



Les loisirs et la restauration à l'honneur au MAPIC 2023

Cette année, l'édition accueillera Netflix, Tomorrowland Leisure et Big Mamma, et publie des études exclusives sur les loisirs et la restauration

Cannes, le 12 octobre 2023 – Le MAPIC 2023 a placé les loisirs et la restauration au coeur de l'édition 2023 au travers de deux espaces dédiés sur le salon et de données provenant d'études exclusives réalisées pour le MAPIC. Le salon accueillera également des conférenciers représentant de grandes marques mondiales, dont Netflix, Tomorrowland Leisure et le groupe Big Mamma.

Les deux espaces d'exposition dédiés et les programmes de conférences consacrés à LeisurUp by MAPIC et The Happetite Forum permettront aux participants de découvrir les dernières innovations et les concepts émergents des secteurs du loisir et de la restauration, les stratégies des grandes marques ou encore de comprendre comment les destinations adaptent leurs approches et capitalisent sur les opportunités.

LeisurUp by MAPIC

LeisurUp by MAPIC, dédié au secteur des loisirs, accueillera pour la première fois Tomorrowland Leisure, filiale du festival mondial de musique Tomorrowland, qui présentera son projet LIFE, un aqua concept de parc d'attraction dont le premier projet en développement est situé à Kownaty en Pologne, à 30 km de la frontière allemande. Cette destination incarnera l'esprit du festival de musique Tomorrowland dans un lieu où la joie, l'émerveillement et l'expérience seront au premier plan.

Le LeisureUp accueillera également pour la première fois la plateforme Netflix avec Christine Wacker*, Director of Business Development - Consumer Products Experiences and Live Experiences. Elle expliquera comment des séries télévisées à succès peuvent être transformées en expériences de loisirs. Sous la direction de Christine Wacker, Netflix a développé de nouveaux marchés avec ses concepts originaux, notamment Stranger Things : The Encounter à Singapour, La Casa De Papel Experience en Arabie Saoudite, Stranger Things Immersive retail au Brésil et Squid Game VR sur 40 emplacements Sandbox dans le monde entier.



En amont du salon, le MAPIC publie un Livre Blanc consacré aux loisirs et réalisé en collaboration avec Leisure Development. L'étude montre comment les activités de loisirs peuvent contribuer à élargir la taille de chalandise d'une destination commerciale, étendre la durée de visite ou contribuer au merchandising mix. Cette étude exclusive illustre que 54 % des 18-25 ans et 40 % des 26-35 ans visitent plus fréquemment un centre-ville ou un centre commercial si celui-ci propose également des activités de loisirs. Le Livre Blanc révèle également que si les cinémas et les jardins intérieurs présentent un attrait transgénérationnel, ce sont les activités basées sur les compétitions en groupe, les parcs d'attractions et le bowling, qui suscitent le plus l'intérêt de la génération Z et des millenials.

Voir étude complète en PJ.

The Happetite Forum by MAPIC

The Happetite Forum by MAPIC, consacré au secteur de la restauration, vise à accélérer l'expansion des chaînes de restaurants dans les destinations commerciales et urbaines. Son programme de conférences et d'événements de networking mettra en vedette certaines des marques de restauration internationales parmi les plus dynamiques, et permettra aux participants de découvrir les dernières tendances, de l'attention toujours croissante des consommateurs sur la durabilité et les pratiques éthiques à l'évolution des concepts et formats de restauration. Les sessions offriront des informations précieuses sur la manière dont les grandes marques développent leur offre et celle dont les destinations s'adaptent pour répondre à l'évolution de ces besoins.

Tigrane Seydoux, l'un des fondateurs du groupe Big Mamma, ouvrira le Forum** pour partager sa vision sur l'avenir du secteur de la restauration et les principaux défis qui attendent celui-ci dans les années à venir.

Fondé en 2013 par Victor Lugger et Tigrane Seydoux, le groupe Big Mamma Group compte plus de 20 trattorias, des bars et des emplacements dans des halles alimentaires à Londres, en France, en Allemagne et en Espagne. Spécialisés dans les recettes italiennes authentiques, ses restaurants se consacrent à rendre la bonne cuisine accessible à tous. Certifié B Corp, le groupe est évalué pour ses initiatives en matière de RSE, mais aussi pour son impact réel et ses contributions positives.

[En savoir plus sur le groupe Big Mamma.](#)

Whitespace Partners, partenaire du MAPIC, a consacré une étude au marché de la restauration et a analysé 50 marques et un total de 140 développements internationaux pour mieux comprendre quels concepts réussissent, dans quelles régions et sous quel format. L'étude révèle que le modèle d'expansion privilégié est la franchise, suivi du développement en direct puis de la création de partenariats. L'étude a notamment interrogé des dirigeants tels que John Eckbert, PDG de Five Guys Europe, Michael Kark, Chief Global Licensing Officer chez Shake Shack, et Stéphane Klein, directeur général de Pret A Manger (Europe).

À partir de ces échanges, l'étude dégage neuf points clés dans le cadre d'un développement international : être objectif dans la prise de décision stratégique ; penser comme un local ; apprendre du passé et des échecs ; connaître ses concurrents ; les équipes font la réussite ; choisir le bon modèle de croissance ; définir sa stratégie immobilière et sa chaîne d'approvisionnement ; préparer son équipe ; et développer sa visibilité.

[Lire l'étude](#)

* *Mardi 28 novembre à 14h30*

***Mercredi 29 novembre à 10h00*

Le MAPIC aura lieu du 28 au 30 novembre au Palais des Festivals de Cannes.

Plus d'informations sur : <https://www.mapic.com> et photos sous [ce lien](#)

Découvrez le parcours de conférences, l'espace événementiel et d'exposition dédié aux acteurs de l'immobilier et aux opérateurs de loisirs : <https://www.leisurup.com>

A propos de RX

RX est au service du développement des entreprises, des collectivités et des individus. Nous associons à la force des événements en face à face, les données et les produits digitaux qui permettent d'aider nos clients à comprendre les marchés, à rechercher des produits et à effectuer des transactions avec plus de 400 événements présents dans 22 pays et 43 secteurs d'activité.

RX France organise des événements en face-à-face, digitaux ou hybrides, leaders sur une quinzaine de marchés différents. Parmi les salons emblématiques de RX France et incontournables sur le plan national et international, figurent MIPIM, MAPIC, Batimat, Pollutec, EquipHotel, SITL, IFTM Top Resa, MIPCOM, MIPTV, Paris Photo, Maison&Objet* et bien d'autres... Nos événements se déroulent en France, en Chine, en Italie, au Mexique et aux États-Unis.

La volonté de RX est d'avoir un impact positif sur la société et de créer un environnement de travail inclusif pour tous nos collaborateurs.

RX fait partie de RELX, leader mondial d'outils d'analyse et de décision basés sur l'information et les données pour des clients professionnels.

www.rxglobal.com

* organisé par la SAFI, filiale de RX France et Ateliers d'Art de France