

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Petit stand, grand impact : LED Visual Innovation dévoile 5 astuces pour attirer tous les regards sur les salons professionnels



Comment attirer les regards, se démarquer de ses concurrents et donner envie aux visiteurs de s'arrêter quand on ne dispose que de quelques mètres carrés ?

Sur un salon professionnel, la visibilité ne dépend pas uniquement de la superficie du stand.

Spécialiste des écrans LED, LED Visual Innovation (LVI) partage cinq solutions pour transformer les contraintes d'espace en opportunités de communication, sans nécessairement augmenter son budget ni encombrer son stand.

Sur un salon professionnel, chaque mètre carré doit devenir un atout pour attirer les visiteurs

Un stand de quelques mètres carrés, un budget maîtrisé, des concurrents qui rivalisent de créativité : pour de nombreux exposants, participer à un salon professionnel relève d'un véritable exercice d'équilibriste.

Il faut présenter son offre, affirmer son identité, attirer les visiteurs et créer les conditions d'une conversation commerciale. Le tout sans transformer son espace en parcours d'obstacles.

La difficulté ? Être suffisamment visible pour susciter la curiosité, tout en restant suffisamment accessible pour accueillir ceux qui s'arrêtent.

C'est précisément sur cet équilibre que travaille LED Visual Innovation. Plutôt que de multiplier les supports de communication, l'entreprise propose de les intégrer aux éléments qui composent déjà le stand.

« Sur un petit stand, chaque élément doit être utile. Une paroi peut présenter un produit, un comptoir peut porter l'identité de la marque et un écran en hauteur peut aider à repérer l'emplacement. Nous partons du parcours du visiteur pour choisir la bonne configuration », explique Maxime Mussard, Directeur Général de LED Visual Innovation.

1. Et si les murs du stand devenaient ses meilleurs commerciaux ?

Plutôt que d'ajouter des supports devant les cloisons, pourquoi ne pas transformer directement celles-ci en surfaces d'affichage ?

Un mur LED permet de diffuser plusieurs contenus sur un même espace : démonstrations, nouveautés, univers de marque… Il peut même devenir immersif lorsque plusieurs parois sont équipées d'écrans synchronisés.

L'exemple LVI : au Luxe Pack Monaco 2026, Nimetex a bénéficié d'un mur LED de 4 × 2,50 mètres, intégré à l'architecture de son stand. Un principe adaptable à des formats plus compacts.

2. Un écran de 2,25 m² peut suffire à changer la perception d'un stand

Pas besoin d'un écran géant pour créer un point d'attention.

Intégré directement dans une cloison, un écran compact permet de valoriser un produit ou une démonstration sans empiéter sur l'espace d'accueil. L'essentiel réside dans son emplacement et la pertinence des contenus diffusés.

L'exemple LVI : au SIAL Paris 2026, un écran de seulement 1,50 × 1,50 mètre, soit 2,25 m², a été intégré dans une cloison pour Newspaces.





3. Sortir du cadre : quand les écrans incurvés donnent du relief à la communication

Dans un environnement dominé par les lignes droites, un écran incurvé peut créer une rupture visuelle intéressante.

En épousant les formes du stand, il apporte du relief à la scénographie et donne une nouvelle dimension aux animations, à condition de préserver la lisibilité des contenus depuis les allées.

L'exemple LVI : pour LCD Vision, LVI a installé un écran incurvé de 6 × 2,50 mètres lors d'une inauguration sur le site Airbus Dewoitine, à Toulouse. Une expertise transposable aux stands selon leur configuration.



4. Sortir des formats classiques : quand les colonnes LED deviennent des aimants à regards

Pourquoi se limiter aux écrans plats et rectangulaires ? Sur un petit stand, l'originalité peut aussi venir de la forme donnée à l'affichage.

Colonnes LED, structures verticales ou installations sur mesure permettent de créer des points d'attention inattendus, sans nécessairement mobiliser une grande surface au sol. Visibles sous différents angles, ces dispositifs deviennent de véritables éléments de scénographie, capables de donner du relief à l'univers d'une marque.

L'exemple LVI : à la Japan Expo, LED Visual Innovation a réalisé pour eBay une installation sous forme de colonnes LED, illustrant comment des structures originales peuvent capter l'attention et singulariser un espace d'exposition, même lorsque les mètres carrés sont comptés.

5. Quand la place manque au sol, pourquoi ne pas prendre de la hauteur ?

L'idée : suspendre l'affichage pour être repéré depuis les allées, sans mobiliser davantage de surface au sol.

