Eva Expo à Zellwiller

À la croisée des champs et des espaces verts

Le 11 mars, Eva Expo a réuni pour sa première édition à Zellwiller 14 partenaires et 29 marques autour d'un concept novateur : fédérer les professionnels de l'agriculture, des espaces verts, des terrains de sport, de la viticulture, de l'arboriculture et de la sylviculture dans un même événement. Une initiative qui ambitionne déjà de s'exporter dans d'autres régions françaises.

Un salon pour les regrouper tous. C'est l'idée astucieuse qu'a eu Jean-François Hoerlé en imaginant Eva Expo, le premier événement professionnel dédié aussi bien aux espaces verts, aux terrains de sport, qu'à l'agriculture, la viticulture, l'arboriculture et la sylviculture. La première édition organisée le 11 mars à Zellwiller lui a permis de concrétiser cette idée mûrie de longue date. Fort de ses 25 années d'expérience en tant que responsable marketing chez Etesia, Jean-François Hoerlé a créé sa propre société, JFH Conseil, il y a deux ans. « Je me suis dit, je vais faire ce que j'aime faire. Je sais bien organiser des événements, je sais bien communiquer, mettre en groupe des collectifs d'entreprises avec des offres complémentaires », explique-t-il.

L'originalité d'Eva Expo réside dans son approche mixte alliant présentiel et digital : « Je mélange le distanciel avec une communication digitale nationale via des articles que je rédige moi-même, et une partie présentielle avec un événement local comme celui d'aujourd'hui », précise-t-il. Cette stratégie multicanale se matérialise à travers deux outils complémentaires : Eva. expo pour la partie événementielle et Eva. news, une newsletter d'information destinée aux professionnels, avec des éditions spécifiques pour chaque domaine d'activité. Étant alsacien, Jean-François Hoerlé a naturellement choisi Zellwiller pour lancer son concept, un lieu « bien placé géographiquement, au milieu de l'Alsace », et où il avait déjà organisé des événements qui s'étaient « bien passés ». Ce choix est aussi personnel : « Mon père, André Hoerlé, était agriculteur. C'était une figure de l'agriculture alsacienne avec son cousin Jean-Pierre. Eva, c'est la rencontre entre mon univers professionnel et le sien. Ce salon lui est dédié. »

En créant Eva Expo, Jean-François Hoerlé a voulu créer un événement qui soit multifilières. © Nicolas Bernard

Ce qui devait être un événement de taille modeste a rapidement pris de l'ampleur. « Je pensais avoir cinq, six partenaires maximum. Et là, j'en suis à 14 partenaires qui représentent maintenant 29 marques », se réjouit Jean-François Hoerlé. « J'ai convaincu mes anciens partenaires qui en ont parlé à leurs réseaux, j'ai démarché d'autres. J'ai même dû, à un moment donné, refuser une ou deux marques parce que c'était trop court pour les intégrer dans le concept. » Au total, ce sont 300 visiteurs professionnels, avec une prépondérance de collectivités locales, qui se sont déplacés pour assister à cette première édition. Jean-François Hoerlé précise toutefois que « c'est quand même assez équilibré. Il y a des agriculteurs, des viticulteurs, des paysagistes, des centres d'aide par le travail, des semi-professionnels… »

L'entreprise Bugnot a présenté le broyeur Glouton ainsi qu'une charrue de six mètres destinée aux agriculteurs.

Une approche multicanale et professionnelle

Dans un monde où les canaux de communication se multiplient, Jean-François Hoerlé refuse les positions radicales : « La com il y a trente ans, c'était beaucoup plus simple, il n'y avait que du print. Entre-temps, Internet s'est démocratisé et beaucoup ont axé exclusivement leur communication vers le numérique. Moi, je reste persuadé qu'en 2025, il faut surtout avoir une stratégie multicanale forte ». Cette conviction se traduit par son approche éditoriale pour Eva. news : « Je rédige des articles de fond sur des thématiques. C'est du marketing de contenu », explique l'organisateur. La campagne digitale, lancée en janvier, a livré des contenus techniques – comme une synthèse sur les motorisations propres en février.

