



Transformation

MCH Group connaît actuellement un processus de transformation en profondeur qui a été rendu nécessaire par les changements fondamentaux intervenus dans le secteur des foires et de l'événementiel. L'objectif est de développer sa compétence dans l'événementiel live classique pour la transformer en une compétence intégrée en marketing expérientiel dans les domaines physique et numérique.

Les événements live classiques sont de plus en plus mis à l'épreuve en raison de la numérisation croissante. Des changements profonds dans des domaines tels que le marketing et la communication ainsi que la distribution et la vente modifient fondamentalement les exigences imposées au secteur du marketing en direct. Celui-ci doit se redéfinir et se repositionner, ce qui constitue un défi majeur mais offre aussi des opportunités en raison du potentiel.



Art Basel in Miami Beach

MCH Group conçoit le «marketing expérientiel» comme un instrument de marketing qui combine des formats et des plateformes physiques et numériques. La rencontre de l'offre et de la demande s'étend ainsi au-delà des «événements live ponctuels» (comme les salons, par exemple) avec des offres numériques correspondantes, disponibles à tout moment et en tout lieu, sur des canaux préférés, avec des contenus personnalisés, des processus automatisés et basés sur les données. Les groupes cibles sont inclus de manière interactive, partagent des informations et des émotions et jouent ainsi un rôle actif et créatif dans leur propre expérience. La combinaison physique-numérique permet une «hyperconnectivité» qui permet aux plateformes sectorielles et aux solutions marketing individuelles d'acquérir de nouvelles qualités.

Grâce à son réseau interne et externe, MCH Group est en mesure d'offrir des solutions complètes de live marketing pour l'ensemble du marché des foires et événements, du conseil à la réalisation en passant par la conception. Il entend renforcer encore cette compétence et développer sa gamme d'instruments de marketing «hybrides». Pour cela, il veut mieux exploiter le potentiel de sa grande expertise et de ses nombreux produits et services de qualité, notamment en accélérant la fusion des différentes unités d'affaires en un groupe d'entreprises intégré.

Durant l'été 2018, MCH Group a défini et lancé le processus de transformation nécessaire. Il se divise en trois phases:

« MCH Group va développer une vision à l'échelle du groupe, définir une stratégie à l'échelle du groupe et la mettre en œuvre dans l'ensemble du groupe. »

2ème semestre 2018: Mesures d'économie, priorisation stratégique et premières restructurations;

1er semestre 2019: Élaboration de la vision et de la stratégie future de l'entreprise;

2ème semestre 2019: Restructuration sur la base de la nouvelle stratégie d'entreprise définie et lancement de la mise en œuvre de la stratégie.

La première phase était placée sous le signe de la nécessaire stabilisation de l'entreprise. Outre diverses mesures d'économie et de réduction des coûts, les initiatives stratégiques ont été priorisées et de premières réorganisations ont été effectuées pour accroître l'efficacité de la structure organisationnelle. Le processus de restructuration sera résolument poursuivi en fonction des résultats du processus de stratégie engagé. L'objectif est de mettre en œuvre le modèle d'exploitation le plus efficace pour les futurs modèles économiques et d'augmenter ainsi la rentabilité.

Mesures stratégiques déjà mises en œuvre et lancées

Événements pour collectionneurs

« Il s'agit de trouver le juste équilibre entre l'indispensable stabilisation de l'entreprise et les investissements nécessaires pour l'avenir. »

Dans le domaine des «Collector Events», MCH Group veut se concentrer sur le renforcement d'Art Basel et de Masterpiece London. La position de leader mondial d'Art Basel doit être renforcée en mettant l'accent sur les foires existantes, en poursuivant les Art Basel Cities et en développant d'autres initiatives. Masterpiece London sera étendue à Hong Kong dès octobre 2019, avec le «Masterpiece Pavilion» à Fine Art Asia.

L'initiative lancée en 2016 de développer un portefeuille de foires d'art régionales ne sera pas poursuivie. Les participations dans Art Düsseldorf et India Art Fair seront vendues, la participation annoncée dans la nouvelle Art SG à Singapour sera annulée.

Le concept de Grand Basel, tel qu'il a été lancé à Bâle en septembre 2018, sera vérifié. Il est renoncé à l'extension prévue à Miami Beach en 2019. Grand Basel se présentera au Salon international de l'automobile de Francfort (IAA) en septembre 2019 avec l'exposition spéciale «IAA Masterpieces by Grand Basel» dans le cadre des «IAA Cars 2019».



