



**L'avenir des salons
et événements
en ligne :
la visite virtuelle comme
solution incontournable**

Livre blanc

2025



Introduction

L'organisation d'événements professionnels et de salons a subi une transformation radicale ces dernières années.

La digitalisation croissante, associée aux **nouvelles attentes des participants** a accéléré l'adoption des solutions en ligne. Parmi elles, **la visite virtuelle s'impose comme un outil incontournable** pour optimiser l'expérience des exposants et des visiteurs.

Les entreprises et organisateurs d'événements doivent aujourd'hui comparer les formats physiques et virtuels afin de tirer le meilleur parti des opportunités qu'offrent les technologies immersives. Ce livre blanc explore les tendances du secteur, les **avantages de la visite virtuelle** pour les salons et événements en ligne, ainsi que les **meilleures pratiques** pour garantir leur succès.



L'évolution des salons et événements professionnels

L'essor des technologies numériques a bouleversé le secteur des événements professionnels en redéfinissant la manière dont les salons, conférences et expositions sont organisés et vécus.

Le développement des plateformes interactives et la montée en puissance des outils immersifs, tels que la **réalité virtuelle** et augmentée, ont ouvert la voie à de **nouvelles expériences** plus dynamiques et attractives pour les utilisateurs. Dans ce contexte, les organisateurs d'événements doivent s'adapter aux attentes d'un public de plus en plus connecté, qui privilégie la flexibilité, l'instantanéité et la personnalisation des contenus. Les participants, qu'ils soient visiteurs ou exposants, recherchent des **formats hybrides ou entièrement digitaux**, qui leur permettent d'interagir avec des intervenants, d'accéder à des démonstrations en direct et de networker sans les contraintes du déplacement physique. Par ailleurs, les récentes crises sanitaires et les préoccupations environnementales ont accéléré cette mutation en favorisant l'essor des événements virtuels, qui permettent la baisse des coûts logistiques et une réduction de l'empreinte carbone des salons professionnels. Face à ces évolutions, les acteurs du secteur doivent repenser leurs stratégies et **intégrer des solutions innovantes pour maintenir l'attractivité et l'efficacité de leurs événements.**

Quelques chiffres clés :

68%

des entreprises considèrent les événements en ligne comme une alternative efficace aux salons physiques.

366

MILLIARDS

Le marché des événements en ligne devrait atteindre 366 milliards de dollars d'ici 2027.

59%

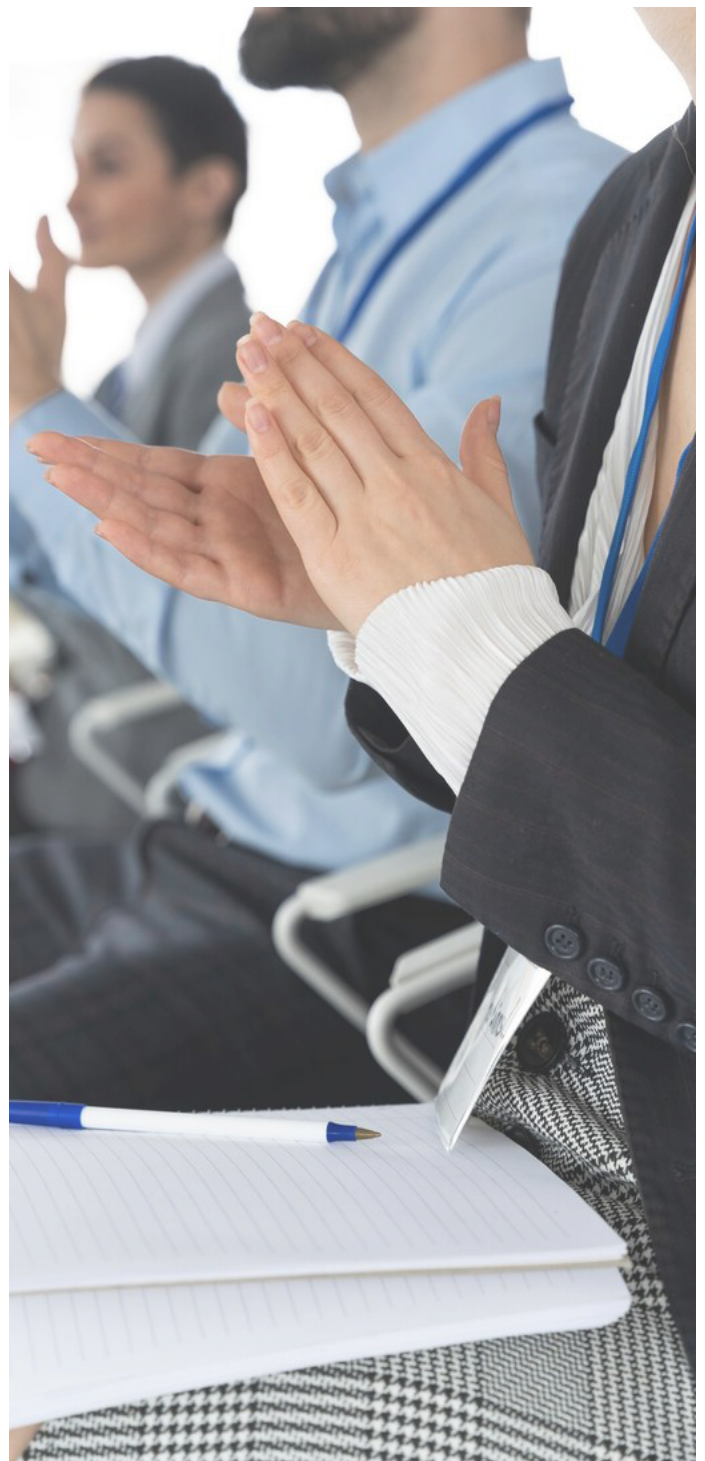
des entreprises réduisent leurs coûts de participation en optant pour des événements en ligne

