



FRANÇAIS

## Savoir rechercher l'information de qualité

Média de communication particulièrement apprécié des entreprises, les salons techniques résistent plutôt bien à la concurrence d'internet et des réseaux sociaux.

Alors que certains prédisaient leur fin avec l'avènement du web, la grande majorité de ces rassemblements de professionnels n'ont non seulement pas disparu mais attirent au contraire de plus en plus d'exposants et de visiteurs, pour peu qu'ils aient décidé d'une stratégie et d'un positionnement clairs. Bon nombre d'entreprises y consacrent la grande part de leur budget communication.

Ce succès est relativement simple à expliquer : les salons procurent des sensations difficilement transmissibles par une tablette, un smartphone ou tout autre écran. Autrement dit, à une époque où l'échange d'informations est de plus en plus impersonnel, le contact direct entre client et fournisseur, dans un cadre approprié, reste une condition indispensable avant tout investissement conséquent. La plupart des organisateurs de salons l'ont bien compris et s'efforcent désormais d'offrir plus qu'une simple surface d'exposition, par la mise à disposition de leurs clients de divers services marketing et d'un environnement attrayant.

Une autre explication au succès persistant des salons est certainement à rechercher dans la méfiance grandissante des consommateurs envers l'information continue, spontanée et souvent incontrôlée relayée par monsieur tout le monde via internet et les réseaux sociaux. Entre « fake news », informations incomplètes et désinformation volontaire, l'acheteur se doit d'être prudent. Si la majorité des problèmes se rencontrent généralement avec des biens de consommation courante, il arrive également que le secteur industriel soit touché. Peut-on réellement faire confiance à des pièces de rechange achetées en ligne, le produit livré correspondra-t-il à la commande, satisfiera-t-il les besoins, qu'en sera-t-il du service après vente, etc ? Toute une série d'interrogations légitimes auxquelles le contact direct avec un fournisseur apporte des réponses appropriées.

L'année 2018 sera à nouveau une année riche en salons techniques avec la tenue d'une bonne trentaine d'événements en Suisse, France et Allemagne, pour ne citer que quelques-uns

des pays couverts par notre magazine. Nous serons présents sur bon nombre d'entre eux de manière à être au plus près des entreprises. C'est de cette façon que nous serons en mesure de relayer une information technique ciblée et de qualité. Car, à l'image des organisateurs de salons qui croient en leurs produits, nous sommes convaincus que la presse écrite restera un média incontournable pour les entreprises.

En vous remerciant pour votre fidélité, nous vous adressons nos meilleurs vœux pour 2018 et nous réjouissons de vous rencontrer sur l'un ou l'autre salon.

DEUTSCH

## Wo findet man nützliche Informationen?

Technische Fachmessen werden von den Unternehmen als Kommunikationsplattform sehr geschätzt und halten in folgedessen der Konkurrenz von Internet und der sozialen Netzwerke gut stand.

Das Aufkommen des Internets hatte einige Insider dazu veranlasst, das baldige Aussterben solcher Veranstaltungen anzukündigen. Diese Prognose hat sich als völlig falsch erwiesen, denn die meisten Messen sind nach wie vor vorhanden und erfreuen sich immer größerer Beliebtheit bei Ausstellern und Besuchern, vorausgesetzt, dass klare Strategien und Positionierungen gesetzt wurden. Viele Unternehmen widmen solchen Events den Löwenanteil ihres Kommunikationsbudgets.

Dieser Erfolg ist relativ leicht erklärbar: Ein Messebesuch verschafft Eindrücke, die von Tablets, Smartphones oder anderen Bildschirmgeräten nicht vermittelt werden können. In einer Zeit, wo der Informationsaustausch immer unpersönlicher wird, ist der direkte Kontakt zwischen Kunden und Anbietern unerlässlich, bevor bedeutende Investitionen getätigt werden. Das ist auch den meisten Messeveranstaltern klar, weshalb sie bestrebt sind, mehr als eine Ausstellungsfläche bereitzustellen, indem sie ihren Kunden zahlreiche Marketingservices und ein ansprechendes Umfeld anbieten.

Der anhaltende Erfolg der Messen lässt sich bestimmt auch durch das wachsende Misstrauen der Verbraucher gegenüber den Informationen erklären, die ständig, spontan und oft völlig unkontrolliert von jedermann über das Internet und die sozialen Netzwerke verbreitet werden. Vorsicht ist geboten, denn zwischen «Fake News», unvollständigen Informationen und willentlicher Fehlinformationen ist es nicht immer leicht, sich zurechtzufinden. Wenn auch die meisten Probleme bei gängigen Verbrauchsgütern auftreten, bleibt auch der Industriesektor nicht verschont. Kann man online

gekauften Ersatzteilen wirklich trauen? Entspricht das gelieferte Produkt tatsächlich der Bestellung? Wird es dem Bedarf gerecht? Und wie sieht es mit dem Kundenservice aus? Diese legitimen Fragestellungen können durch den direkten Kontakt mit der Lieferfirma in geeigneter Weise beantwortet werden.

Auch 2018 wird es zahlreiche technische Messen geben – etwa dreißig Veranstaltungen sind in der Schweiz, Frankreich und Deutschland vorgesehen, um nur einige Länder zu nennen, über die unser Magazin berichtet. Wir werden auf vielen von ihnen präsent sein, um den Unternehmen möglichst nahe zu sein. Damit sind wir in der Lage, unseren Kunden gezielte und nützliche Informationen bereitzustellen. Ebenso wie die Messeveranstalter, die an ihre Produkte glauben, sind wir davon überzeugt, dass die Printmedien auch in Zukunft ein unumgängliches Medium für die Unternehmen bleiben werden.

Wir bedanken uns für Ihre Treue und wünschen Ihnen alles Gute für 2018. Darüber hinaus freuen wir uns, Sie auf einer der Messen begrüßen zu dürfen.

## ENGLISH

### Seeking quality information

Trade shows are particularly appreciated by the companies as communication media and are able to withstand the competition of Internet and social networks rather well.

While some predicted their death with the advent of the Web, the majority of these professional meetings did not disappear but attract instead more and more exhibitors and visitors, as long as they decided on clear strategy and positioning. Many companies devote to the shows a large part of their communication budget.

This success is relatively easy to explain: trade shows provide feelings that are not easily communicable by a tablet, a smartphone or any other screen. In other words, at a time when the share of information is becoming increasingly depersonalised, the direct contact between customer and supplier, within an appropriate environment, remains an essential condition before any substantial investment. Most trade show organizers have understood it very well and strive now to offer more than just an exhibition area, by providing their customers various marketing services and an attractive environment.

And a further explanation for this constant success of the trade shows certainly lies in the growing mistrust of the consumers towards the continuous, spontaneous and often uncontrolled information relayed by everyone on Internet and the social networks. Faced with “fake news”, incomplete information and voluntary misinformation, the buyer should beware. Most problems are usually encountered with consumer goods. However, industrial sector can be affected too. Can we really trust spare parts ordered

online? Does the product delivered correspond to the order? Does it meet the needs? What about the customer service? The direct contact with a supplier bring adequate responses to these legitimate questions.

The coming year will be rich with trade shows with about thirty events held in Switzerland, France and Germany, just to name a few countries covered by our magazine. We will be present at many of them in order to be as close as possible to the companies. That way, we will be able to relay a targeted quality information. For, as the trade show organizers are confident in their product, we are convinced that the paper press will remain a key media for the companies.

Hoping to meet you at one or another trade shows, we thank you for your faithfulness and wish you continuous success in 2018.

Pierre-Yves Schmid