

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## Le salon de la logistique et de l'emballage s'affirme!

Plus de 60% des exposants ont déjà réservé pour 2018

Zurich/Muttenz, le 3 mai 2017 - La deuxième édition de «Logistics & Distribution», qui s'est tenue les 26 et 27 avril, a confirmé la réussite de ce format de salon. «La plateforme suisse pour l'intralogistique, la manutention, la distribution et l'e-logistique rencontre un accueil favorable sur le marché. Cela nous encourage à la développer», déclare Marcus Hapig, responsable du salon organisé par Easyfairs, qui dresse un bilan positif. De même, le thème de l'emballage est de plus en plus important sur le marché, comme l'ont démontré les salons de l'emballage Empack, Packaging Innovations ou encore Label&Print, qui se sont déroulés en parallèle. Les sujets comme le design d'emballage et la gestion de marque devraient donc devenir des priorités l'année prochaine. Au total, le salon référence de la logistique et de l'emballage a attiré cette année 263 exposants et plus de 4700 visiteurs.

Les thématiques de la logistique et de l'emballage sont présentées au même endroit et sont intégrées à un événement professionnel d'envergure: ces domaines si étroitement liés dans le quotidien d'une entreprise ont donné naissance à un concept de salon pour la Suisse. Les exposants comme les visiteurs ont été satisfaits de la convergence entre les salons de l'emballage Empack, Packaging Innovations, Label&Print et le salon professionnel Logistics & Distribution. Ils ont notamment apprécié ce véritable plus: le fait que l'événement soit concentré sur deux jours. Le responsable du salon Marcus Hapig déclare: «Ici, les visiteurs professionnels et les exposants ont eu la possibilité de s'entretenir à propos de questions techniques et de prendre le pouls du marché. Le salon est l'occasion de nouer d'importants contacts, mais aussi de parler de projets professionnels concrets.» La remise du Swiss Packaging Award durant le salon Packaging Innovations a fait l'unanimité auprès des participants et du public. Profitant de l'ambiance positive dégagée par l'atmosphère du salon, les visiteurs professionnels ont ensuite pu admirer les innovations présentées sur les stands des nominés et des gagnants, et poser leurs questions.

### Espace Networking GS1 bien fréquenté dans la halle 3

En tant que salon référence de Suisse, Logistics & Distribution 2017 a donné aux exposants d'excellentes opportunités de présenter leurs innovations à un public de spécialistes. La communauté a pu discuter de questions essentielles autour de la mise en réseau intelligente en logistique, mais aussi échanger à propos des connaissances techniques et des tendances les plus récentes. Thomas Bögli, directeur de GS1 Academy, est satisfait du taux de fréquentation: «Les mini-conférences dans l'espace Networking de la halle 3 ont été bien fréquentées durant les deux jours du salon. Pour moi, cela signifie que les contenus

étaient intéressants et que ce format convient bien aux visiteurs. Nous avons délibérément aménagé un espace Networking ouvert pour vaincre les réticences.»

## **Halle 5: parcours découverte consacré aux drones de livraison, à l'électromobilité urbaine et à la logistique des stocks en réalité virtuelle**

Voir, toucher, tester: dans la halle 5, les visiteurs ont pu observer de près les innovations et les essayer eux-mêmes. La **Fédération Suisse des Drones Civils (FSDC)** a montré avec un objet volant de la taille d'un carton de bananes à quoi pourrait ressembler la poste aérienne de demain. «Le réapprovisionnement en médicaments ou un service de coursier pour les échantillons de laboratoires médicaux seront bientôt possibles grâce aux drones de livraison», a expliqué Severin Leuenberger, membre du comité directeur de la FSDC. «La Suisse est très bien préparée à cette technologie grâce au savoir-faire découlant des recherches de l'EPF. Il convient maintenant d'utiliser cet avantage pour des solutions commerciales.» Logistics & Distribution a fait appel à la Fédération qui compte 450 membres afin de présenter des solutions pratiques concrètes, expliquer en détail les besoins du marché et trouver un bailleur de fonds pour la mise en œuvre.

