

NEW 2024 ! UN NOUVEL ESPACE DÉDIÉ  
À L'ATTRACTIVITÉ ET À VOS BESOINS RH



# LE PLAN SALON 2024



## PARIS NORD VILLEPINTE UN NOUVEAU HALL (7) UNE IMPLANTATION 2024 AVEC DES ZONES SECTORIELLES CLAIRES

### TRANSPORT & LOGISTIQUE :

- Transport & services logistiques
- Energies alternatives
- Infrastructures & territoires
- Equipements de transport
- Conseil, formation & financement
- Villages (Last mille, marchandises dangereuses...)

### LOGISTIQUE :

- Intralogistique, Robotique & automatisation
- Emballage, conditionnement & palette
- Immobilier

### TECHNOLOGIES (Transport & Logistique)

- Technologies, IOT & Systèmes d'information



# L'ATTRACTIVITÉ, UN ENJEU MAJEUR

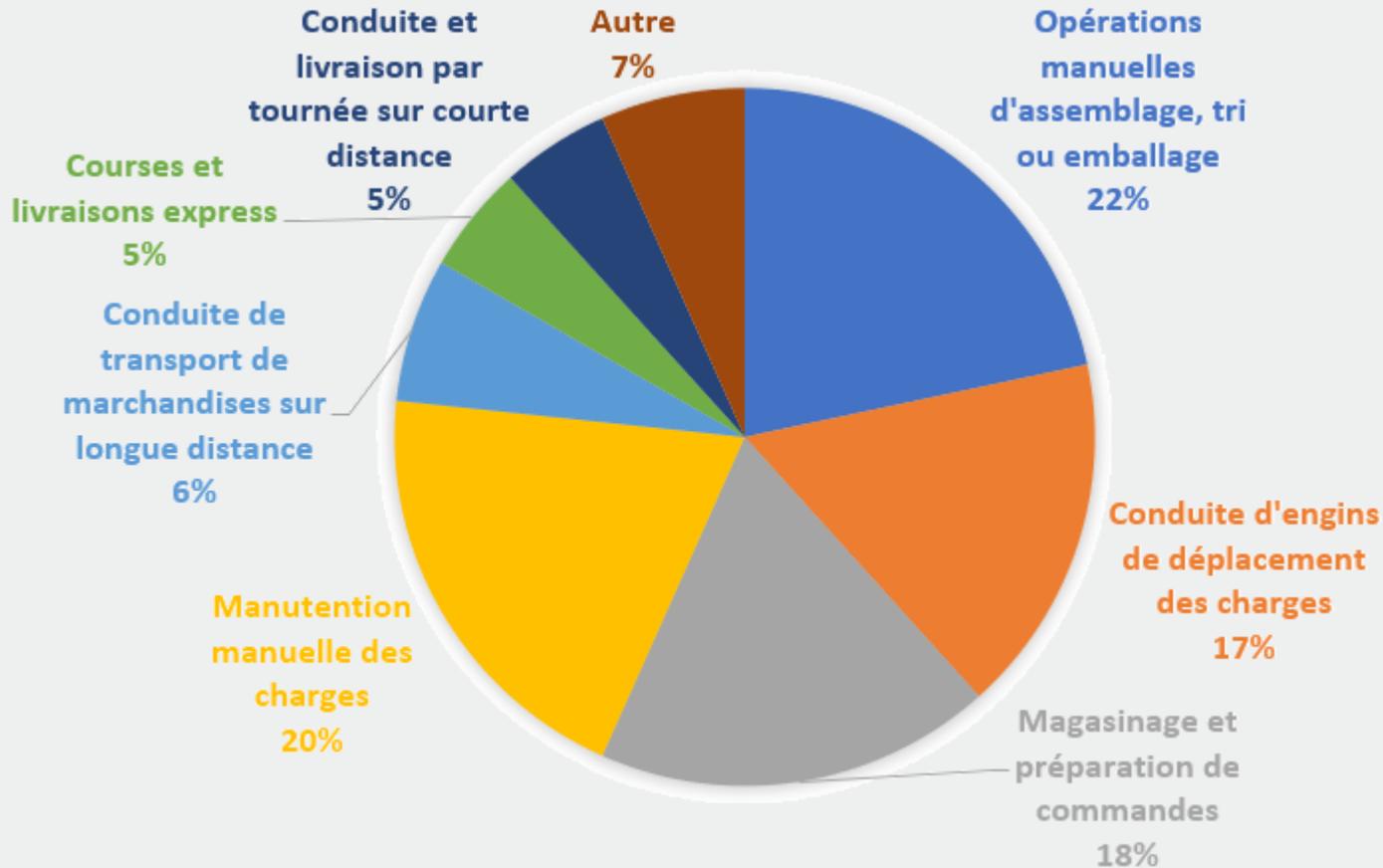
Avec **1,8 millions d'emplois**, soit 10% de l'emploi salarié en France, le secteur transport et logistique représente un vivier pour tous les niveaux de qualification sur l'ensemble du territoire, avec un fort ascenseur social et une montée en compétences.

