

ACTUALITÉS

Chanteurs de bancs au stand

Comment l'affichage dynamique sur les salons transforme 36 mètres carrés de moquette en un lieu où l'on veut rester

15 juin 2026, Tobias Engl



Sabine, 41 ans, travaille depuis dix ans dans le marketing B2B d'une PME de construction mécanique et a corrigé et remplacé à la dernière minute plus de présentoirs de table qu'elle ne l'aurait souhaité - y compris ce matin où, à 9h42, quelqu'un a remarqué que l'affiche A0 portait encore l'ancien numéro de version. Cette fois-ci, c'est différent. Six écrans sont accrochés au stand B22 depuis hier soir, et tous les six racontent aujourd'hui ce que Sabine leur a transmis par ordinateur portable depuis sa chambre d'hôtel à six heures et demie du matin.

Le plus grand, un écran LED en haut du stand, tourne en boucle tranquillement : trois témoignages de clients, une courte animation de produit, un compteur en direct du nombre de machines livrées dans le monde. Personne ne s'arrête pour la boucle complète, ce serait trop demander, mais tous ceux qui passent devant emportent un détail. Un chiffre. Un visage. La phrase "dans 47 pays depuis 2003". C'est plus que la plupart des affiches n'ont jamais fait. Aux tables des conseillers, des écrans plus petits affichent des choses différentes selon l'heure : le matin, le plan des conférences, à midi, la carte

de l'action déjeuner debout, l'après-midi, les horaires des démonstrations. À 14 heures précises, l'affichage passe automatiquement à "Dans un instant : Sebastian de l'équipe de service parle de la maintenance prédictive - stand central, 12 minutes". Sebastian n'a besoin de rappeler personne, il doit juste se tenir prêt.

Au fond du salon, où se trouvent un espresso et deux fauteuils rembourrés, un troisième écran diffuse de manière accentuée et calme une boucle de branding discrète à l'aspect d'orchidée, aucune pression de vente. C'est l'écran des conversations qui débouchent sur un rendez-vous dans dix minutes ou sur un "Nous vous contacterons" poli. Les deux sont en ordre ; les écrans qui comprennent cela sont rares. Vers 11 heures, l'un des directeurs entre dans le stand, regarde autour de lui et prononce la phrase que les responsables marketing entendent rarement : "On dirait qu'il est fait d'un seul bloc". Sabine ne dit rien, Sabine ne fait rien, elle a juste activé le matin l'onglet "Jour 1 du salon" qu'elle a préparé deux semaines auparavant avec les jours 2, 3 et 4.

Six écrans, commandés de manière centralisée, à chaque moment de la journée son propre plan, un slide d'urgence déposé en cas de panne de stand. Elle pourrait, si nécessaire, introduire depuis Francfort un changement de prix sur un stand à Tokyo, mais personne n'a besoin de le savoir aujourd'hui. En fin d'après-midi, il se produit un moment qui n'apparaît dans aucun rapport de salon et qui constitue pourtant le véritable gain. Un acheteur venu de Suède s'arrête devant le mur de LED, lit la version suédoise de la voix du client - diffusée automatiquement parce que le logiciel le reconnaît à son lanyard - et dit à son collègue une phrase dont le ton révèle qu'il a été attentif. Trois minutes plus tard, il est assis avec Espresso et Sebastian. C'est le lead qu'aucun tableau Excel n'avait prédit.

C'est précisément l'art discret de l'affichage dynamique sur les salons. Il ne s'agit pas d'avoir le plus grand écran LED du hall ni le stand le plus bruyant, mais de proposer des contenus au bon moment et au bon endroit : plans de conférences le matin, démonstrations l'après-midi, langues en fonction des visiteurs, images calmes dans le salon, bruyantes en tête de stand. Tout peut être géré de manière centralisée, tout est fiable pendant quatre jours. En arrière-plan, silencieux comme un stand bien planifié lui-même, un logiciel qui coordonne le tout ... Planifier les contenus au jour le jour, gérer les écrans de manière synchrone dans le monde entier, diffuser automatiquement les langues, écraser les urgences en quelques secondes, sans que personne ne se précipite dans le hall avec une clé USB.

ScreenWay construit des solutions d'affichage dynamique qui aident les exposants à se présenter plus intelligemment que le premier jour du salon ne le permet en réalité. Stands, roadshows, showrooms, événements hybrides, toujours avec l'idée qu'à la fin, aucun visiteur ne fait l'éloge de l'écran, mais du stand où il se trouvait. Sabine repart le jeudi soir et racontera à la maison que ce salon a été "étonnamment détendu". Ce n'est pas tout à fait vrai, les salons ne sont jamais détendus, mais elle est plus proche de la vérité qu'elle ne le pense. Personne n'a dû réimprimer d'affiches, personne n'est resté sur le stand juste pour expliquer le plan des conférences, et dans 47 pays, le live-counter a continué à fonctionner sans qu'elle ait à intervenir. Cela aussi, très sobrement, est le plus bel indicateur que l'affichage numérique puisse fournir.

Pour en savoir plus sur la façon dont ScreenWay aide les exposants, les organisateurs et les constructeurs de salons à mettre en scène leur présence, rendez-vous sur le site [screenway.com](https://www.screenway.com).