

Économie

Les activités de MCH Group comprennent l'exploitation des sites d'exposition à Bâle et Zurich («Venues»), l'organisation d'environ 35 foires et salons en régie propre («Exhibitions») ainsi que des prestations de services individuelles dans les domaines du conseil en marketing, du marketing expérientiel full service ainsi que de la construction d'expositions et d'événements. En 2018, MCH Group a organisé ou hébergé 945 événements et réalisé près de 3'000 projets dans le domaine des Live Marketing Solutions.

L'exercice 2018 a été marqué par une perte financière importante et plusieurs changements de personnel à la direction opérationnelle de l'entreprise. Mais il a aussi été marqué par l'amorce de la nécessaire stabilisation et transformation.



Swissbau

Malgré un recul de l'activité foires et salons, le chiffre d'affaires a augmenté en 2018 à 522,8 millions de CHF en raison de la croissance dans le segment Live Marketing Solutions. Il résulte cependant des activités d'exploitation une perte de -17,6 millions de CHF en 2018. À celle-ci s'ajoutent des amortissements exceptionnels pour une nouvelle dépréciation des bâtiments à hauteur de -132,3 millions de CHF et des charges exceptionnelles pour des mesures de restructuration de 40,5 millions de CHF, qui entraînent au total une perte consolidée de 190,4 millions de CHF.

« MCH Group a engagé le nécessaire processus de stabilisation et de transformation. »»

MCH Group se trouve dans 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. Durant l'été 2018, MCH Group a défini et lancé le processus de transformation nécessaire. Après une hiérarchisation des initiatives stratégiques et de premières restructurations, la stratégie de l'entreprise sera redéfinie en 2019 et sa mise en œuvre lancée.

René Kamm, CEO, et trois autres membres de l'Executive Board ont quitté l'entreprise l'année dernière. En septembre 2018, Hans-Kristian Hoejsgaard a repris la direction opérationnelle de l'entreprise à titre intérimaire. Bernd Stadlwieser prendra la relève en tant que nouveau CEO à l'été 2019.

Détails sur l'exercice 2018

[Rapport annuel 2018](#)

[Rapport financier 2018](#)

Chiffres clés

| Compte de résultats consolidé en millions de CHF | 2018 | %/recettes | 2018 avant mesures exceptionnelles | %/recettes | 2017 | %/recettes | 2017 avant mesures exceptionnelles | %/recettes |
|--|--------|------------|------------------------------------|------------|--------|------------|------------------------------------|------------|
| Recettes d'exploitation | 522.8 | 100.0 | 522.8 | 100.0 | 493.3 | 100.0 | 493.3 | 100.0 |
| Exhibitions (Foires & Salons propres) | 275.2 | 52.6 | 275.2 | 52.6 | 294.9 | 59.8 | 294.9 | 59.8 |
| Venues (Manifestations de tiers) | 38.5 | 7.4 | 38.5 | 7.4 | 36.9 | 7.5 | 36.9 | 7.5 |
| Live Marketing Solutions | 209.1 | 40.0 | 209.1 | 40.0 | 161.5 | 32.7 | 161.5 | 32.7 |
| EBITDA | 4.0 | 0.8 | 28.5 | 5.5 | 43.8 | 8.9 | 61.5 | 12.5 |
| EBIT | -182.1 | -34.8 | -9.3 | -1.8 | -104.0 | -21.1 | 16.1 | 3.3 |
| Perte / bénéfice du groupe | -190.4 | -36.4 | -17.6 | -3.4 | -110.0 | -22.3 | 10.0 | 2.0 |

| Bilan consolidé en millions de CHF | 31.12.2018 | %/total du bilan | 31.12.2017 | %/total du bilan | 31.12.2016 | %/total du bilan |
|---------------------------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| Fonds de roulement | 250.0 | 50.2 | 259.9 | 37.8 | 356.9 | 39.0 |
| Immobilisations | 248.2 | 49.8 | 428.3 | 62.2 | 559.1 | 61.0 |
| Actifs | 498.2 | 100.0 | 688.2 | 100.0 | 916.0 | 100.0 |
| Capital étranger | 441.3 | 88.6 | 454.5 | 66.0 | 477.1 | 52.1 |
| Fonds propres | 56.9 | 11.4 | 233.7 | 34.0 | 438.9 | 47.9 |
| Passifs | 498.2 | 100.0 | 688.2 | 100.0 | 916.0 | 100.0 |
| Endettement net en millions de CHF | 2018 | | 2017 | | 2016 | |
| 31.12. | 148.7 | | 130.7 | | 69.1 | |