Présent aux côtés de la marque Kioti, le représentant de l'entreprise Trompeter, Pascal Trompeter, voit d'un bon œil cette manifestation qui permet de regrouper au même endroit plusieurs secteurs d'activité finalement très proches. « Dans mon cas, j'ai fait le choix de diversifier les matériels que je vendais pour toucher des publics divers, des agriculteurs aux collectivités. Et c'est ça qui est bien aujourd'hui, c'est qu'on peut parler à tout le monde. Il y a pas mal de représentants de communes qui sont là, des élus, en plus d'utilisateurs qui viennent découvrir les nouveautés. Ce n'est certes pas la Foire aux vins de Colmar, mais cela reste un salon très sympa, axé vers les professionnels. »

Dans un contexte où le marché agricole est sous pression, Pascal Trompeter souligne l'importance stratégique des collectivités : « Elles représentent une opportunité majeure. Il faut constamment proposer des innovations pour rester dans la course ». Le format d'Eva Expo est particulièrement adapté selon lui : « Ici, c'est vraiment professionnel, orienté collectivités et espaces verts, avec un public qui recherche des solutions spécifiques comme les équipements électriques ou les systèmes à batterie ».

Une ambition d'envergure nationale

Jean-François Hoerlé ne compte pas s'arrêter là. Il envisage de développer ce concept à l'échelle nationale : « Le but, c'est qu'on fasse deux journées comme ça, dans des régions différentes. Je commence par l'Alsace, et en novembre 2025, on va faire sûrement dans le nord de la France ». Pour cette prochaine édition, il souhaite « créer un esprit d'équipe, de cohésion » entre les partenaires, comme il avait réussi à le faire dans son ancienne entreprise : « J'organisais les Mive (Matinées innovation espace vert). À un moment donné, il y avait un vrai esprit de cohésion. Ils aimaient se retrouver, se connaître entre eux ».

Une seconde édition en Alsace est déjà prévue, mais plutôt dans deux ans, et toujours à Zellwiller. « Tous les ans, je trouve que c'est un peu beaucoup, surtout pour les professionnels. Mais tous les deux ans, c'est bien. Le but, c'est de faire un rendez-vous qui s'inscrive dans la durée. » Eva Expo semble ainsi avoir trouvé sa place dans le paysage des événements professionnels agricoles et d'espaces verts, comblant un vide dans l'offre existante tout en privilégiant une approche humaine que Pascal Trompeter défend ardemment : « Je pense que le côté humain, le relationnel, c'est important et c'est une part très importante dans les démarches de vente. Ce sont nos expériences qui nous ont toujours inculqué ces belles valeurs humaines de partage dans nos métiers de commerçants ».

Nicolas Bernard

Pour Pascal Trompeter (deuxième en partant de la droite), ce nouveau salon est un atout de plus pour rencontrer des représentants des collectivités.

Des solutions novatrices à l'honneur

Le premier salon Eva Expo a permis de mettre en avant des solutions novatrices. Pellenc présentait ses outils à batterie pour vignes et espaces verts, Oeliatec son système de désherbage à l'eau chaude – alternative aux herbicides –, et Bugnot son matériel robuste. Des démonstrations concrètes étaient au programme : un transporteur GKZ sur une pente, une faucheuse BFS en action, un robot Agria en autonomie. Les visiteurs ont également pu découvrir des tondeuses télécommandées (Raymo, Mowrator), des broyeurs (Ohashi, Röll) et divers tracteurs compacts (Tracto Vigne).

Un nom évocateur pour un public diversifié

Le nom « Eva » n'a pas été choisi au hasard : il signifie « Espace vert agriculture ». Ce choix reflète la vision de Jean-François Hoerlé qui a analysé les offres des entreprises du secteur : « Elles ont, pour la plupart, une offre pour l'agriculture, une pour la viticulture, une pour la sylviculture, etc. Mais il n'y avait jusqu'alors pas vraiment d'événement qui réunissait tous ces domaines d'activité au même endroit ».

L'entreprise Aspen a mis en lumière son essence alkylate, un carburant « propre », sans benzène ni composés toxiques, qui réduit les émissions d'ozone de plus de 40 %.