

# Dans les coulisses du Camp de base



Le Camp de base Ispo 2016 : stands recyclables, rendez-vous d'affaires autour d'un café, convivialité...



**En se regroupant sur le Camp de base, les exposants français de l'Ispo gagnent en efficacité et en visibilité, grâce à une organisation bien rôdée capable de créer une dynamique collective. Description de la méthode et des innovations 2017.**

C'est presque devenu une institution. Chaque année, le Camp de base de l'Ispo est le point de ralliement français du salon, aussi bien pour la clientèle internationale que pour les visiteurs et exposants de l'Hexagone. Institué dans le cadre de l'accompagnement des entreprises françaises à l'étranger, le Camp de base, qui bénéficie du label officiel Pavillon France, est co-organisé par la région Auvergne-Rhône Alpes, le cluster Sporaltec, l'association Outdoor

Sport Valley (OSV) – cheville ouvrière de l'opération – et l'Union Sport & Cycle. Implanté dans le Hall A6, le Camp de base regroupera cette année 21 entreprises, auxquelles s'ajoutent 18 autres, accompagnées en tant qu'exposant individuel (hors stand collectif), soit une surface totale d'exposition de 1 400 mètres carrés. Le tout dans un espace chaleureux, avec son bar et son mobilier en bois, où l'on peut discuter affaires, se restaurer ou encore participer à

## Leur expérience

« Le Camp de base nous mis le pied à l'étrier en nous permettant de participer à notre premier Ispo il y a deux ans. Nous y avons apprécié les échanges avec les autres sociétés françaises, ainsi que les apéros très fréquentés... Mais surtout, le Camp de base a permis de nous faire connaître des organisateurs du salon : ils sont venus nous proposer d'exposer dans le Hall Ispo Vision l'année suivante, ce que nous avons fait. L'Ispo a donné à notre marque une autre stature. »

**Bruno Martinier**, dirigeant fondateur de de Skidress

« Nous venons pour entretenir le contact avec les marchés suisses, italiens et espagnol, où nous avons des distributeurs. Mais nous rencontrons aussi des détaillants français, dont le profil reste complémentaire à ceux de Sport-Achat : il y a plus de revendeurs que de loueurs et ils appartiennent plutôt à des entreprises plus grosses. »

**Ulric Aymard**, directeur des opérations de la société d'informatique Cilea

« L'intérêt d'être accompagné, c'est de bénéficier d'une communication mutualisée, d'économies d'échelle et de mettre en valeur notre image de marque en tant que société française car, même en tant qu'exposant individuel hors stand collectif, nous restons identifiés par le logo Camp de base. »

**Jean-Marie Lathuille**, directeur marketing de TSL Outdoor

des afterwork conviviaux. Il s'est ainsi consommé (avec modération !) pas moins de 620 litres de bière au bistrot du Camp de base Ispo l'an dernier...

## Un agencement redistribué

Cette année, l'agencement de l'espace se transforme en partie et gagne encore en convivialité, en déplaçant l'espace restauration, habituellement positionné au centre du stand collectif, pour le positionner en mezzanine. Autres nouveautés de l'Ispo 2017 : trois défilés de mode « décentralisés » autour de la piscine des sports d'eau, qui se trouve dans le même hall que le Camp de base, une soirée « Riot house party » le lundi soir, et un nouveau support papier un peu décalé, la Gazette, pour inciter ceux qui évitent de se charger du catalogue – un « book » très qualitatif mais assez épais – d'emporter quand même un document. Pour la première fois, OSV a par ailleurs mis sur pied une collaboration avec des blogueurs.

## L'AGENDA DU CAMP DE BASE

### DIMANCHE 5 FÉVRIER,

- 11h30 : Fashion show au Watersports village (en face du Camp de base)
- 17h30 : Afterwork OSV
- 18h30 : Fashion show au Watersports village

### LUNDI 6 FÉVRIER

- 10h : Conférence « Enjeux de la pratique des sports et loisirs de nature en France », par Virgile Caillet (Union sport & cycle)
- 11h : Fashion show au Watersports village (en face du Camp de base)
- 11h30 : Remise du French outdoor award winter 2017 par le cluster Sporaltec
- 17h30 : Riot house party