Malgré cela, il représente l'un des secteurs les plus en tension de recrutement car, même si chaque année plus de 30 000 personnes sont recrutées, il reste encore **50 000 postes** non pourvus !

De plus, dans le cadre des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024, on estime les besoins additionnels du transport et de la logistique à 7 000 emplois.

**Pour toutes ces raisons, le SITL souhaite valoriser l'attractivité de la filière et de ses métiers sur un nouvel espace nommé « LE CAMPUS ».**

# LES BESOINS EN RECRUTEMENT T&L



## Résultats de la 1ère enquête cellule de veille



Août 2020



- Une organisation du travail bouleversée par la crise sanitaire.
- 35% des établissements sont en sous-effectif.
- Les besoins concernant les emplois de l'entrepôt dominant dans les projets de recrutement, devant les emplois de la conduite routière.

# LE CAMPUS, UN ESPACE DE RENCONTRES

**La rencontre** entre tous les **professionnels** en lien avec l'attractivité du secteur :

- les associations et organismes d'État tels que Pôle Emploi
- les cabinets de recrutement
- les agences d'intérim
- les centres de formation
- les écoles professionnelles et généralistes
- les entreprises du Transport et de la Logistique

Et les **étudiants**, les **demandeurs d'emploi**, les **actifs en recherche d'évolution**

Avec un **programme complet** :

- Découverte des métiers du secteur et les cursus de formations (Partenaires)
- Organisation de sessions de job dating (Pôle Emploi)
- Organisation de sessions de pitches de marques employeurs (Exposants)
- Échanges informels entre tous les acteurs autour d'un cocktail