Comparaison entre événements physiques et virtuels

Tout d'abord, on peut étudier les avantages et les limites des salons physiques.

Les événements physiques offrent des **opportunités uniques d'interactions humaines, de démonstrations en direct et d'engagement sensoriel**. La possibilité d'échanger en face-à-face renforce la confiance entre les acteurs du marché et facilite la conclusion d'accords commerciaux. De plus, les salons en présentiel permettent aux visiteurs d'explorer des stands, de tester des produits et de vivre des expériences immersives impossibles à reproduire totalement en ligne. Les salons physiques sont également des **lieux propices au réseautage informel**, où les discussions spontanées et les rencontres fortuites peuvent déboucher sur des opportunités professionnelles inattendues. Les événements en présentiel renforcent ainsi la **dynamique de groupe** et la **cohésion** au sein des différentes industries, ce qui favorise de fait un climat propice à la collaboration.

Cependant, organiser un événement physique implique des **coûts élevés liés à la location d'espaces, à la logistique, au transport et à l'hébergement des participants**. Ces dépenses peuvent représenter un frein, notamment pour les petites entreprises ou les startups qui souhaitent exposer leurs produits mais disposent de budgets limités. Les **contraintes géographiques** constituent également des obstacles majeurs, réduisant parfois la participation de certains acteurs internationaux. En outre, l'empreinte carbone des déplacements et des infrastructures événementielles devient une préoccupation croissante qui pousse aujourd'hui les organisateurs à rechercher des **alternatives plus durables**.



Comparaison entre événements physiques et virtuels

On peut ensuite analyser les avantages que présentent les salons virtuels mais aussi les défis auxquels ils peuvent être soumis.



Les salons virtuels permettent d'**abolir les barrières géographiques** et d'attirer un public plus large, sans contraintes de déplacement ni de capacité d'accueil. Grâce aux plateformes numériques, les participants peuvent assister aux conférences, interagir avec les exposants et explorer des stands virtuels depuis n'importe où dans le monde, ce qui améliore l'accessibilité et l'inclusivité de l'événement. De plus, les outils numériques offrent des **possibilités de suivi et d'analyse des comportements des visiteurs en temps réel**. Les exposants peuvent recueillir des données précieuses sur l'engagement des participants, leurs centres d'intérêt et leur parcours au sein du salon, leur permettant d'**optimiser leurs stratégies marketing** et d'affiner leurs offres en conséquence. Les événements virtuels sont également plus **flexibles et évolutifs**. Les organisateurs peuvent facilement adapter les contenus, prolonger la durée de disponibilité des stands et des conférences en replay, et **multiplier les opportunités d'interaction** via des chats en direct, des rendez-vous en visioconférence et des démonstrations en ligne.

