

Le stand commun est-il la panacée?

De très nombreuses possibilités existent pour démontrer son savoir-faire. La presse spécialisée en est une et ce numéro d'Eurotec comporte de nombreuses nouveautés et « success stories »...mais je m'éloigne de mon sujet : le stand commun ! Organisé sous l'égide d'entreprises ou d'institutions plus ou moins officielles, voire des cantons ou de la confédération Suisse (et c'est la même chose en Allemagne ou en France), ces derniers ambitionnent de permettre aux entreprises de se présenter avec plus d'impact tout en simplifiant les démarches.

Et ça fonctionne ! De très nombreux stands communs fleurissent tout au long des manifestations spécialisées. Pour les exposants, c'est la garantie d'une présence forte et de lieux communs partagés qui créent des synergies intéressantes. Les pays dits émergents ne s'y sont pas trompés, il suffit de voir les pavillons qu'ils montent lors des salons internationaux.

A l'heure de la mondialisation

Quelle surprise lors de la Hannover Messe de constater que le stand suisse dédié à la microtechnique ne comportait que trois entreprises suisse romandes parmi la quinzaine de PME présentes sur le stand organisé par l'Osec. Et ça n'était pas une petite manifestation de peu d'importance, mais bien la plus grande foire allemande destinée notamment à la sous-traitance. A l'heure où la planète n'est plus qu'une « petite » place de marché, il est étonnant de constater que finalement 900km et une autre langue peuvent être un frein aux affaires. Mais le problème de la langue n'est que partiel, sur le stand de l'Osec, le français pouvait également être utilisé... et toute l'organisation ayant été sous-traitée, pour l'exposant parlant français c'était l'idéal. Néanmoins, l'allemand ou l'anglais demeure indispensable pour rencontrer les clients et potentiels à Hanovre. Mais de très nombreuses PME maîtrisent cette compétence linguistique... est-ce donc vraiment un frein ?

Autre région, autre résultat

Lors de l'EPHJ/EPMT, la promotion économique du canton du Jura organise un stand commun (voir article en page 44) et ce ne sont pas moins de 37 exposants jurassiens qui profitent de cette présence commune ! M. Jean-Claude Lachat, responsable de la promotion économique du canton du Jura nous dit : « C'est le plus grand stand commun jamais organisé par la promotion économique, nos entreprises ont vraiment profité de cette opportunité pour se mettre en valeur ». Situé « au cœur de la microtechnique », EPHJ/EPMT est un salon très ciblé et les visiteurs y sont de qualité, c'est certain.

Quels marchés ? Quels outils ?

Le stand commun est l'outil utilisé dans les cas de ces deux manifestations. Lors de ces deux occasions les exposants peuvent bénéficier de cette « solution idéale » qui simplifie grandement leur participation et dans les deux cas, un seul interlocuteur s'occupe de tout. Pourquoi une telle différence ? Est-ce simplement la différence d'exposition ? Ou alors la différence d'organisation ? Le fait que les organisateurs soient locaux ? La différence de langue ?

Ce qui est certain, c'est que l'exposition reste un élément important parmi les outils de marketing, il est complémentaire à la presse écrite ou internet et permet aux entreprises de se présenter au public.

Le stand commun n'est peut être pas adapté pour une entreprise désirant présenter sa propre image sur une grande surface, pour toutes les autres, c'est une solution idéale. Les organisateurs communiquent à propos de la manifestation commune et apportent encore plus de visibilité aux participants. (Au fait, vous pouvez télécharger la liste des expo-

sants communs sur le stand du Jura à EPHJ/EPMT ici : www.jura.ch/eco_rubriques_news).

Un « simple » problème de marketing ?

On ne peut évidemment pas généraliser, mais il est probable que de nombreuses opportunités de participation ne sont pas saisies simplement parce que les entreprises ne sont pas informées ou sensibilisées à telle ou telle manifestation.