| 2018 | Nombre | Exposants | Visiteurs | SEB ¹⁾ | Durée ²⁾ |
|---|------------|---------------|------------------|-------------------|---------------------|
| Exhibitions | 31 | 6 937 | 1 363 519 | 775 695 | 150 |
| Foires et salons en régie propre | | | | | |
| Messe Basel | 10 | 2 982 | 542 265 | 405 411 | 45 |
| Expo Beaulieu Lausanne | 6 | 1 278 | 183 400 | 108 765 | 34 |
| Messe Zürich | 9 | 1 766 | 328 114 | 137 160 | 38 |
| Autres sites | 6 | 911 | 309 740 | 124 359 | 33 |
| Venues | 939 | 12 462 | 2 075 476 | 1 081 206 | 850 |
| Toutes les manifestations | | | | | |
| Foires et salons | 68 | 11 372 | 1 508 281 | 1 039 549 | 218 |
| Messe Basel | 17 | 3 940 | 660 334 | 508 541 | 63 |
| Expo Beaulieu Lausanne ³⁾ | 14 | 1 795 | 237 673 | 166 125 | 58 |
| Messe Zürich | 37 | 5 637 | 610 274 | 364 883 | 97 |
| Locations de halles & événements | 24 | | 108 100 | | |
| Messe Basel | 8 | | 45 500 | 29 980 | 66 |
| Expo Beaulieu Lausanne ³⁾ | 2 | | 5 600 | 12 940 | 9 |
| Messe Zürich | 14 | | 57 000 | 65 000 | 37 |
| Congrès & locations de salles | 490 | 1 090 | 142 195 | 41 657 | 632 |
| Congress Center Basel | 189 | 1 090 | 138 995 | 41 657 | 332 |
| Salles de conférences Messe Zürich | 301 | | 3 200 | | 300 |
| Théâtres | 357 | | 316 900 | | |
| Musical Theater Basel | 184 | | 159 600 | | |
| Theater 11 Zürich | 173 | | 157 300 | | |

1) Surface d'exposition brute en m²

2) Jours de manifestation (sans montage/démontage)

3) Au 1er juillet 2018, MCH Group a transféré la responsabilité de l'exploitation et de la commercialisation de la place de foires de Lausanne à la Fondation de Beaulieu

| 2018 | Projets | en Suisse | à l'étranger |
|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Live Marketing Solutions | 2 971 | 1 212 | 1 759 |
| Marketing Consulting | 74 | 74 | 0 |
| Stratégie & Conception | 20 | 0 | 20 |
| Management Événementiel | 55 | 50 | 5 |
| Construction de Manifestations | 1 910 | 198 | 1 712 |
| Multimédias | 912 | 890 | 22 |

Stratégie d'entreprise

Ces dernières années, MCH Group a poursuivi intensivement sa stratégie de croissance par la diversification, l'internationalisation et la numérisation, notamment avec de nombreuses acquisitions dans les domaines des «Collector Events» (foires d'art régionales, Masterpiece London) et des «Live Marketing Solutions» (MC²) ainsi que par différents projets de développement (entre autres Art Basel Cities, Grand Basel). Dans le cadre de la nécessaire stabilisation et transformation de l'entreprise, ces initiatives stratégiques ont été priorisées à l'automne.

Les priorités définies: la position de leader mondial d'Art Basel devra encore être renforcée en mettant l'accent sur les foires existantes et en développant d'autres initiatives. Masterpiece London sera étendue à l'international, dans un premier temps à Hong Kong. La redéfinition nécessaire de Baselworld se poursuivra de manière intensive en collaboration avec les comités d'exposants. MCH Group veut également investir dans le développement de ses foires et salons à succès orientés vers le marché suisse et étudier de nouveaux thèmes et formats. Dans la division Live Marketing Solutions, les compétences et l'offre de services dans le domaine du développement de stratégies et de concepts seront encore élargies.

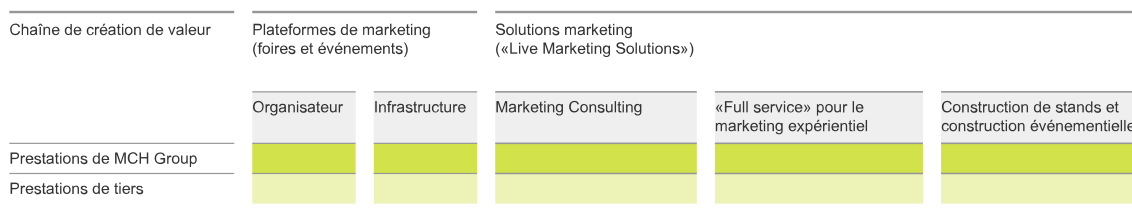
L'initiative du développement d'un portefeuille de foires d'art régionales ne sera pas poursuivie. MCH Group a l'intention de vendre ses participations dans Art Düsseldorf et India Art Fair. Le concept de Grand Basel sera revu. Les foires généralistes grand public Muba, Züspa et Comptoir Suisse ne seront plus organisées à l'avenir. MCH Group a en outre vendu Winkler Livecom AG à sa direction et un investisseur privé le 31 décembre 2018.

