

Temps forts

Avec 945 manifestations et près de 3'000 projets dans le domaine des Live Marketing Solutions, de nombreux temps forts ont bien sûr particulièrement marqué l'exercice 2018.

Les foires Art Basel à Bâle, Miami Beach et Hong Kong et la première des Art Basel Cities à Buenos Aires, le premier Masterpiece London avec participation de MCH Group, le lancement de MCH Global en tant que nouvelle agence «full service» dans le domaine du marketing expérientiel ainsi que de nombreuses grosses commandes dans la construction d'expositions et d'événements comptent non seulement parmi les faits marquants de 2018, mais jouent également un rôle important dans la nécessaire priorisation des initiatives stratégiques.



Art Basel in Hong Kong

Quelques temps forts de 2018

Art Basel: consolidation de la position de leader mondial



Art Basel à Hong Kong

Présentations exceptionnelles des plus grandes galeries du monde, plus de 255'000 visiteurs, des chiffres de vente élevés dans tous les segments de marché. Les trois foires à Bâle, Miami Beach et Hong Kong ont une fois de plus permis à Art Basel de connaître une excellente année et de consolider sa position de plateforme leader du marché mondial de l'art.

La foire de Miami Beach en décembre s'est déroulée pour la première fois dans le Miami Beach Convention Center (MBCC) rénové, avec un agencement plus spacieux et un nouveau design, ce qui a été très bien accueilli par les exposants et les visiteurs. Dans la «Grand Ballroom», également dotée d'un nouveau design, une installation de grande envergure a pu avoir lieu pour la première fois.

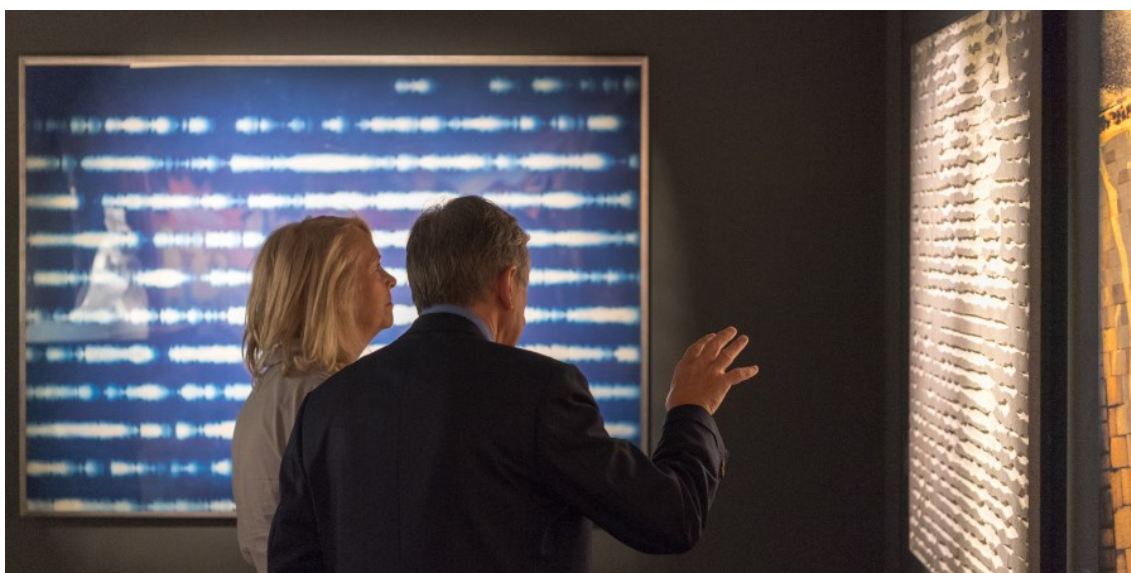


Art Basel Cities - Buenos Aires

Une autre première a été l'Art Basel Cities Week à Buenos Aires, une semaine pleine d'inaugurations d'expositions et de visites guidées, de conférences, d'ateliers ouverts et de fêtes en septembre. Le clou: Hopscotch, une exposition sur trois quartiers de la ville et en même temps un voyage vers des places et des parcs, des bâtiments et des sites industriels désaffectés. Avec l'Initiative Art Bâle Cities, Art Basel élargit son engagement dans le monde de l'art, de l'organisation de foires d'art à la collaboration avec des villes pour développer des programmes sur mesure et ouvrir au monde de l'art de nouvelles possibilités de se confronter aux offres culturelles des villes. Buenos Aires a été la première ville avec laquelle Art Basel Cities a développé une initiative pluriannuelle.