A l'heure de l'internet et de la communication globalisée, la multitude des sources d'informations et de messages a tendance à « polluer » la communication et les entreprises font probablement plus confiance aux contacts locaux et aux sources qu'ils considèrent comme de valeur.

C'est notre ambition avec Eurotec de faire partie de ces sources de valeur. Dans notre prochaine édition, vous aurez l'opportunité de lire le point de vue de M. Pascal Blanc, responsable des expositions au sein de l'Osec sur le sujet de mon éditorial.



Bonne lecture et bonne période estivale.
Pierre-Yves Kohler

PS: Dans l'intervalle, ne manquez pas les news sur www.eurotec.ch

Ein Gemeinschaftsstand als Ideallösung?

Es gibt viele Wege, sein Know-how zu zeigen. Einer davon ist die Fachpresse und so bietet auch diese Ausgabe von Eurotec wieder zahlreiche Neuheiten und Erfolgsgeschichten. Doch ich weiche vom Thema „Gemeinschaftsstand“ ab. Solche Stände werden von Firmen oder mehr oder weniger offiziellen Einrichtungen, ja sogar von Kantonen oder der Schweizer Bundesregierung organisiert (wie in Deutschland und in Frankreich auch) und sollen es den Unternehmen ermöglichen, sich mit größerer Wirkung zu präsentieren und ihnen dabei die Formalitäten zu erleichtern.

Und es funktioniert! Auf allen Fachmessen sieht man immer wieder viele Gemeinschaftsstände. Für die Aussteller bedeutet das die Garantie einer starken Präsenz und die gemeinsame Nutzung von Flächen, was für interessante Synergien sorgt. Die sogenannten Schwellenländer haben diese Strategie übernommen, man braucht sich nur ihre Stände auf internationalen Messen anzuschauen.

Im Zeitalter der Globalisierung

Überraschend war dann allerdings, dass auf dem vom Schweizer Außenwirtschaftsförderer Osec organisierten Stand für Mikrotechnik auf der Hannover Messe nur drei von den rund fünfzehn PMU aus der romanischen Schweiz stammten. Die Hannover Messe ist ja keine kleine Messe von untergeordneter Bedeutung, sondern die größte deutsche Messe, die speziell auch Zulieferanten betrifft. Zu einer Zeit, in der die Welt nur noch ein einziger Marktplatz ist, muss man sich wundern, dass 900 km Entfernung und eine andere Sprache noch ein Hindernis für unternehmerische Tätigkeit darstellen können. Das Sprachproblem besteht nur zum Teil, denn auf dem Stand der Osec konnte man durchaus französisch sprechen. Da die ganze Standorganisation von Osec abgewickelt wurde, war dieser Stand eine optimale Chance für französisch sprechende Aussteller. Allerdings sind Deutsch und Englisch unentbehrlich, um alte und neue

Kunden in Hannover zu treffen. Viele KMU beherrschen diese Sprachen, warum also nur so eine geringe Teilnahme?

Andere Region, andere Ergebnisse

Die Wirtschaftsförderung des Kantons Jura organisiert auf der EPHJ/EPMT einen Gemeinschaftsstand (siehe Artikel auf Seite 44) und 37 Aussteller aus dem Jura nutzen dieses Mal die Vorteile eines gemeinsamen Auftritts! Jean-Claude Lachat von der Wirtschaftsförderung des Kantons Jura bestätigte uns: „Das ist wirklich der größte Gemeinschaftsstand, den die Wirtschaftsförderung je organisiert hat. Unsere Unternehmen nutzen wirklich diese Chance, um sich zu zeigen.“ Die Messe EPHJ/EPMT findet inmitten der Kernregion der Mikrotechnik statt, es ist eine sehr spezielle Fachmesse, und die Besucher sind dort sicherlich ganz besonders interessiert und interessant.



PS: In der Zwischenzeit können Sie sich mit www.eurotec.ch auf dem Laufenden halten.