Dans un salon très fréquenté, la première bataille se joue parfois bien avant que le visiteur n'arrive devant le stand.

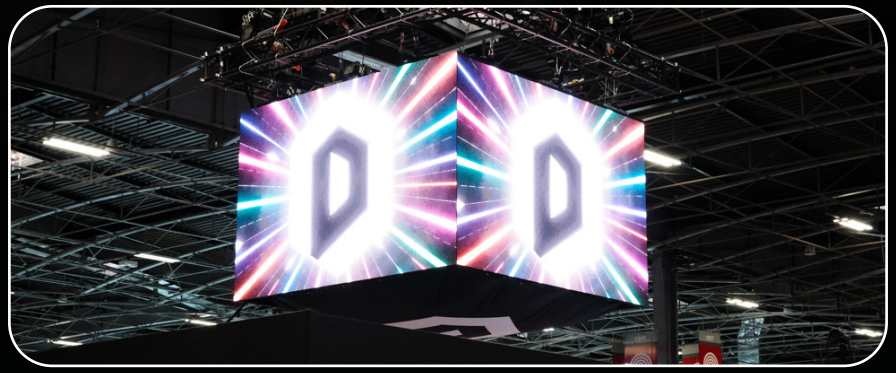
Pour être identifié à distance, l'affichage peut quitter les murs et prendre de la hauteur.

Suspendus au-dessus de l'espace d'exposition, les écrans LED permettent de diffuser un message visible selon plusieurs axes de circulation, tout en laissant le sol disponible pour les produits, les démonstrations et les échanges.

Deux réalisations illustrent cette approche :

- Paris Games Week 2026 : LVI a installé pour Corsair un écran suspendu de 4 × 2,50 mètres ;
- JouéClub : un cube LED à quatre faces a été associé à un écran intégré dans une cloison, permettant de multiplier les angles de visibilité.

Une solution qui nécessite toutefois d'anticiper les contraintes techniques du salon : possibilités d'accroche, structure, sécurité et coût de suspension.





6. Et si le sol devenait lui aussi un écran ? L'immersion jusque sous les pieds des visiteurs

Pour surprendre les visiteurs, l'affichage LED peut également investir un espace souvent inexploité : le sol du stand.

Grâce aux dalles LED intégrées au plancher, il devient possible de créer des animations visuelles qui prolongent l'univers de la marque et donnent une nouvelle dimension à l'expérience. Jeux de profondeur, effets de mouvement ou décors animés : le sol devient un élément de scénographie à part entière, sans ajouter de supports encombrants.

L'exemple LVI : au salon Play in Paris 2026, LED Visual Innovation a déployé un sol LED pour le stand Bob l'éponge, illustrant comment l'affichage peut transformer une surface de circulation en véritable expérience immersive.

Au-delà de l’effet « waouh », un objectif : transformer les regards en rencontres

La technologie ne fait pas tout. Un écran peut attirer l’œil, mais c’est la clarté du message et la qualité de l’accueil qui donnent envie de prolonger la visite.

Pour LVI, trois questions doivent guider chaque projet :

- **Que doit comprendre le visiteur depuis l’allée ?** Le message doit être immédiatement identifiable ;
- **Quel contenu mérite d’être animé ?** Une démonstration pertinente vaut parfois mieux qu’une accumulation d’effets ;
- **Comment préserver l’espace commercial ?** Le dispositif doit faciliter les échanges, pas les entraver.

La location d’écrans LED permet par ailleurs d’envisager ces installations pour un événement ponctuel, sans investissement dans l’achat de matériel. Le budget reste à apprécier dans sa globalité, en intégrant les contenus, la structure et l’installation.

« Le bon dispositif doit donner une raison de s’arrêter. Un message lisible, une démonstration claire et un espace accueillant permettent à l’équipe commerciale de prendre le relais. C’est autour de cet objectif que nous dimensionnons le projet », souligne Maxime Mussard.





À propos de LED Visual Innovation

LED Visual Innovation accompagne les entreprises, agences et standistes dans la location, la vente et l’intégration d’écrans LED. De la préparation technique à l’installation, ses équipes interviennent sur les salons professionnels, les événements et les espaces permanents.



LED VISUAL
INNOVATION

Pour en savoir plus

Site web

Contact presse

Alice Delacroix-Verchet

alice@edissio.com

09 52 93 08 31

Réalisé par **Mon studio graphique**