La position de leader mondial d'Art Basel devra encore être renforcée en mettant l'accent sur les foires existantes, en poursuivant les Art Basel Cities et en développant d'autres initiatives qui seront communiquées en temps utile.

Masterpiece London: nombre record de visiteurs et chiffres de vente élevés



Masterpiece London

Année record pour Masterpiece London: en 2018, la première foire internationale de cross-collecting a une fois de plus dépassé le record de visiteurs de l'année précédente. 16 pour cent d'invités en plus se rendus sur le site de l'historique Royal Hospital Chelsea. Les 160 galeries participantes ont une fois de plus enregistré des chiffres de vente élevés. Un moment fort de la foire: l'installation spécifique «Five Stages of Maya Dance» de Marina Abramovic. Factum Arte et la Lisson Gallery ont présenté ses autoportraits en albâtre et dans différents états d'esprit dans la zone d'entrée.



Masterpiece London

En 2018, Masterpiece London a eu lieu pour la première fois dans le cadre du portefeuille de «Collector Events» de MCH Group. Masterpiece London présente depuis 2010, chaque année à la fin juin, un mélange unique d'antiquités et de bijoux, d'œuvres d'art anciennes et contemporaines, de design, de céramique et bien plus encore. Les pièces de collection proviennent de 6'000 ans d'histoire de l'art. Les antiquités y ont leur place au même titre que l'art du 19ème siècle, des miroirs du 18ème siècle ainsi que des curiosités modernes. Il est prévu d'organiser Masterpiece London sur d'autres sites internationaux dans les années à venir. Elle sera étendue à Hong Kong dès 2019.

Festival Criterion: première réussie du nouveau format



Criterion

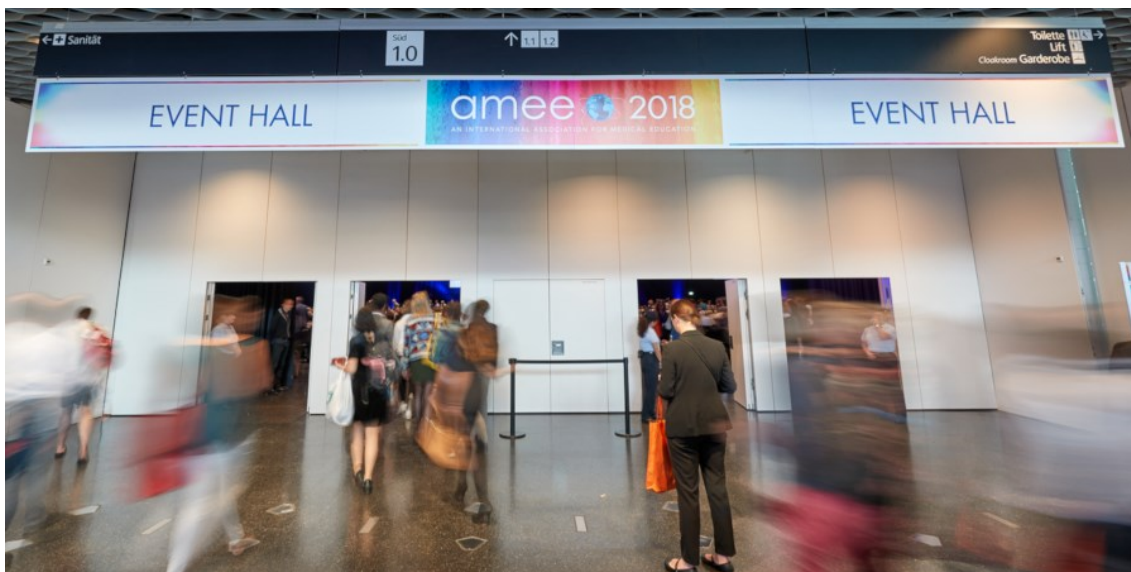
Comment voulons-nous vivre, travailler et manger dans le futur? Comment pouvons-nous rendre notre quotidien plus durable? En avril, le festival Criterion a présenté pour la première fois des solutions innovantes pour la consommation, le design, l'artisanat et la culture alimentaire. Plus de 8'000 visiteuses et visiteurs sont venus à la première du nouveau format de MCH Group à la Foire de Zurich, donnant ainsi un bon départ à ce mélange de marché, de congrès et de lieu de rencontre.