Welche Märkte? Welche Instrumente?

In beiden Fällen ist der Gemeinschaftsstand ein Instrument der Wirtschaftsförderung. In beiden Fällen profitieren die Aussteller von dieser Ideallösung, die die Messebeteiligung so einfach macht. In beiden Fällen kümmert sich Ansprechpartner um alles. Warum also diese unterschiedliche Beteiligung? Ist es nur die Art der Messe? Oder der Unterschied in der Organisation? Weil es örtliche Veranstalter sind? Die Sprachbarriere?

Eines ist gewiss: die Beteiligung an einer Messe ist und bleibt ein wichtiges Marketinginstrument, das Printmedien und Internetauftritte bestens ergänzt und den Unternehmen die Möglichkeit gibt, ihre Kunden physisch zu treffen. Ein Gemeinschaftsstand ist vielleicht nicht das richtige für eine Firma, die ihr eigenes Image auf einer größeren Fläche präsentieren möchte, doch für alle anderen ist er die ideale Lösung. Die Organisatoren des Gemeinschaftsstands werben für die gemeinsame Veranstaltung und verleihen damit den Teilnehmern noch mehr Sichtbarkeit nach außen. (Sie können die Liste der Aussteller auf dem Gemeinschaftsstand des Kantons Jura auf der EPHJ/EPMT hier herunterladen: www.jura.ch/eco, Rubrik News).

Nur ein Marketingproblem?

Man sollte natürlich nicht verallgemeinern, aber es ist durchaus wahrscheinlich, dass viele Chancen für eine Messebeteiligung nicht genutzt werden, weil die Unternehmen über die eine oder andere Veranstaltung nicht informiert oder nicht dafür sensibilisiert sind.

Im Zeitalter des Internets und der globalen Kommunikation tendiert die Vielzahl der Informationsquellen und der übermittelten Botschaft dahin, die Unternehmen zu überschwemmen. Sie vertrauen deshalb wahrscheinlich mehr ihren lokalen Kontakten und den Quellen, die sie für sich als wertstiftend betrachten.

Es ist auch das Ziel von Eurotec, zu diesen wertstiftenden Informationsquellen zu gehören. In unserer nächsten Ausgabe haben Sie deshalb Gelegenheit, den Kommentar von Pascal Blanc zu diesem Thema zu lesen, der bei der Außenwirtschaftsförderung Osec für die Organisation von Messebeteiligungen zuständig ist.

Ich wünsche gute Lektüre und einen sonnigen Sommer.
Pierre-Yves Kohler

Is a joint stand the answer?

There are any number of ways to show off just what you can do. The trade press is one, and this edition of Eurotec covers plenty of innovations and success stories – but I digress from subject of the editorial: joint stands! Under the aegis of companies, official or semi-official bodies, or even cantons or the Swiss Confederation (and the same thing exists in Germany and in France), joint stands allow companies to have a more effective presence at trade fairs with fewer complications.

And they work! Numerous joint stands grace the specialist trade fairs. For the exhibitors, they guarantee a strong presence in shared spaces which create worthwhile synergies. The “emerging” countries know this only too well – you only have to see the pavilions that they set up at international trade shows.

Globalisation?

And so it came as a surprise at the Hannover Messe to see that the Swiss stand devoted to microtechnology counted only three French Swiss companies among the fifteen or so SMEs present on the stand organised by Osec. And this was not some small, unimportant trade event, but the largest German trade fair aimed, notably, at sub-contracting. In this day and age when the planet is just one “small” marketplace, it is astonishing to see how 900 kilometres and another language can be a brake on business. But language is not a real problem; on the Osec stand, French could also be spoken – and since the whole organisation had been sub-contracted, it was ideal for the French-speaking exhibitor. The fact remains that German or English is still essential for meeting customers and prospects in Hanover. But many SMEs have these language skills – so is language really a brake?