### MARDI 7 FÉVRIER

- 10h : Conférence « Pratique sportive et génération Y, comment les Millenials changent les règles du jeu », par Brice Blancard (Union sport & cycle)
- 17h30 : Soirée cold water surfing

De l'inscription des entreprises à l'animation du Camp de base, du transport des agencements et produits des marques à la communication, l'orchestration de l'événement demande une minutieuse préparation. Celle-ci débute pratiquement un an plus tôt, lors du débriefing au cours duquel sont épluchés les questionnaires de satisfaction et remarques orales des exposants de la session qui vient de s'achever ! Puis l'effervescence retombe un temps avant la relance de la prospection des exposants pendant l'été. « Mais c'est surtout à la rentrée que les choses s'accroissent », explique Gaëlle Cronel, responsable Événementiel d'OSV.

Début septembre, tandis Sporaltec déclare ouvert le concours du French outdoor awards, qui sera délivré sur le Camp de base, OSV finalise les contrats avec les prestataires partenaires (le traiteur d'Annecy La suite, les Brasseries savoyardes, le transporteur...). La clôture des inscriptions des exposants pour le Camp de base intervient

**ISPO 2017 :  
LES MARQUES  
DU CAMP DE BASE  
(HALL A6 – STAND 434)**

ABK Climbing ; Arva ; Blue ice ; Bohème ; BV sport ; Cairn ; Centric software ; Cidi ; Cilea software & services ; Eco-riders ; Epitact sport ; European stretch fabrics ; Freegun ; Frendo ; In&Motion ; In'Bô ; Inook ; Instinct ; Kimberfeel ; Kleefer ; Know how ; La chaussette de France ; Mission ; Picture organic clothing ; Plum ; Poleplant ; Raidlight-vertical ; Riot house ; Seripress ; Skibat ; Skidress ; Somotex ; The M equipment ; T'NB ; Ton logo partout ; TSL outdoor ; Yoga searcher ; Zag skis.



**La visite des détaillants français à l'Ispo facilitée**

Après le franc succès de la formule clés en main mise en place lors de la session 2016 pour faciliter la visite du salon par les distributeurs français, l'organisation d'Ispo Munich 2017 a décidé de doubler la mise en organisant deux voyages de 3 jours, respectivement au départ de Paris et Lyon. Parallèlement, les marques partenaires du Club Ispo France (Craft, Compex, Dynafit, Dynastar, Eider, Koralp, Millet mountain group Odlo, Petzl, Rossignol, Sidas, X-Bionic), ont invité 240 détaillants français.

un mois plus tard. En octobre, élaboration du plan et des propositions d'emplacement de l'espace collectif, qui sera envoyé à chaque exposant en novembre et finalisé avec les prestataires techniques en tenant compte des contraintes des halls (circulations, prises électriques...) début janvier. Parallèlement, il faut récupérer les informations en anglais des exposants et les photos de produits au bon format pour réaliser le catalogue, avant fin novembre. Plusieurs communiqués de presse sont également envoyés en décembre et janvier.

**Près de 200 m<sup>3</sup> d'agencement et échantillons**

Autre avantage de l'accompagnement, la possibilité de bénéficier d'un service logistique mutualisé. Neuf jours avant l'ouverture du salon, deux semi-remorques partent d'Annecy direction Munich. Ils contiennent les agencements, fournitures et équipements – y compris le matériel de cuisine et le triporteur qui livre les exposants individuels – du Camp de base. Un troisième camion suit le

30 janvier pour arriver le 1<sup>er</sup> février. Celui-ci contient les échantillons des marques exposantes ainsi que ceux destinés à la Vitrine de l'innovation réalisée par Sporaltec. Au total, un volume de 195 m<sup>3</sup> d'équipements et marchandises qui seront montés et déballés la veille du salon. À noter que les agencements communs, réalisés par la société Woodstock à partir de matériaux récupérés, ne sont pas abandonnés sur place à l'issue du salon mais réutilisés pour les sessions suivantes et sur d'autres salons comme OutDoor Friedrichshafen. Une logique de développement durable qui explique aussi que l'on ne trouve pas de moquette au sol du Camp de base.

■ Olivier Costil



**CHAUSSURES GORE-TEX® SURROUND®.**

Intégralement respirantes et imperméables. Pour le confort, rien de tel qu'un produit GORE-TEX®.

**Plus on s'occupera de vous, moins vous penserez à nous.**



gore-tex.fr/surround