Qu'il s'agisse de spécialités de gibier faites à la main ou de chaussures sur mesure, de meubles de tous les jours intelligemment conçus ou d'élégants étuis pour smartphones: plus de 140 fabricants et revendeurs ont présenté à Criterion des produits novateurs dans les domaines du design, de la technologie, de l'artisanat et de la culture alimentaire. Plus de 160 activités, comme des exposés, des ateliers et des tables rondes, étaient également au programme. Les visiteurs ont pu voir comment des produits sont créés, poser des questions et participer activement. Ils ont pu apprendre comment cuisiner des mets délicieux à partir d'épluchures, comment la mode durable peut être chic et cool et comment vivre sans déchets. En bref: comment combiner plaisir et design avec bonne conscience.



Criterion

Formation médicale: congrès de l'AMEE avec 3'800 participants



AMEE Conference

Lorsque le plus grand événement mondial dans le domaine de la formation médicale a lieu au Congress Center Basel, c'est toute l'infrastructure de congrès qui est mobilisée. Plus de 3'800 participantes et participants venus de 90 pays se sont retrouvés fin août au Congress Center Basel pour la conférence de l'AMEE (Association for Medical Education in Europe).

Pendant cinq jours, il a été question des dernières avancées, d'idées pour le transfert des connaissances et, bien sûr, de réseautage entre les participants. Le congrès était accompagné d'une exposition de 83 stands d'exposition et 900 affiches sur 8'000 mètres carrés de surface d'exposition. Le Congress Center Basel a organisé cet événement majeur en collaboration avec Worldspan, l'agence de communication de l'AMEE.



AMEE Conference

«L'équipe du Congress Center Basel a été incroyablement serviable et efficace. La logistique et l'aménagement du Centre des congrès et de la salle événementielle ont formidablement bien fonctionné. Je reviendrai sans hésiter à Bâle et au Congress Center Basel pour un grand (ou un petit) congrès», a déclaré le responsable du congrès de l'association, saluant la coopération avec le Congress Center Basel.

L'Association for Medical Education in Europe est une association active au niveau mondial qui compte des membres dans plus de 90 pays sur les cinq continents. L'organisation réunit des professeurs, des chargés de cours, des chercheurs, des membres du gouvernement et de l'administration, mais aussi de jeunes universitaires ambitieux dans les disciplines de la médecine et de la santé. L'association organise une conférence annuelle dans une ville européenne depuis 1973.

Nouveau lancement de MCH Global en tant qu'agence de marketing expérientiel



Événement de lancement

Le 1^{er} décembre, l'heure était venue: MCH Global a été lancée en tant que nouvelle agence «full service» pour le marketing expérientiel également sur le marché suisse. L'offre de MCH Global s'étend de la stratégie à la mise en œuvre en passant par la conception. La marque Rufener a été intégrée à la marque MCH Global dans le cadre du nouveau lancement.

«L'expérience est aujourd'hui la monnaie mondiale et les émotions sont au cœur de toute expérience importante», déclare Kathrin Morlock, Managing Director de MCH Global Suisse. «Avec le marketing expérientiel, nous étendons la communication live tout au long du parcours client, pour offrir au client des espaces d'expérience virtuelle en plus de l'expérience en temps réel. Cela concerne non seulement les salons, conférences et événements, mais aussi d'autres plateformes telles que les road-shows, les boutiques pop-up, les lancements de produits in-store et plus encore».