Masterpiece London

Baselworld

Avec le raccourcissement et la réduction de Baselworld 2018, les premières adaptations nécessaires du salon aux profonds changements structurels dans l'industrie de l'horlogerie et de la bijouterie ont été effectuées. L'équipe du salon, sous une nouvelle direction, a ensuite élaboré d'autres adaptations conceptuelles pour Baselworld 2019, qui ont été présentées aux différents comités d'exposants et ont reçu un accueil favorable. L'annulation par Swatch Group de sa participation à Baselworld 2019 a eu un impact significatif sur ce processus. Parallèlement aux préparatifs de Baselworld 2019, MCH Group travaille intensivement depuis l'automne 2018 au nécessaire recentrage de Baselworld en 2020 et 2021. Convaincu d'être sur la bonne voie, il poursuivra ce processus en étroite collaboration avec les exposants.



Baselworld

Foires et salons nationaux

Dans l'activité foires et salons nationaux, le portefeuille a été assaini et axé davantage sur une rentabilité stable. En automne 2018, en raison de la tendance à la baisse des foires généralistes grand public ces dernières années, il a été décidé de ne plus organiser Züspa (à Zurich) ni Comptoir Suisse (à Lausanne). La Muba (à Bâle) ne sera pas poursuivie après 2019. Des études sont en cours quant au lancement éventuel d'une nouvelle plateforme dans le secteur des biens de consommation.

Début 2019, la structure organisationnelle des foires et salons en régie propre ciblant essentiellement le marché national a été rationalisée. Ces foires et salons sont désormais regroupés en une seule unité inter-sites. L'intégration de la filiale Exhibit & More AG à MCH Foire Suisse (Bâle) SA en 2019 est à l'étude.



Swissbau

«Venues»

Les coûts supportés par MCH Group pour ses infrastructures de foires et de congrès sont supérieurs à la moyenne internationale. Grâce aux bons résultats financiers des foires et salons, il a été possible de faire face à cette charge inhabituelle pour le secteur dans le passé. Toutefois, les baisses enregistrées pour d'importants salons tels que Baselworld et la tendance fondamentale à la baisse de l'activité foires et événements nationaux rendent aujourd'hui nécessaires d'importantes corrections de valeur à Bâle et entraînent des surcapacités infrastructurelles. C'est pourquoi MCH Group élabore des scénarios réalistes d'utilisation des capacités pour la place de foires de Bâle et évalue aussi les possibilités d'éventuels changements (partiels) d'affectation ou de cessions (partielles).

MCH Group et la Fondation de Beaulieu ont redéfini d'un commun accord leur coopération et l'organisation de foires, de congrès et d'événements sur le site de Beaulieu Lausanne. Depuis le 1er juillet 2018, MCH Group se concentre sur l'organisation de ses propres foires et salons, tandis que la Fondation de Beaulieu se charge de l'exploitation de l'ensemble du site, de sa location à des organisateurs extérieurs et du développement du site de Beaulieu Lausanne.



Messe Basel

«Live Marketing Solutions»

Dans le domaine des «Live Marketing Solutions», MCH Group entend se concentrer sur l'extension et l'orientation internationale de son offre de services au niveau stratégique et conceptuel – Reflection Marketing et MCH Global – ainsi que sur la réalisation de constructions temporaires – Expomobilia, MC², Metron.

Le processus de restructuration engagé en Suisse au printemps 2018 s'est poursuivi de manière intensive. Le repositionnement de MCH Global a été lancé le 1er décembre 2018. La nouvelle «agence du futur» accompagne les clients tout au long de la chaîne de valeur du marketing expérientiel, de la stratégie à la mise en œuvre en passant par la conception et la création.

MCH Global, Reflection Marketing et Expomobilia sont les trois marques de la nouvelle société suisse MCH Live Marketings Solutions AG. Cette société a été fondée en novembre 2018 par le changement de nom d'Expomobilia AG. Toutes les sociétés suisses du secteur Live Marketing Solutions seront fusionnées dans la nouvelle société au premier semestre de l'exercice en cours, avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2019.

Les sociétés de Live Marketing Solutions installées à Zurich ont été réunies géographiquement à Zurich-Altstetten dès l'automne 2018.

Winkler Livecom AG à Wohlen a été vendue à la direction de l'entreprise multimédia et à un investisseur privé le 31 décembre 2018.



MC² / Expomobilia – Caterpillar – Shanghai