Malgré leurs nombreux atouts, les salons virtuels doivent relever plusieurs défis, notamment en matière d'engagement et d'interactivité. L'absence de contact physique peut limiter la spontanéité des échanges et la dimension émotionnelle qui favorise souvent les décisions commerciales. De plus, le risque de «fatigue numérique» peut réduire l'attention et la participation active des visiteurs au fil du temps. Pour pallier ces limites, les organisateurs doivent **investir dans des technologies immersives**, comme la réalité virtuelle ou la 3D interactive, afin de recréer une expérience aussi proche que possible de celle d'un salon physique. Ils doivent également repenser leurs formats en proposant des animations dynamiques, des démonstrations interactives et des outils de networking performants pour **capter l'attention des participants et maximiser leur engagement**. Enfin, la maîtrise des outils numériques est un enjeu clé pour les exposants et les visiteurs. Une plateforme mal conçue ou trop complexe peut nuire à l'expérience utilisateur et réduire l'impact de l'événement. Il est donc essentiel de proposer des **interfaces intuitives**, un accompagnement technique efficace et des fonctionnalités adaptées aux besoins des différents participants.

Les meilleures pratiques pour un salon virtuel réussi

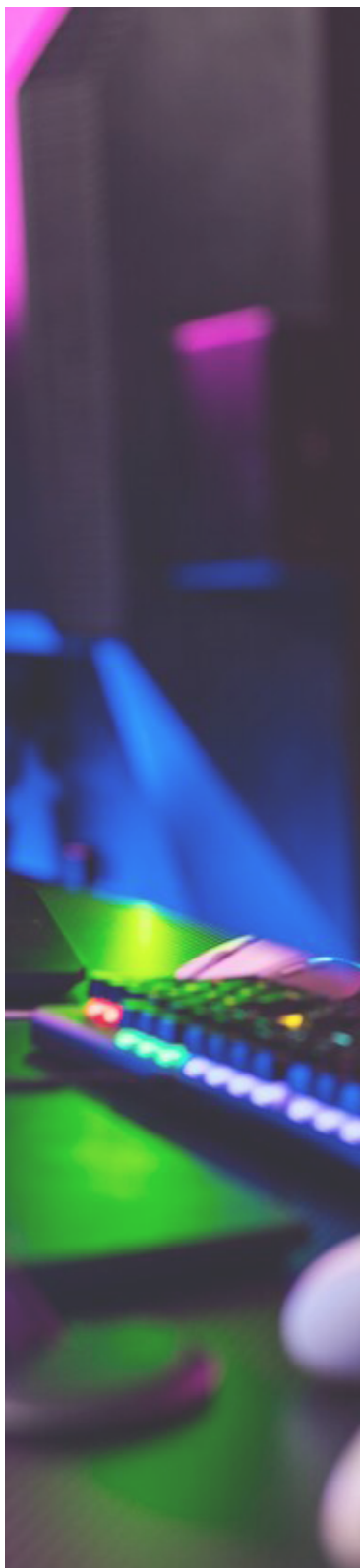
L'intégration de technologies immersives joue un rôle clé dans la réussite d'un salon virtuel.

Les **visites virtuelles 3D ou en photographies 360°**, les stands interactifs et les espaces de networking digitalisés permettent de recréer une expérience proche de celle des événements physiques, tout en offrant une flexibilité accrue. Les plateformes modernes intègrent des **fonctionnalités avancées telles que la réalité augmentée, la réalité virtuelle et des avatars personnalisables** pour proposer aux utilisateurs une expérience plus immersive et proche du réel.

Les exposants peuvent tirer parti de ces outils pour proposer des **démonstrations interactives**, des présentations en 3D de leurs produits et des espaces de discussion où les visiteurs peuvent poser des questions en temps réel. De plus, les **conférences en direct** avec des options de replay permettent aux participants d'accéder aux contenus à leur convenance, augmentant ainsi la portée et l'impact des interventions.

Enfin, l'**intégration de la gamification dans les salons et visites virtuelles**, où les visiteurs peuvent explorer les stands sous forme d'avatars et débloquer des contenus exclusifs en fonction de leur parcours, contribue à dynamiser l'expérience et à encourager l'engagement.