MCH Global - Volkswagen

Au total, une cinquantaine de collaborateurs travaillent pour MCH Global sur les sites de Zurich, Dubaï, Shanghai, Hong Kong et Los Angeles.

MCH Global est la marque d'agence de MCH Live Marketing Solutions AG qui est issue du changement de raison sociale d'Expomobilia AG en novembre 2018. Il s'agissait de la première étape de la simplification prévue de la structure des sociétés LMS en Suisse, qui seront regroupées au sein de MCH Live Marketing Solutions AG au premier semestre 2019 avec effet rétroactif au 1er janvier 2019. À l'avenir, MCH Live Marketing Solutions AG opérera sur le marché avec les trois marques MCH Global, Reflection Marketing et Expomobilia.

MC² au CES 2018: des stands pour Samsung, Canon et Pioneer



MC² – Samsung – CES

Ce fut l'un des stands les plus photographiés au Consumer Electronics Show 2018 à Las Vegas: «Samsung City». Le fabricant d'électronique présentait ses produits, smartphones, téléviseurs et innovations pour la maison intelligente sur une surface de 2'600 mètres carrés. Un événement en soi: l'entrée du stand d'exposition, d'une hauteur de huit mètres et d'une largeur de 32 mètres, composée de près de 5'000 modules LED sur lesquels on pouvait voir des films et animations.

Les experts de MC² étaient une fois de plus responsables de la production, du montage et de la gestion de projet du stand Samsung. Depuis plus de 20 ans, MC² est actif dans le cadre du CES, concevant des univers de marques sur le salon et autour du salon. En 2018, douze stands d'exposition et événements ont été réalisés sur une surface totale de 8'730 mètres carrés. Jusqu'à 175 collaboratrices et collaborateurs étaient sur place.

Autres temps forts: les stands de Canon USA et de Pioneer, pour lesquels MC² était responsable de la conception, de la production et du montage. Sony, Acer, Coway, Otter, iDevices, OOMA, Ring, Sports Innovation Lab et Cambridge comptent parmi les autres clients de MC² présents au CES 2018.



MC² – Canon – CES

MC² fait partie de MCH Group depuis 2017 et est un groupe d'entreprises de la division «Live Marketing Solutions». Le Groupe MC² a son siège social à Chestnut Ridge, New York et emploie plus de 350 personnes sur 15 sites aux États-Unis et en Allemagne (Düsseldorf).

Expomobilia: projet de construction exceptionnel dans un centre commercial



Expomobilia – Stücki

Même pour les chefs de projet expérimentés d'Expomobilia, il s'agissait d'un projet de construction exceptionnel: la transformation du centre commercial Stücki de Swiss Prime Site AG à Bâle en «Stücki Village», une zone de rencontre attractive et polyvalente avec des offres de shopping et d'expérience, des restaurants, des cabinets médicaux et des espaces de coworking. Expomobilia a été mandatée par S+B Baumanagement pour la construction à trois étages, la structure porteuse et la façade complète. La construction en forme de cubes imbriqués sur trois étages a été conçue par les architectes Diener & Diener.

Expomobilia a réalisé le projet en seulement cinq mois, y compris la planification sectorielle, la planification détaillée et la construction clé en main. Le calendrier serré, la construction dans l'existant et en cours d'exploitation ainsi que la faible surface logistique disponible pour les engins et matériaux de construction ont exigé une planification de projet extrêmement précise. Expomobilia a construit au total 5'209 mètres carrés de surface de plancher brute, monté 370 tonnes d'acier, 612 mètres carrés de garde-corps en verre, 11'000 mètres carrés de plaques de plâtre et 2'800 mètres carrés de panneaux de façade. Le projet Stücki Village montre qu'Expomobilia est capable de réaliser de manière professionnelle des projets de construction permanents en plus des projets connus dans la construction d'expositions, d'événements et de pavillons.



Expomobilia – Stücki