



## Le design de stands au cœur d'un écosystème vertueux et durable

Article sponsorisé par 2B

Quelle est la raison d'être de 2B ?

Notre métier : scénariser des lieux de rencontres. Un stand n'est pas un objet, c'est un univers conçu pour favoriser les échanges qui doivent déboucher sur du business : nous créons les conditions optimales pour que nos clients développent leur image et concrétisent des affaires, en toute sérénité, en laissant une empreinte mémorielle forte auprès des visiteurs. Cette raison d'être commande deux choix structurants. D'abord, la RSE qui n'est pas un argument ajouté en fin de projet : elle est le point de départ de l'éco-conception, chez 2B comme dans chacune des sociétés que nous avons choisi de réunir. Ensuite, la technologie est mise au service de la relation. Nous sommes passés de l'ère de la maquette à la modélisation 3D, et nous intégrons aujourd'hui du design à l'installation de stands l'IA dans nos process : analyse de marque, conception, chiffrage, suivi de projet. Jamais l'IA ne remplacera l'humain. C'est un accélérateur qui rend du temps aux équipes pour écouter le client, soigner l'exécution et mieux se mettre au service de. Avec des salons comme [Vivatech](#), le SIAE, Batimat, le Salon de l'Agriculture, le CES ou l'ESCMID Global, nous réalisons plus de 1 200 opérations par an, en France et à l'international.

Comment structurez-vous la croissance de l'écosystème ?

Depuis 2023, notre chiffre d'affaires progresse constamment pour atteindre 15,3 millions d'euros au sein de l'écosystème. Cette dynamique est née d'un projet d'entrepreneurs : créée en 1991, l'entreprise a été reprise en 2022 par deux de ses salariés, Nicolas Colsch et Stéphane Guégan, au moment du départ en retraite des fondateurs, via un LBO. Collègues depuis vingt ans en tant que standiste professionnel, nous avons aussitôt été rejoints par Simon Morin. Reprendre sa propre entreprise change le rapport au temps : on investit pour dix ans, pas pour un exercice. Nous avons donc structuré avant d'accélérer. Un plateau de 800 m<sup>2</sup> à Clichy, propice à l'inspiration et à l'émulation professionnelle ; un bâtiment de stockage de 1 200 m<sup>2</sup> à Beauchamp (95) et un second entrepôt de 600 m<sup>2</sup> à Montpellier, livré fin novembre 2026 pour Go4Expo ; des outils numériques et de l'IA qui nous permettent de traiter les projets en maximisant l'expérience client et la qualité de travail des collaborateurs. Un système de management responsable assumé, qui nous vaut d'être labellisés Great Place to Work. Aujourd'hui, nous stabilisons l'organisation autant que nous préparons les prochaines étapes.

L'international, qui place le savoir-faire français comme atout, se positionne-t-il comme un levier de croissance ?

Notre terrain, c'est d'abord l'Europe : Allemagne, Belgique, Espagne, Italie et au-delà. L'international pèse déjà 2,5 millions d'euros de chiffre d'affaires en stands traditionnels, modulaires et sur mesure. Cela constitue notre principal axe de croissance. Nous accompagnons nos clients français sur les grands salons internationaux, au Moyen-Orient entre autres (Dubai, Qatar, Émirats Arabes Unis) même si les tensions régionales mettent ce marché en suspens, et aux États-Unis grâce à



Go4Expo. Ce que nous exportons, c'est un savoir-faire français : l'exigence de design, la maîtrise technique et réglementaire, le sens du détail et de l'accueil. Dans un marché international fortement concurrentiel, cette French Touch fait notre différence, d'autant qu'elle s'accompagne d'un niveau d'exigence environnementale que peu d'acteurs proposent hors de nos frontières. Nos clients retrouvent partout le même interlocuteur, les mêmes standards, et toujours le même design de stand, réemployé d'un pays à l'autre.

Comment résolvez-vous votre équation : l'art de faire durer l'éphémère ?

C'est le paradoxe de notre métier : construire pour trois jours, penser pour dix ans. Nous le résolvons en sortant de la logique du stand jetable. Les contrats cadres que nous signons avec nos clients récurrents sécurisent notre activité, permettent de piloter leur budget en contrôlant les amortissements et rendent possible une réponse réellement écologique : nous réutilisons et upcyclons les stands, que nous conservons dans notre bâtiment de Beauchamp. Le numérique y contribue aussi : valider un projet en 3D, c'est éviter des prototypes et des transports inutiles. Nous sommes certifiés ISO 20121 depuis 2016 et distingués par la médaille d'or EcoVadis pour nos achats responsables. Enfin, chaque client dispose d'un interlocuteur unique, de la conception à la facturation, pour allier proximité et sobriété. L'éphémère devient alors un actif que l'on fait durer, pas un déchet que l'on produit.

Citation : « C'est cette combinaison entre la capacité à imaginer et la capacité à réaliser qui fait notre expertise et donc notre valeur. »

Encadré : L'écosystème 2B

Inscrits parmi les standistes professionnels les plus reconnus en France, l'agence de design de stand 2B crée autour d'elle un véritable écosystème. En effet, les dirigeants de 2B se rapprochent uniquement des entrepreneurs chez qui l'engagement responsable est natif, pas déclaratif. « D'abord Go4Expo, fondée par Steven Bellec en 2021 à Montpellier. Il œuvrait auparavant chez l'un de nos principaux fournisseurs. Lorsqu'il s'est lancé, nous l'avons accompagné, puis nous sommes entrés à 51 % du capital en 2024 », indique Nicolas Colsch. Une société jeune, construite dès l'origine sur des standards de réemploi et une organisation digitale, qui apporte aussi une belle pénétration du marché des primo-exposants et du marché nord-américain. « En septembre 2025, nous sommes entrés à 35 % du capital de Tcheen, agence événementielle durable basée à Bordeaux, dont la raison d'être est l'événement éco-responsable : elle fédère aujourd'hui 1 500 prestataires inscrits dans cette dynamique », poursuit Simon Morin. Ces rapprochements permettent un maillage national à ambition internationale : six agences à Clichy, Montpellier, Bordeaux, Lyon, Aix-en-Provence et Rennes, pour un chiffre d'affaires cumulé de 15,3 millions d'euros. « Notre volonté est de réunir des entrepreneurs qui partagent les mêmes valeurs et complètent l'offre pour le bénéfice de nos clients », ponctue Stéphane Guégan. D'autres rapprochements dans le même esprit pourront aboutir dans les années à venir.

La rédaction n'a pas participé à la réalisation de cet article