Les meilleures pratiques pour un salon virtuel réussi



Pour garantir le succès d'un salon virtuel, il est essentiel de proposer des formats interactifs et engageants qui maintiennent l'attention des participants.

Contrairement aux événements physiques où les visiteurs sont naturellement immergés dans l'environnement, les salons en ligne nécessitent des stratégies spécifiques pour **éviter la lassitude et maximiser l'interaction**.

Les webinaires interactifs, les démonstrations en direct et les sessions de questions-réponses avec les intervenants permettent aux participants d'être **acteurs de l'événement plutôt que simples spectateurs**. Les chats en direct, les forums de discussion et les rendez-vous en visioconférence facilitent le networking et la mise en relation entre professionnels, compensant en partie l'absence de rencontres physiques.

L'élément ludique peut également être un levier puissant pour stimuler l'engagement. Comme évoqué précédemment, la **gamification** – sous forme de challenges, de quiz ou de récompenses pour les visiteurs les plus actifs – **encourage la participation** et favorise la découverte des stands et des contenus. Par exemple, attribuer des points ou des badges aux visiteurs en fonction de leurs interactions (prise de contact avec des exposants, participation à des sessions, téléchargement de documents, etc.) peut inciter à une exploration plus longue et approfondie du salon.

Enfin, la **personnalisation de l'expérience utilisateur**, avec des recommandations de conférences ou de stands basées sur les centres d'intérêt des participants, contribue à rendre l'événement plus pertinent et attractif.

L'un des principaux avantages des salons virtuels réside dans la capacité à collecter et analyser des données en temps réel. Contrairement aux événements physiques, où l'impact est souvent difficile à quantifier avec précision, les plateformes numériques permettent aux organisateurs et exposants d'accéder à une multitude d'indicateurs clés de performance.

Grâce à ces données, les organisateurs peuvent ajuster en temps réel certains aspects de l'événement, comme la mise en avant de contenus sous-exploités ou l'optimisation des sessions en fonction de l'audience. Les exposants, quant à eux, peuvent affiner leurs stratégies commerciales en analysant le comportement des visiteurs et en identifiant les prospects les plus engagés.

Enfin, l'évaluation post-événement est essentielle pour mesurer le retour sur investissement (ROI) et identifier les axes d'amélioration pour les futures éditions. L'envoi de questionnaires de satisfaction, la comparaison des performances avec les éditions précédentes et l'exploitation des retours des participants permettent d'optimiser la structure et le contenu des salons virtuels à venir.