**Avec le soutien de :**  
(en cours de validation)

# LE CAMPUS, UN ESPACE DEDIE À VOS BESOINS

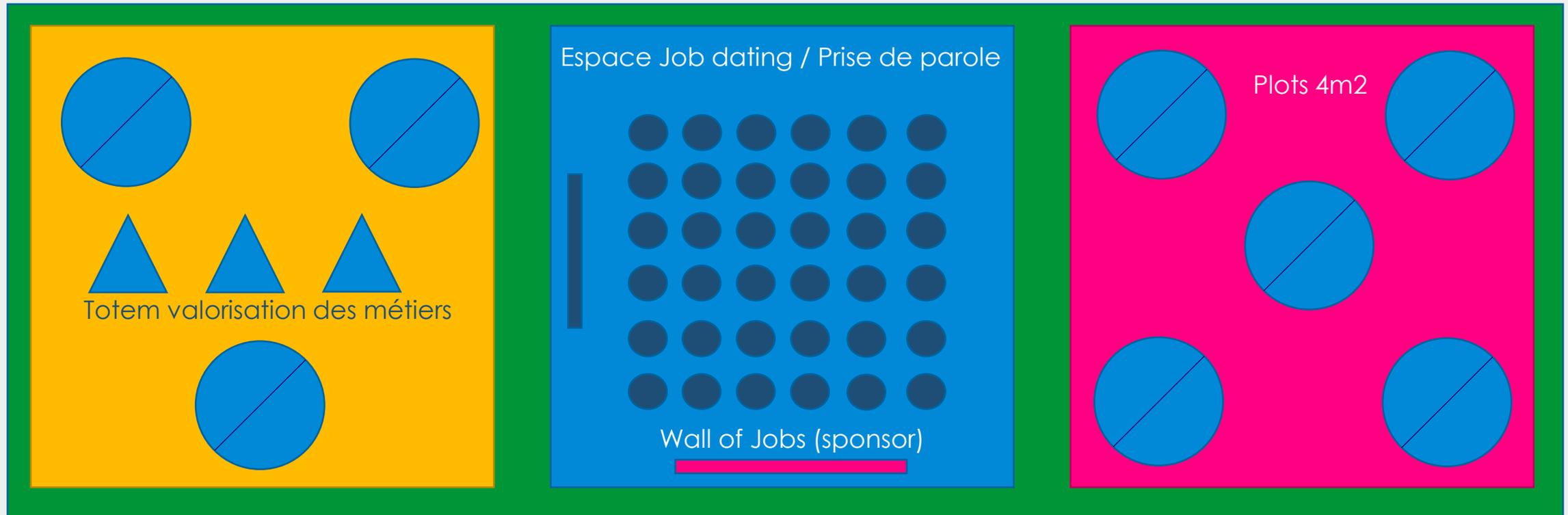
Le Campus bénéficiera d'une implantation optimisée avec **deux types d'aménagement** possibles en réponse à vos objectifs :

- des plots en hauteur, modernes et offrant un accès ouvert de 4m<sup>2</sup> bénéficiant d'un tarif préférentiel à 3 950€HT
- des stands nus ou équipés à partir de 9m<sup>2</sup> avec tarif sur demande

Des outils de **communication et de visibilité** proposés en complément de votre espace sur le village.



# L'IMPLANTATION DU CAMPUS





# UNE OPPORTUNITÉ UNIQUE DE SPONSORING



L'attractivité est un enjeu majeur pour votre entreprise ?

Devenez **partenaire officiel** du Campus en y associant le nom de votre marque et bénéficiez d'un plan de communication dédié avec une visibilité sur l'ensemble des supports du salon.



***BY votre logo***



# UN PACKAGE COMPLET EN RÉPONSE À VOS ATTENTES

-  LE NAMING DU CAMPUS
  -  UNE PRISE DE PAROLE CIBLÉE
  -  UNE VISIBILITÉ PREMIUM SUR LE CAMPUS
  -  UNE VISIBILITÉ PLAN DE COMMUNICATION SALON
  -  DES INVITATIONS CLIENTS
  -  UN ESPACE SUR LE CAMPUS DE 4M2 EN OPTION
- 
- A large blue bracket on the right side of the list groups all six items together.

# DÉTAIL DU PACKAGE SPONSORING DU CAMPUS



## NAMING DU CAMPUS

- Le **nom** de votre entreprise associé à celui du Campus



## PRÉSENCE PREMIUM CAMPUS

- **Une prise de parole** sur un sujet d'attractivité secteur
- Un créneau dédié au **pitch marque employeur**
- Un mur scénographié dédié aux **offres d'emploi**
- Une cession de **Job dating** si besoin



## VISIBILITÉ PREMIUM SUR LE CAMPUS

- **AVEC NAMING**
  - Signalétique salon
  - Flèches directionnelles au sol x 20ex
  - Écrans plasma
- **SPÉCIFIQUE ENTREPRISE**
  - Un pack logo sur plan papier salon tiré à **x000** exemplaires et sur plans d'orientation salon (valorisation 1 600 euros)



