MONDIAL

PARIS MOTOR SHOW

Communiqué de Presse
14 Octobre 2018

Mondial Paris Motor Show 2018 : plus d'un million de participants !

Le public a une nouvelle fois participé en masse au 120ème anniversaire du Mondial Paris Motor Show 2018. En dépit de la réduction de sa durée de 16 jours à 11 jours, le mondial a réuni en tout plus de 1 000 000 de participants. Il demeure l'événement automobile le plus fréquenté au Monde, largement en tête devant l'IAA de Francfort (810 000 visiteurs en 2017) et le salon de Genève (660 000 visiteurs en 2018).

Un Mondial nouvelle formule mêlant auto, moto, mobilité, tech et événements hors-les-murs

Avec ses nouveaux événements hors-les-murs comme la Parade des 120 ans et le Centre d'essais de la place de la Concorde, le Mondial a su dépasser le format traditionnel du salon automobile. En associant, au sein de la Porte de Versailles, le Mondial de l'Auto, le Mondial de la Moto, le Mondial de la Mobilité, Mondial.Tech, Mondial Limited, l'expo historique « Routes Mythiques », en créant de nouveaux formats d'événements comme la conférence Tomorrow in Motion le 1er octobre, la soirée Mondial Women ou encore les Mondial.Tech Startups Awards, en accueillant le CES Unveiled Paris 2018 et des événements Google et Facebook, le Mondial Paris Motor Show a initié un nouveau format dans le monde des salons automobiles.

Dès le 30 septembre, le Mondial avait frappé fort en privatisant la Place de la Concorde pour un rassemblement enchanteur des véhicules anciens et modernes ayant marqué les 84 éditions depuis sa création en 1898 par l'Automobile Club de France dans les Jardins des Tuileries. Collectionneurs et services du patrimoine des marques avaient sorti et fait rouler leurs plus beaux bijoux dans les rues de Paris. Les marques Renault (120 ans), Peugeot Motocycles (120 ans) et Citroën (bientôt 100 ans) fêtaient conjointement leurs anniversaires. Le public a été nombreux à venir découvrir l'expo (83 716 personnes au pic de la parade à 14h00 – source Orange Business Services), puis à se masser tout au long du parcours. La passion automobile d'aujourd'hui s'inscrit dans une tradition de 120 ans d'innovations techniques et de progrès humains.

Le Quartier Général de la Place de la Concorde s'est ensuite transformé en un Centre d'essais de Véhicules Verts unique au monde. Une dizaine de constructeurs y étaient présents, en plus d'Engie et d'Air Liquide, pour faire découvrir les nouvelles gammes de véhicules électriques, hybrides, hydrogène et GNV et les nouvelles solutions énergétiques à un public élargi. Des millions de personnes ont pu voir que les industriels de l'automobile étaient prêts à relever le défi environnemental au cœur des grandes villes.

Sur le salon à la Porte de Versailles, les exposants ont offert aux visiteurs des contenus innovants et une expérience renouvelée. L'automobile est un produit de plus en plus technologique. Le public a pu se projeter en découvrant la vision de la mobilité du futur offerte par les constructeurs : nouvelles expériences à bord avec la connectivité, personnalisation des véhicules, conduite autonome, navettes autonomes, robots-taxis, engins de distribution urbaine. Le futur fait rêver et les nombreux « concepts cars » présentés ont fait vibrer le public. Le salon est aussi désormais un divertissement avec des spectacles, des animations interactives et même des soirées avec des groupes musicaux et des DJs célèbres.

Un média influent, à fort retour sur investissement

Chaque jour, les records de fréquentation passés ont été battus. Cette performance quantitative est également qualitative. Les exposants déclarent avoir établi des performances commerciales record, tant en terme de fréquentation des stands, qu'en réalisation de contacts commerciaux et surtout, en prises de commande ! Tous les indicateurs du retour sur investissement sont à la hausse.