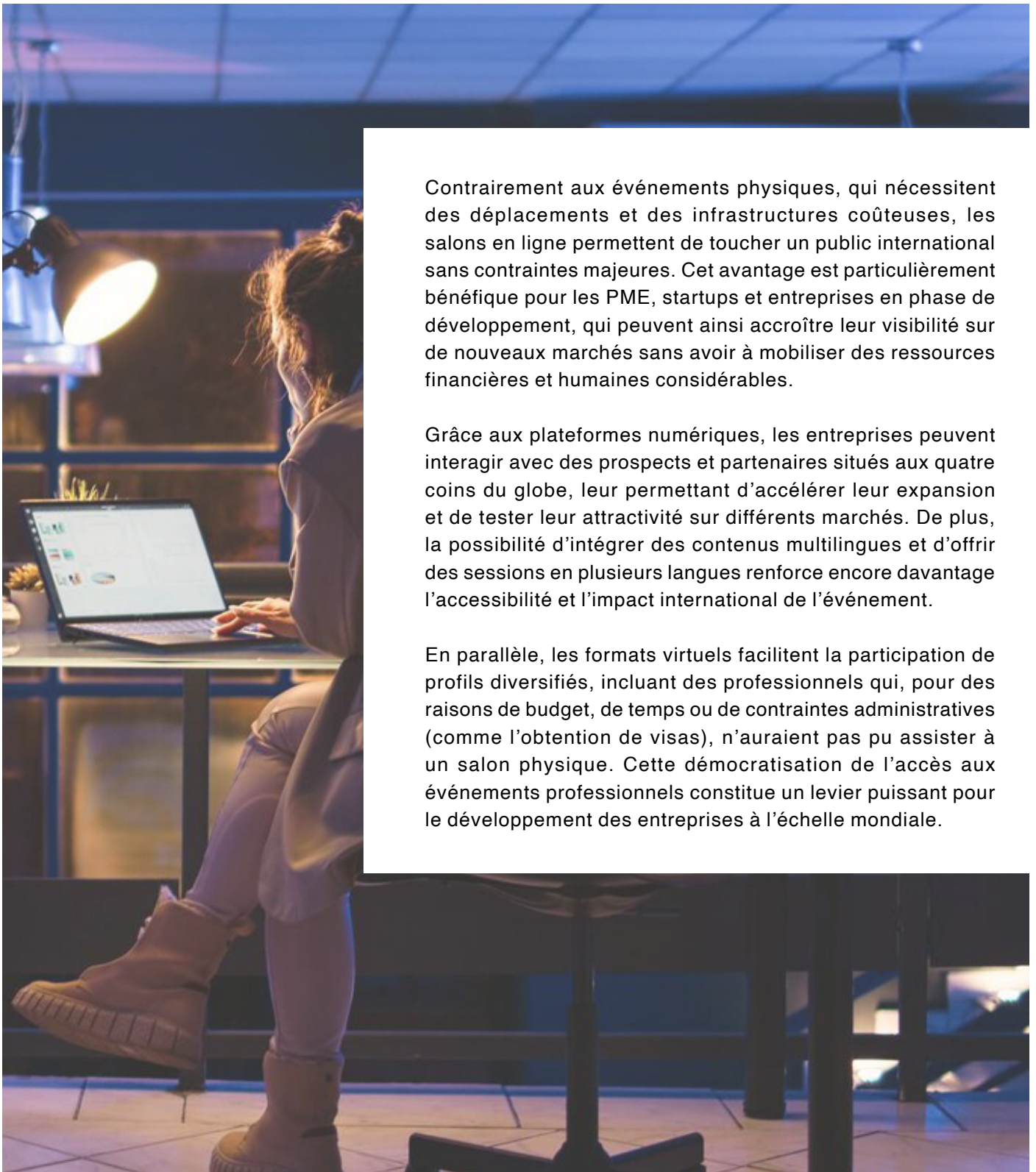
En combinant technologies immersives, interactivité et analyse de données, les organisateurs peuvent maximiser l'impact de leurs événements et offrir aux participants une expérience enrichissante

Les métriques essentielles incluent :

- Le **taux de participation global** et le nombre de visiteurs par stand
- Le **temps moyen** passé sur la plateforme et par session
- Le **nombre d'interactions**, telles que les téléchargements de documents, les prises de rendez-vous ou les échanges en chat
- L'**engagement des visiteurs**, mesuré par leur participation aux conférences, aux démonstrations et aux activités interactives

Un atout stratégique pour les entreprises

Les salons virtuels offrent aux entreprises une opportunité inédite d'élargir leur audience en supprimant les barrières géographiques et logistiques.



Contrairement aux événements physiques, qui nécessitent des déplacements et des infrastructures coûteuses, les salons en ligne permettent de toucher un public international sans contraintes majeures. Cet avantage est particulièrement bénéfique pour les PME, startups et entreprises en phase de développement, qui peuvent ainsi accroître leur visibilité sur de nouveaux marchés sans avoir à mobiliser des ressources financières et humaines considérables.

Grâce aux plateformes numériques, les entreprises peuvent interagir avec des prospects et partenaires situés aux quatre coins du globe, leur permettant d'accélérer leur expansion et de tester leur attractivité sur différents marchés. De plus, la possibilité d'intégrer des contenus multilingues et d'offrir des sessions en plusieurs langues renforce encore davantage l'accessibilité et l'impact international de l'événement.

En parallèle, les formats virtuels facilitent la participation de profils diversifiés, incluant des professionnels qui, pour des raisons de budget, de temps ou de contraintes administratives (comme l'obtention de visas), n'auraient pas pu assister à un salon physique. Cette démocratisation de l'accès aux événements professionnels constitue un levier puissant pour le développement des entreprises à l'échelle mondiale.

Un atout stratégique pour les entreprises

Les salons virtuels offrent aux entreprises une opportunité inédite d'élargir leur audience en supprimant les barrières géographiques et logistiques.