## PLAN DE COMMUNICATION SALON

- **Association du nom** au plan de communication dédié (cf slide)
- Une **interview du sponsor** diffusée sur l'ensemble des réseaux sociaux du salon
- Un encart / rubrique dans une **newsletter** salon à destination des visiteurs et dans le SITL Daily



## INVITATIONS CLIENTS

- Un **pack de 20 invitations** pour le cocktail du Campus

**VALORISATION :**

**TARIF EXCEPTIONNEL DU PACKAGE :**

**17 000 euros HT hors stand**

**20 000 euros HT avec stand**

# LE PLAN DE COMMUNICATION DÉDIÉ



## PROMOTION DU CAMPUS AUPRÈS DES CIBLES

- **PLAN MEDIA DIGITAL (outils salon et partenaires)**
  - Réseaux sociaux (LinkedIn, X, Instagram, Facebook)
  - Sites web (page dédiée SITL / encart partenaires)
  - Emailings ciblés
- **PLAN MEDIA PRINT PARTENAIRES**
  - Magazines écoles, organismes
- **RELATIONS PRESSE**
  - Communiqué de presse

## Informations et tarifs



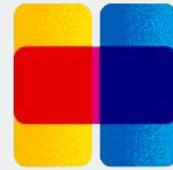
**Sara Godomen**

+33 (0)1 47 56 65 85

[sara.godomen@rxglobal.com](mailto:sara.godomen@rxglobal.com)



# LES VOIES DU CHANGEMENT



**SITL**  
SALON INTERNATIONAL DU TRANSPORT ET DE LA LOGISTIQUE

19-21 MARS 2024 PARIS  
PARIS NORD VILLEPINTE, HALL 7



# LES FORCES DU SALON



Un salon avec 40 ans d'existence : la référence pour les acteurs du transport et de la logistique



Le seul salon généraliste annuel qui réunit l'ensemble de la chaîne logistique



Le seul salon 3 en 1 qui propose une zone d'exposition, un programme de contenus et des rencontres d'affaires ciblées



# LES EXPOSANTS

485 exposants



## 9 SECTEURS

qui constituent toute la chaîne de valeur du transport et de la logistique.



22 000 M<sup>2</sup> d'exposition

## TOP 3 des objectifs de participation

-  **Prospecter**  
de nouveaux clients 60% des exposants ont généré entre 20 et 60 contacts sur salon
-  **Renforcer**  
l'image de la société
-  **Lancer**  
un nouveau produit, service ou une innovation

## LES CHIFFRES CLÉS

**+110**  
innovations  
et nouveautés

**+785**  
produits  
présentés

**+150**  
conférences,  
ateliers et  
conversations

**+650**  
retombées  
presse

# LES VISITEURS

**24 000 PROFESSIONNELS  
SUR 3 JOURS**

71% avec un statut décideur/prescripteur

## TOP 5 des régions

- #1 Ile-de-France
- #2 Hauts de France
- #3 Auvergne-Rhône-Alpes
- #4 Grand Est
- #5 Normandie



## TOP 5 des pays

- #1 Belgique
- #2 Allemagne
- #3 Espagne
- #4 Pays-Bas
- #5 Italie



## ZOOM sur les principaux secteurs

Commerce,  
E-commerce,  
Distribution,  
Biens  
de conso

Services,  
Conseil,  
Immobilier,  
Formation

Industrie,  
Automobile,  
Agroalimentaire  
Chimie/Énergie,  
Pharmaceutique

## TOP 5 des objectifs de participation



### Exploring

Découvrir les tendances du marché et les innovations



### Targeting

Rencontrer des interlocuteurs business ciblés



### Learning

S'informer et améliorer ses connaissances via des conférences



### Building

Développer son réseau business



### Reconnecting

Revoir des fournisseurs existants et des partenaires business

## TOP 3 sur les solutions les plus demandées par les acheteurs



Transports  
et Services  
logistiques



Entreposage  
(construction  
et équipements)



