

**BEAU SUCCÈS POUR B2LUX, PREMIER SALON BUSINESS EN LUXEMBOURG BELGE, UN ÉVÉNEMENT MIS EN PLACE POUR BOOSTER LES RENCONTRES PROFESSIONNELLES ET DONC LE POTENTIEL DE NOS ENTREPRISES...**

## Le rendez-vous 2013 est déjà assuré !

B2lux, premier du nom, a donc vécu. Et bien vécu! Le caractère business du rendez-vous n'a échappé à personne, c'était le seul et unique objectif de cette journée-marathon. Chaque entreprise a été mise à l'honneur, de façon simple mais efficace. Les espaces, suffisamment aérés, permettaient la discussion. Et le «Café du commerce», volontairement positionné au cœur du salon, jouait parfaitement son rôle catalyseur de rencontres. Un millier de personnes a foulé les allées, le qualitatif prenant tôt le pas sur le quantitatif. Petit tour du salon...



Chambre de commerce, Idelux et Wex, 3 partenaires pour une première !

Au lendemain du premier b2lux, les trois partenaires qui l'ont initié (Chambre du commerce, Idelux et Wex) tirent maintenant les premiers bilans. Un debriefing approfondi aura lieu prochainement, mais des évidences ont été relevées. Le rendez-vous est perfectible, bien sûr, les entreprises dans leur ensemble se félicitent pourtant d'avoir participé à cette grande première. L'objectif, on ne le dira jamais assez, était de favoriser - voire de renforcer ! - les collaborations dynamiques entre entreprises, toutes tailles et tous secteurs confondus. Un objectif qui devra être évalué, quoique les premiers jalons ont été posés. Car s'il n'est pas facile de pouvoir franchir la grille qui clôt le parc de telle ou telle grande entreprise, ou de faire confiance à une TPE que l'on ne connaît ni d'Eve ni d'Adam, et encore moins de rompre avec des idées préconçues et autres points de vue véhiculés depuis tellement longtemps que l'on ne

sait plus ce qu'ils recouvrent au sujet de certains, convenez que la collaboration devient plus simple quand un premier rendez-vous s'est passé en toute harmonie. B2lux voulait initier des rencontres business, elles ont eu lieu. Et en nombre !

Les uns ont engrangé un maximum de rendez-vous, courant de droite et de gauche, alors que d'autres, plus sélectifs, s'étaient réservés des contacts plus ciblés. Chacun sa méthode, chacun sa stratégie. Quelques rares, plus esseulés, n'avaient probablement pas tout à fait saisi le concept et attendaient que l'on vienne à leur découverte. Dommage, car si le retour sur investissement d'un tel salon dépend de la fréquentation qui incombe in fine aux organisateurs, il nécessite à la fois de la préparation et un minimum de punch dans le chef des exposants. Et pourtant, tout avait été pensé, jusqu'aux conseils pointus proposés çà et là par les

traditionnels opérateurs connus sur la place, aux services divers, et aux conférences thématiques utiles. Le tout suivi d'un «walking dinner» favorisant encore les échanges, mais cette fois sur un mode plus décontracté, avant qu'un spectacle ne termine la soirée dans une atmosphère détendue toujours aussi fédératrice. En chiffres, ce premier salon business en Luxembourg belge obtient les résultats attendus : plus de 130 exposants, un millier de visiteurs et près de six cents rendez-vous préprogrammés entre exposants, entre exposants et visiteurs et de visiteurs à visiteurs.

Sans aller trop vite en besogne, on peut certainement déjà se donner rendez-vous l'an prochain pour le deuxième opus du genre... Et sans transition, découvrez les avis de quelques entreprises prises au hasard et l'une ou l'autre photo de la journée.

«Le concept est nouveau, on ne savait donc pas trop à quoi s'attendre. Nous sommes satisfaits des contacts, tant en opportunités d'affaires au niveau de la vente qu'en possibilités de collaboration. Vraiment, tout était positif, le relationnel en plus !...», Pol Gaspard, Gérant, Ardenne Energie SPRL.