La stratégie d'entreprise sera revue en profondeur et redéfinie au cours de l'exercice 2019. Le processus de restructuration engagé en 2018 se poursuivra en parallèle au processus de stratégie en cours et tiendra compte de ses résultats. L'objectif est de regrouper et de partager plus efficacement les compétences spécialisées et les fonctions de support au sein du Groupe afin de mieux exploiter le potentiel de synergies correspondant.

Chaîne de valeur

Sur le marché des foires et événements, au début de la chaîne de valeur se trouvent les organisateurs, qui nécessitent des infrastructures appropriées ainsi que différents autres services – appelés ici solutions marketing – pour la tenue de leurs manifestations. Les fournisseurs de ces solutions marketing proposent en général leurs services non seulement aux organisateurs, mais aussi et surtout aux différents acteurs en relation avec les manifestations concernées (p. ex. exposants aux foires, sponsors d'événements sportifs, etc.). Les différents acteurs de la chaîne de valeur sont souvent des sous-traitants des fournisseurs de prestations précédents et des donneurs d'ordre des fournisseurs de prestations suivants.

Chaîne de création de valeur & fourniture de prestations



MCH Group fournit, dans cette chaîne de valeur, un très large éventail de prestations qui peuvent être très diverses. Les prestations de MCH Group peuvent toujours être fournies également par des tiers et les clients ont le libre choix de leurs sous-traitants.

Pour les foires et salons en régie propre sur ses propres sites, MCH Group fournit les prestations d'organisateur et d'exploitant de l'infrastructure, pour les foires et salons en régie propre sur d'autres sites seulement celles d'organisateur. Pour les foires et salons organisés par des tiers, la prestation de MCH Group se limite principalement à la mise à disposition de l'infrastructure.

Aussi bien pour les foires et salons en régie propre que pour ceux organisés par des tiers, MCH Group peut fournir en outre des solutions marketing individuelles aux entreprises exposantes, par exemple dans le domaine de la construction de stands. MCH Group fournit ses prestations dans le domaine des «Live Marketing Solutions» non seulement dans le secteur des foires, mais sur tout le marché du live marketing, c'est-à-dire également dans d'autres formes d'événements d'entreprise ainsi que dans les domaines de la culture et du sport.

Là où MCH Group est lui-même prestataire de services, le recours aux groupes de sous-traitants peut également fortement varier. Dans le domaine de l'infrastructure, par exemple, l'éventail des prestations de MCH Group se concentre en grande partie sur le facility management, les «facility services» sont en général fournis par des sous-traitants régionaux.

Effets économiques indirects

Les foires, congrès et événements génèrent de fortes retombées économiques directes et indirectes. Selon différentes études, les foires produisent une rentabilité indirecte huit à dix fois supérieure à leur propre chiffre d'affaires. Seulement environ 20 à 25% des dépenses auxquelles une entreprise exposante doit faire face dans le cadre d'une participation à une foire finissent dans la caisse de l'organisateur. 75 à 80% des dépenses profitent à différents sous-traitants et prestataires de services.

En extrapolant les résultats de cette étude aux chiffres clés actuels de MCH Group, on arrive aux estimations suivantes: pour leur participation à une manifestation de MCH Group, exposants et visiteurs dépensent chaque année environ 3 milliards de CHF, dont environ 2 milliards de CHF en Suisse. Ces dépenses bénéficient au secteur de la construction et du second œuvre (20%), au secteur de l'hôtellerie/restauration (30%), aux entreprises de transport (16%), au commerce de détail (6 %) ainsi qu'à différents prestataires de services (28%). Ces effets initiaux génèrent directement et indirectement un chiffre d'affaires d'environ 5,5 milliards de CHF en Suisse. La création de valeur associée correspond à environ 30'000 emplois et à des recettes fiscales d'environ 400 millions de CHF pour la Confédération, les cantons et les communes.

D'autres effets ne sont pas mesurables en chiffres, en particulier les conséquences positives des foires et salons, en tant que plateformes de marketing, pour le secteur correspondant et d'une participation réussie pour les entreprises exposantes.

Pour les lieux où elles se déroulent, les foires font souvent aussi office de phare touristique, en exerçant un rayonnement et une force d'attraction qui se transmettent à la ville ou au pays. La région de Bâle profite ainsi, par exemple, du fait que les manifestations leaders au niveau mondial Baselworld, Art Basel à Bâle, Art Basel à Miami Beach et Art Basel à Hong Kong fassent connaître le nom de leur «ville d'origine» dans le monde entier.