

LA PAROLE À RICHARD LATIERE DE LA SAFIM, LAURÉAT DES PRIX UNIMEV 2014



Publié le 30/09/2014

Certes il y a le business, mais les métiers de l'événement, c'est un virus qu'on attrape pour la vie : tant de projets, de souvenirs, de rencontres, de personnalités, de nationalités, de milieux, des politiques, des visiteurs ou des exposants !

Le projet

Dans le cadre de Marseille Capitale européenne de la Culture, la Foire se positionne plus que jamais comme un acteur majeur de sa Ville. La Foire, chaque année, doit « donner le la ! », la « couleur » à la ville.

Au terme des réflexions menées sur le repositionnement de la Foire, il apparaissait nécessaire de donner une couleur, une identité propre à chaque édition de l'événement.

Après la Foire de Marseille 2012 « la Gourmande » s'inscrit Foire de Marseille 2013 « La Créative ». Outre le suivi de la stratégie déterminée, ce choix est d'autant plus cohérent avec la désignation de Marseille comme Capitale européenne de la culture 2013.

Les actions de communication déployées pour ancrer l'identité de la foire ont été : la création d'un Buzz Réseaux sociaux, un teasing événementiel, la production d'une avant-première : la Foire « hors les murs », l'organisation d'une soirée d'ouverture à grand spectacle, la création d'un restaurant gastronomique éphémère en collaboration avec les chefs de renom régionaux, la conception d'un programme d'animations inédit pour les visiteurs 100% créatif, l'exploitation de la marque « Foire de Marseille » avec la création de la boutique Foire proposant à la vente un catalogue d'objets promotionnels, et enfin la mise en place d'un parcours créatif parmi les exposants afin de valoriser leurs initiatives créatives.

INTERVIEW

Richard LATIERE a un parcours comme on n'en trouve que dans les métiers de l'événement !

Entré comme menuisier en 1973 au Parc Chanot, son talent, sa passion et son travail l'ont mené petit à petit à gravir les échelons, en devenant responsable des équipes aménagement, puis directeur technique et enfin depuis les années 2000, Directeur des manifestations de la [SAFIM](#).

Hélène CAÏCO, Responsable de la Communication, a également rejoint la SAFIM pour un stage de fin d'étude il y a 12 ans, et n'a plus jamais quitté les lieux.

C'est ce binôme passionné, accompagné de leur équipe d'une douzaine de personnes, avec le soutien de Catherine Casadeï, Directrice générale déléguée et du consultant Georges LEWI dans le cadre du GOF, qui a décidé de repositionner la Foire de Marseille.

Après « La Gourmande » en 2012, c'était au tour de « La Créative » en 2013, et elle a séduit le jury des Prix UNIMEV 2014 !

Un succès d'équipe

En effet, la SAFIM a été motivée par une envie et un besoin de dynamiser la Foire de Marseille et ce notamment pour renouveler l'intérêt du public

D'après Richard LATIERE, même si la marque Foire existe et que les Marseillais sont très attachés à cette grand-messe annuelle, il faut la faire vivre, avec de nouveaux concepts, de nouveaux contenus. Pour certaines foires ce sont des thématiques pays, pour d'autres des expositions, pour la SAFIM, depuis 2012, il s'agit d'« humaniser » la Foire !

Car si la réussite d'un événement de ce type est une alchimie entre les exposants, les visiteurs, et le contexte économique, c'est aux organisateurs de la foire d'être moteur.

Et le succès fût au rendez-vous : grâce à ce repositionnement et à de nombreux investissements, la courbe de fréquentation est repartie à la hausse !

Quelle satisfaction pour un travail de longue haleine : une avant-première le temps d'un week-end délocalisée sur le port qui a attiré près de 3000 personnes, la fréquentation de la Foire à la hausse, et pour couronner le tout, une reconnaissance par ses pairs via les Prix UNIMEV.

L'année prochaine, pour ses 90 ans, la foire de Marseille sera « La Joyeuse ! », pour poursuivre cette dynamique de lutte contre la morosité et revenir au rôle social de la foire qui est de faire vivre des moments heureux et festifs. L'aspect commercial ne suffira jamais à satisfaire les envies des visiteurs.

L'adrénaline comme moteur

Certes il y a le business, mais pour Richard LATIERE, les métiers de l'événement, c'est un virus qu'on attrape pour la vie : tant de projets, de souvenirs, de rencontres, de personnalités, de nationalités, de milieux, des politiques, des visiteurs ou des exposants !

Et puis les « foireux », c'est une grande famille : on se connaît, on partage, on s'épaule ; le dynamisme du GOF en est une belle preuve.

Enfin, ce sont des métiers de création, de façonnage, qui sont aussi satisfaisants qu'excitants.

Richard LATIERE illustre cela par deux anecdotes :

En 1991, la Guerre du Golfe a conduit à l'annulation de 6 mois d'événements. En 40 ans de carrière il ne s'est jamais autant ennuyé !

A l'inverse, en 2007, alors que certains matchs de la Coupe du Monde de Rugby se tenaient en même temps que la foire, il avait décidé d'élargir les horaires d'ouverture pour accueillir les supporters à la sortie des matchs en leur permettant, sur présentation de leur billet de match, d'entrer sur la foire. Une immense foule s'est rassemblée à l'issue d'un match avec la France : ils ont décidé d'ouvrir les portes de la Foire, et la fête s'est poursuivie, mêlant supporters, visiteurs et exposants !

Pour Richard LATIERE, les hommes et les femmes voudront toujours se rassembler, se serrer la main, se rencontrer. Et c'est aux professionnels de savoir créer l'expérience et l'attraction, en même temps que le commerce.

Nous remercions Richard LATIERE et Hélène CAÏCO pour leur disponibilité.