«Un salon très intéressant qui nous a permis de rencontrer beaucoup de clients qui étaient eux aussi des exposants. Côté networking, le résultat est donc super. Côté nouveaux prospects, le résultat est plus mitigé sans doute à cause de la fréquentation un peu trop faible du salon. Mais c'était une première, donc il faut un peu d'indulgence pour que le concept se mette parfaitement en place. Belle organisation en tout cas...», Gretel Schrijvers, Régional Manager Wallonie, Mensura ASBL.

«Nous devons être là, et surtout être à l'écoute, que ce soit pour faire connaître Vivalia, mais aussi pour montrer à toutes les entreprises que nous sommes ouverts à la collaboration et aux contacts professionnels. Nous avons des contraintes, que ce soit en termes de marchés publics ou de taille, ce genre de rencontre permet de positionner d'emblée les choses car nos volumes sont toujours importants. Un bon salon, pour une initiative intéressante...», Bertrand Lespagnard, Directeur logistique, Vivalia.



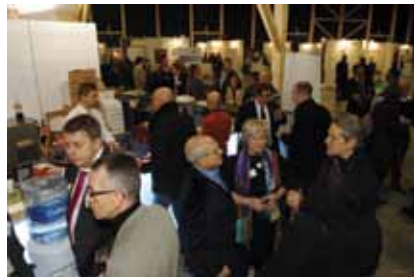
«Nous sommes très contents de l'initiative, et encore plus des résultats. Belle organisation et beau salon, avec une série de rencontres aux retombées potentiellement positives. 12 rendez-vous programmés qui ont débouché sur 40 vrais contacts intéressants. Nous reviendrons...», Natacha Perat, Manager, Libramont Exhibition & Congress.

«Le ressenti que nous avons, en tant que grande entreprise, est extrêmement positif. C'est d'ailleurs un peu le ressenti général dont j'ai été le témoin. Cela permet aux petites entreprises d'approcher des grands comptes, et cela nous permet de découvrir des produits, des services et des entreprises dont nous ne soupçonnions pas toujours l'existence ou les qualités. A refaire d'urgence...», Michel Denoncin, Conseiller prévention maintenance, projets et sous-traitance, ExxonMobil Chemical Films Europe Inc.



«Un salon très intéressant. Une première réussie, mais qui doit encore être améliorée, notamment dans notre chef - en invitant plus de contacts - et dans celui des organisateurs - en dopant encore la fréquentation des lieux. C'est, pour moi, un événement qui doit s'enraciner en province de Luxembourg et nous permettre de nous dynamiser...», Jean-Guy Delhaise, Administrateur délégué, Interblocs SA.

«Un bon salon. Une première réussie. J'ai personnellement mal préparé le rendez-vous en n'envoyant pas suffisamment tôt mes invitations. Du coup, peu de mes invités se sont déplacés. On fera mieux la prochaine fois car il faut qu'il y ait une 2<sup>e</sup> édition pour parfaire tout cela...», Guy Wampach, General Manager, Promanet Hygiène Products SPRL.



«Une communication efficace pour un concept original, avec une organisation de qualité. J'ai vu que les moyens avait été mis par les organisateurs pour que la sauce prenne, mais trop peu de décideurs avaient fait le déplacement. J'ai regretté de n'avoir pas en face de moi des patrons prêts à y aller, ce face-à-face avec des commerciaux sans pouvoir de décision traduit ma déception...», Diana Pierret, Administrateur délégué, Denis Kerger SPRL.



«Une bonne idée. Un concept utile. Malheureusement, trop peu d'investissement de la part de certains. Et trop d'entreprises qui n'avaient pas fait l'effort de mettre le décideur sur le stand. À refaire, sans doute, mais alors seulement avec des exposants motivés...», David Horman, Manager régional Wallonie-sud, Damage Control Belcco SA.



«Les résultats de cette opération sont très positifs, à tous les niveaux. Bonne organisation, belle mise en avant des entreprises, des rendez-vous b2b porteurs. Du vrai networking efficace, rien à redire. C'est ce qu'on attendait, on a donc été comblés...», Gaël Denoncin, Manager prospection et développement, Thomas & Piron SA.



«Pour une première, le sentiment d'ensemble est très positif. Bonne organisation, bons rendez-vous, des visiteurs intéressés. B2lux a sa place. Mes bémols: notre emplacement trop décentré dans le vaste hall et l'assistance un peu trop timide. Mais nous reviendrons...», Laurent Pierard, Manager, Reynders Cosmétiques SA.