Technologies et  
Systèmes automatisés  
pour le stockage  
et le transport

## TOP 3 des fonctions visiteurs

- PDG/DG/DGA Président/VP/Gérant
- Responsable/Directeur
- Chargé de mission d'études/d'affaires/de clientèle



# UN SALON TOUJOURS EN MOUVEMENT : NOTRE VISION À 3 ANS



Redevenir **le point de rencontre de référence** de l'ensemble des acteurs français et internationaux



Se positionner au carrefour entre **solutions concrètes** aux problématiques du quotidien et **innovations** sur toute la chaîne de valeur



Incarner la vitrine des **bonnes pratiques** qui contribuent au rayonnement de la France sur la scène internationale

# UN SALON TOUJOURS EN MOUVEMENT : NOTRE NOUVEAU POSITIONNEMENT

**SITL**  
SALON INTERNATIONAL DU TRANSPORT ET DE LA LOGISTIQUE

“

Pour être en phase avec notre vision dès l'édition 2024, le salon renoue avec son ADN autour d'une déclinaison graphique modernisée.

”

**S**alon

Trois jours de rencontres dans un lieu identique chaque année pour plus de clarté et de continuité.

**I**nternational

Parce que le transport ne s'arrête pas à une frontière, le salon retrouve le I de son internationalisation.

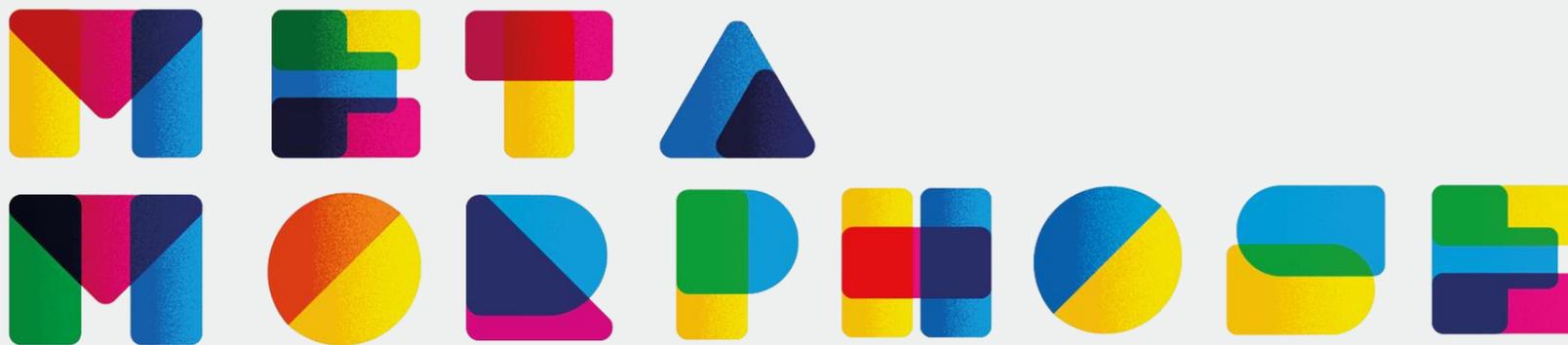
**T**ransport

Le salon redonne ses lettres de noblesse au secteur du transport avec le retour des leaders du marché.

**L**ogistique

Le pilier du salon se développe via l'innovation permanente du secteur.

# LE FIL ROUGE 2024 – 2026



LES VOIES  
DU CHANGEMENT



# LA NOUVELLE COMMUNICATION



# LES VOIES DU CHANGEMENT

“ Le nouveau positionnement du salon s’articule autour de 4 objectifs majeurs. ”

## ATTRACTIF

Des actions performantes pour faire venir les visiteurs et les exposants

## INNOVANT

Des rencontres et des innovations pour accélérer la transformation

## ENGAGEANT

Des contenus pragmatiques et inspirants et des intervenants pertinents

## INTERNATIONAL

Un retour des partenaires et acteurs européens