Contrairement aux événements physiques, qui nécessitent des déplacements et des infrastructures coûteuses, **les salons en ligne permettent de toucher un public international** sans contraintes majeures. Cet avantage est particulièrement bénéfique pour les PME, startups et entreprises en phase de développement, qui peuvent ainsi accroître leur **visibilité sur de nouveaux marchés** sans avoir à mobiliser des ressources financières et humaines considérables.

Grâce aux plateformes numériques, les entreprises peuvent interagir avec des prospects et partenaires situés aux quatre coins du globe, leur permettant d'**accélérer leur expansion et de tester leur attractivité sur différents marchés**. De plus, la possibilité d'intégrer des contenus multilingues et d'offrir des sessions en plusieurs langues renforce encore davantage l'accessibilité et l'impact international de l'événement.

En parallèle, les formats virtuels facilitent la **participation de profils diversifiés**, incluant des professionnels qui, pour des raisons de budget, de temps ou de contraintes administratives (comme l'obtention de visas), n'auraient pas pu assister à un salon physique. Cette démocratisation de l'accès aux événements professionnels constitue un levier puissant pour le développement des entreprises à l'échelle mondiale.

Quelques chiffres clés :

65%

des entreprises ayant participé à un salon virtuel déclarent un impact positif sur leur image de marque.

50%

des professionnels considèrent les événements hybrides comme l'avenir du secteur.

78%

des visiteurs de salons virtuels passent plus de temps à explorer les stands que lors d'un salon physique.

Conclusion

L'avenir des salons et événements professionnels repose sur une **complémentarité intelligente entre formats physiques et virtuels**. Si les salons en présentiel conservent leur importance pour favoriser les interactions humaines et les expériences sensorielles, **les salons virtuels offrent des opportunités inégalées en termes d'accessibilité, de réduction des coûts et d'exploitation des données**. Dans ce contexte, la visite virtuelle s'impose comme une solution incontournable, permettant aux entreprises et aux organisateurs d'élargir leur audience et d'optimiser l'expérience des participants grâce aux technologies immersives.

Les entreprises doivent aujourd'hui **adapter leurs stratégies événementielles en intégrant ces nouveaux outils numériques**.

Au-delà des bénéfices immédiats, cette évolution soulève également des questions sur l'avenir des événements professionnels. Comment les innovations technologiques continueront-elles à redéfinir l'expérience utilisateur ? À quel point **Intell** influencera-t-elle les salons de demain ?

L'enjeu pour les entreprises sera de **trouver le bon équilibre entre innovation et humanisation**, afin de concevoir des événements hybrides toujours plus performants et immersifs pour préserver la richesse des échanges professionnels.

Témoignages

Toujours au service du client et de sa satisfaction avant tout



Transformation de la vision en réalité

« Un grand merci à l'équipe de Virteem, notamment aux photographes spécialisés en imagerie 360°, dont le **travail minutieux** a permis de capturer des **panoramas de qualité**, offrant aux utilisateurs une expérience immersive et réaliste. Un remerciement particulier à Marie pour la gestion de projet et à l'équipe de développement qui ont **transformé cette vision en réalité**. »

Equipe de l'Office de Tourisme Métropolitain de Nice



La souplesse, la bonne humeur et la réactivité

« Pour la **deuxième année de collaboration**, nous sommes à nouveau contents du résultat pour la journée portes ouvertes. **La souplesse, la bonne humeur et la réactivité de l'équipe** jusqu'au dernier moment est très appréciable. »

Laetitia MERCIRIS
Responsable digital



Accompagnement, conseils et expertise technique

« Nous sommes vraiment satisfaits de cette solution. Le choix du prestataire était surtout de **bénéficier d'un accompagnement, de conseils et d'expertise technique**. Nous avons eu une **solution innovante** qui répond à nos attentes et qui est **évolutive**. »

Laurent LAVAL

Ils nous font confiance

*Depuis 2012, nous travaillons avec tous les secteurs d'activité
(Territoires, Industries, Commerces, Ecoles, Promotion Immobilière, Formation)*



Nous contacter



Notre site internet

<https://www.virteem.fr>

Nous Contacter

+33492380606

contact@virteem.com

Suivez-nous sur les réseaux sociaux

pour découvrir toutes nos réalisations



Nos Agences

Nous sommes implantés dans toute la France,
en Suisse et dans les DOM-TOM