Le Mondial Paris Motor Show s'affirme comme le média le plus performant pour rencontrer le public et faire vibrer ses communautés de clients et de futurs clients. Les chiffres de son impact digital donnent le vertige :

- à lui seul le site internet du Mondial a généré pour ses exposants 70 000 opportunités commerciales dont plus de 11 000 demandes d'essais auto, plus de 6 600 demandes d'essais moto ;
- +1500 % de requêtes Google impliquant le Mondial Paris Motor Show ont été enregistrées (2018 versus 2016, chiffre arrêté au 5 octobre- Sources Journal de l'Automobile et Google France) ;
- 30 000 retombées média ont déjà été comptabilisées (+155% versus 2016, source Kantar Media et Meltwater) pendant la durée du salon grâce à l'augmentation du nombre de journalistes présents (en hausse à 10 452 journalistes accrédités) ;
- le « reach » sur le web s'élève à plus de 18 milliards d'impressions sur la première quinzaine d'octobre 2018 et plus de 36 milliards en cumulé, sur l'année 2018.

Le Mondial rayonne bien au-delà des limites du salon. Selon une étude réalisée par CSA deux semaines avant l'ouverture, 88% des français connaissaient déjà le salon, 33% auraient aimé y venir s'ils en avaient eu la possibilité, 32% vont tenir compte de ce qui s'y dit, en particulier 40% des intentionnistes à 6 mois, ce qui octroie au salon une influence sur plus de 400 000 achats de véhicules neufs à venir.

Mieux encore selon la même étude CSA, 53% des français attendaient les innovations qui y étaient présentées avant d'envisager un renouvellement. Faible consommation de carburant, faibles émissions de polluants et sécurité étaient les critères cruciaux du renouvellement lors de cette édition. Les technologies de connectivité et les nouvelles solutions de mobilité prennent une part grandissante dans les intentions d'achat. Bref les consommateurs sont prêts à vivre la mobilité de demain !

Un nouvel événement à l'avant-garde des technologies de demain

La première édition de Mondial.Tech, salon sur l'innovation, réservé aux professionnels de l'industrie, a réuni 21 564 participants et 260 exposants pour 127 sessions intenses de conférences et d'ateliers. Mondial.Tech a connu un vif engouement, bénéficiant d'une couverture live exceptionnelle de 4.7 millions d'impressions pour 1.3 million de professionnels touchés, en particulier sur les réseaux sociaux LinkedIn et Twitter.

En outre, grâce au partenariat avec Teads, la conférence Tomorrow in Motion du 1er Octobre (keynotes et table-ronde des grands dirigeants de l'automobile, du transport, de la tech et de l'énergie) a généré plus de 520 000 impressions en une 1/2 journée dans 6 pays : France, Etats-Unis, Japon, Allemagne, Chine, Royaume-Uni.

Ces chiffres sont appelés à croître, tous les contenus de l'événement étant désormais accessibles depuis le site www.mondial.tech.

Au terme de 5 jours d'une intense compétition, du 2 au 6 octobre, WeProov a remporté les Mondial.tech Startups Awards. La startup française a décroché ainsi le Grand Prix parmi 478 candidats au départ, en provenance de 53 pays, répartis au sein de 8 catégories :

- Sécurité, automatisation et cybersécurité (sponsorisée par Atos), remportée par WeProov (France) ;
- Mobilité durable (sponsorisée par Transdev), remportée par GoTo (Israël) ;
- Électrification et hybridation (sponsorisée par Magna International) remportée par Silicon Mobility (France) ;
- Matériaux avancés et allègement (sponsorisée par Plastic Omnium) remportée par Gazelle Tech (France) ;
- Confort et bien-être à bord (sponsorisée par Faurecia) remportée par Nanomade (France) ;
- Systèmes de stockage et d'énergie (sponsorisée par Air Liquide) remportée par EP Tender (France) ;
- Connectivité et STI (sponsorisée par l'Alliance Renault Nissan Mitsubishi) remportée par Parkbob (Autriche) ;
- Industrie 4.0 (sponsorisée par Nokia) remportée par Arculus (Allemagne).

La promesse de valeur de la prochaine édition du Mondial Paris Motor Show s'annonce sous l'angle de la technologie, présente, plus que jamais, dans l'ADN des constructeurs et équipementiers automobiles.

VIVEMENT LE MONDIAL 2020 !