la dernière édition par rapport à l'édition précédente, dépassant même sur certains salons la période pré-Covid (Carrefour du bois et Equip Auto).

Evolution des visiteurs allemands sur les dernières sessions



Evolution de la surface des exposants allemands sur les dernières sessions



Missions récentes réussies

Dans le cadre d'un partenariat avec le ZVA (Association principale des opticiens allemands), Promosalons Allemagne a accompagné, lors de la dernière édition du **SILMO**, une délégation d'une quinzaine d'opticiens allemands. Les acheteurs ainsi que les responsables de l'association ont particulièrement apprécié le programme proposé, comprenant **une visite guidée et un temps de networking**. Par ailleurs, un échange a pu être organisé entre le président du ZVA et le directeur du SILMO, Éric Lenoir.



L'expérience partagée avec **Maison&Objet** démontre une nouvelle fois combien il est stratégique d'investir dans le **marketing d'influence** et le développement de relations durables avec les prescripteurs du secteur.

Lors de la dernière édition, Promosalons Allemagne a accompagné son ambassadrice allemande, Corinna Kretschmar-Joehnk (JOI-Design), intervenante lors d'un talk organisé sur le salon. Les influenceuses et expertes en art de la table Gloria et Tini (Table Desires) étaient également présentes, tout comme Louisa Verch et Josephine Seidel-Leuteritz, fondatrices de l'association Women in Furniture.



La reconduction de ces partenariats et leur intégration dans la stratégie globale du salon permettent de consolider durablement les relations avec les acteurs clés du marché allemand et de poursuivre efficacement les actions en faveur du rayonnement, du développement et du succès de Maison&Objet à l'international et notamment en Allemagne.

Sur la même session, Promosalons Allemagne a accompagné 25 membres du bdia (association allemande des architectes d'intérieur) lors d'un programme de visites dans Paris puis, bien entendu, sur le parc d'exposition pour découvrir la merveilleuse édition sous le thème "PAST REVEALS FUTURE".



“Une équipe de choc, qui propose toujours des actions innovantes, qui sont à l'écoute du marché et toujours en train de créer de nouveaux liens avec les acteurs clé du marché. Vraie force de proposition et une exécution exemplaire des actions, organisation parfaite de nos deux événements RTA et W&D. Un grand bravo car le marché allemand n'est pas des plus faciles avec les nombreux concurrents locaux et nos grandes ambitions concernant ce territoire.”

Maison&Objet, Paula Baulde-Portas, International Market Manager

Mieux connaître votre délégation



“

Parce que l'économie allemande doit réinventer son modèle, les industriels cherchent de nouveaux marchés et de nouvelles sources d'approvisionnement. A nous de leur montrer les opportunités qu'ils pourront trouver sur un salon français !”

Dominique Cherpin
Délégué

“

Ce qui me motive, c'est de mettre mon expertise en marketing stratégique et en communication interculturelle au service des salons français, et plus particulièrement de leurs visiteurs allemands. Il s'agit d'offrir un accès qualifié et pertinent aux événements et de faire de leur participation une expérience à forte valeur ajoutée.”

Salons : **ALLFORPACK Emballage Paris, EQUIP AUTO, EquipHotel, Expoprotection, INTERMAT, Maison&Objet, Paris Builders Show, Salon du Brasseur, SILMO, Sport Achat**



Eva Passmann
Responsable Marketing et Communication

“

Mon rôle est de créer des ponts entre les marchés allemand et français, en donnant aux professionnels allemands le désir de venir en France et d'y faire des affaires. Pour cela, il faut comprendre le marché allemand et savoir valoriser la spécificité de nos salons français.”

Salons : **ALLFORPACK Emballage Paris, EQUIP AUTO, Expoprotection, INTERMAT, Paris Builders Show, Pollutec / STEP, Salon du Brasseur, SIAL, SOLUTRANS**



Laurent Boltz
Chef de projet communication et marketing

“

Une métaphore que j'aime utiliser pour décrire mon métier : le couteau suisse. Entre stratégie, opérationnel, négociation et créativité, il est nécessaire de mobiliser ces expertises pour répondre à une mission centrale : représenter les salons B2B français en Allemagne.”

Salons : **Carrefour du Bois, EquipHotel, INTERMAT, Maison&Objet, SETT, SIAL, Sport Achat, Viva Technology, SILMO**



Yana Köpke
Cheffe de projet Communication et Marketing

Mieux connaître votre délégation



“

Que faisons-nous aujourd'hui et qu'allons-nous faire demain ? Le salon est un formidable point de rencontre entre dynamique économique et l'anticipation de sujets d'avenir. Ce qui est le plus excitant dans notre métier est l'échange avec nos partenaires et la confrontation de points de vue.”

Salons : **ALLFORPACK Emballage Paris, INTERMAT, SILMO, SPACE, SOLUTRANS, VINITECH-SIFEL**

Cyril Lemonnier
Responsable Fidélisation, Acquisition et Vente

“

Je suis ravie de rejoindre l'équipe de Promosalons en Allemagne et d'accompagner les entreprises allemandes dans leur développement sur les salons français internationaux. D'origine lituanienne et installée depuis de nombreuses années dans la région de Cologne, j'ai acquis une solide expérience commerciale dans un environnement franco-allemand. C'est avec enthousiasme que je contribue désormais au succès des salons français et à la création de nouvelles opportunités internationales. ”

Salons : **Djazagro, SIAL, Equip Auto, WNE, UAV Show**



Aiste Pilkauskaitė
Responsable commerciale



“

Mobilisée pour accompagner l'équipe et attentive aux enjeux budgétaires des organisateurs et de la délégation, je suis à l'écoute de tous les acteurs de notre métier passionnant dans un environnement franco-allemand.”

Catherine Ledit-Grützmann
Responsable de la Comptabilité/Administration



Sarah Bender
Responsable de projet Régie

Après 10 ans passés au sein de Promosalons Allemagne, Anaïs Daian a ouvert un nouveau chapitre de sa vie. Promosalons et toute l'équipe Allemagne la remercient sincèrement pour son investissement, sa contribution précieuse au développement de la délégation, et lui adressent tous leurs vœux de réussite personnelle et professionnelle.