A different region, a different result

At EPGJ/EPMT, the Promotion Economique business service of Jura canton is organising a joint stand (see article on page 44) and no less than 37 exhibitors from the Jura are taking advantage of this joint presence! Jean-Claude Lachat, who heads up the Jura Promotion Economique business service, says: “This is the largest joint stand ever organised by

Promotion Economique; our businesses have really taken this opportunity to show themselves to best advantage ". Situated "at the heart of the microtechnology sector", EPJH/EPMT is a highly specialised trade show and the quality of the visitors is certain to be high.

Which markets? Which tools?

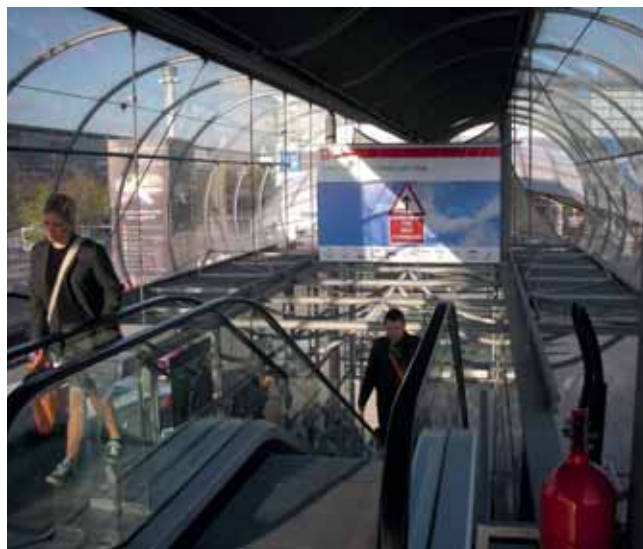
In both cases, Hanover and Lausanne, the tool is the joint stand. In both cases, the exhibitors are able to take advantage of this "ideal solution", which greatly simplifies their participation, and in both cases, one sole interlocutor takes care of everything. So why this huge difference? Is it simply the difference between the exhibitions? Or the different organisation? The fact that the organisers are local? The language difference?

What is certain is that exhibitions are a major marketing tool, complementing the trade press and the Internet and enabling businesses to showcase themselves to their customer base. Joint stands are perhaps not the right solution for a company wanting to present its own image over a large area, but for all the others, it is the ideal solution. The organisers do the PR on the joint event, providing even greater visibility for the participants. (By the way, you can download the list of exhibitors on the joint Jura stand at EPHJ/EPMT here: www.jura.ch/eco, under "News").

"Simply" a marketing problem?

Of course, it is impossible to generalise, but it is likely that many businesses fail to grab the opportunity to participate quite simply because they have not been informed or made sufficiently aware of the event.

In the age of the Internet and global communications, the slew of sources of information and messages tends to create "interference", and businesses probably place greater trust in local contacts and the sources that they view as reliable.



Our ambition at Eurotec is to be one of these reliable sources. In our next issue, you will be able to read the viewpoint of Pascal Blanc, the head of exhibitions at Osec, on the subject of this editorial.

Happy reading, and have a great summer!
Pierre-Yves Kohler

PS: In the meantime, keep up with latest news on www.eurotech.ch

MACHINES DE TRIBOFINITION, PRODUITS ET DÉVELOPPEMENT DE PROCÉDÉS

HISTOIRE D'UNE RÉUSSITE



En tant que fabricant de machines et de produits pour le secteur de la tribofinition de haute qualité de petites pièces de précision, Polyservice vous propose une gamme complète de prestations. Choisissez votre partenaire qui, depuis 1967, peut répondre durablement à vos exigences.

Demandez notre documentation ou contactez-nous.



POLYSERVICE
PRECISION IN FINISHING



POLYSERVICE SA
Lengnaustrasse 6
CH - 2543 Lengnau
Tél. +41 (0)32 653 04 44
Fax +41 (0)32 652 86 46
info@polyservice.ch
www.polyservice.ch

www.141.ch