A côté, de petits véhicules pour la logistique urbaine étaient à l'honneur dans l'**espace spécial E-Mobility Innovations** de la halle 5. Différents fournisseurs ont présenté des solutions innovantes destinées aux services de livraison et au transport de petites quantités pour le dernier kilomètre jusqu'au client. Par exemple, vRbikes, filiale de vonRoll, a exposé ses véhicules électriques modulaires utilisés notamment pour les services de distribution, le transport de colis ou les services municipaux. Il est possible de conduire ces scooters électriques dès l'âge de 16 ans avec un permis A1 - «un vrai plus notamment pour les PME», estime Rino Reusser, CEO de vRbikes.ch sa. Les véhicules se rechargent sur une prise secteur. La nouvelle borne de recharge Electrante était d'ailleurs exposée, elle aussi. Sortimo, spécialiste de l'aménagement de véhicules, se présente désormais comme constructeur de véhicules légers. On pouvait aussi voir le nouveau scooter électrique trivanti de chez Trivanti Professional E. Mobility, officiellement homologué en Suisse. Bigatronic n'était pas en reste avec ses véhicules électriques à 4 roues de la série Porter.

Dans l'**espace spécial «Supply Game»**, également dans la halle 5, les visiteurs ont découvert de manière vivante et interactive cette nouvelle tendance qu'est la gamification. Une caméra installée dans le chargement permettait de faire un voyage virtuel du point de vue d'un paquet grâce à un casque de réalité virtuelle et un film panoramique - de l'entrepôt au convoyeur, puis aux stations d'étiquetage et au moyen de chargement. BITO Lagertechnik, SSI Schäfer, Jungheinrich, Verpama, CHEP, Intersnack et Videojet étaient les sponsors «matériel» de ce projet. «Avec l'entrée dans la réalité virtuelle, Easyfairs a réussi à accompagner les visiteurs un peu plus loin dans le monde du numérique. C'est aussi l'intérêt d'un salon», ajoute son responsable Marcus Hapig.

## **«Art of Packaging Design» et Swiss Packaging Award**

La remise du **Swiss Packaging Award** durant le salon Packaging Innovations a fait l'unanimité auprès des participants et du public. La soirée de gala s'est transformée en un événement en public dans le cadre du salon: «Pour nous, déplacer la remise du **Swiss Packaging Award** pendant le salon Packaging Innovations, c'était un peu se lancer dans l'inconnu», admet Andreas Zopfi, directeur de l'**Institut Suisse de l'Emballage (SVI)**. «Notre objectif était d'attirer davantage l'attention sur les emballages géniaux et innovants. Nous avons très bien réussi», affirme-t-il avec conviction. Après la cérémonie, les visiteurs professionnels ont eu l'occasion d'observer de près les innovations exposées sur les stands des nominés et des gagnants, et d'échanger avec les spécialistes présents.



Pour la 48<sup>e</sup> édition du **Swiss Packaging Award**, le **SVI** a récompensé des solutions d'emballage et des prestations exceptionnelles. Un prix du public a également été décerné en guise de distinction spéciale. Le partenaire de patronage du prix du public est **Packaging Innovations**.

Dans l'espace spécial «**Art of Packaging Design**» de la halle 6, le salon **Packaging Innovations** a présenté de nouvelles impulsions pour le design créatif d'emballage et leur mise en scène réussie dans les espaces de vente. Les visiteurs ont pu découvrir la place du design d'emballage dans le mix marketing et se renseigner sur les partenaires compétents dans le domaine de l'emballage en Suisse.

## Evolutions à venir pour le salon référence de la logistique et de l'emballage

L'édition 2017 vient à peine de s'achever qu'il est déjà temps de penser à la prochaine: la logistique de demain telle que l'entendent les experts comme le **professeur Herbert Ruile** signifie surtout «logistique intelligente», autrement dit une fabrication spécifique au client dans un environnement de production hautement automatisé en lien avec une logistique intelligente et rationalisée. «Il existe certes un engouement technologique autour de l'industrie 4.0. Mais dans la pratique, la production en usine et la logistique ne sont pas encore vraiment intelligemment connectées actuellement», estime le prof. Ruile. Comment traiter la tendance à la relocalisation ou à la relocalisation de proximité, c'est-à-dire le retour en Suisse des processus automatisés dans la production? Ou alors le fait que la production sera plus décentralisée, notamment sous l'effet de l'impression 3D? «Cela signifie que la logistique deviendra encore plus complexe et que nous devons réfléchir à de nouvelles solutions pratiques. Il faut donc lancer d'autres réflexions et coopérations concrètes entre la science et l'économie.»

Le format du salon de la logistique et de l'emballage est appelé à se développer. Un conseil stratégique nouvellement constitué chez **Easyfairs** doit proposer et mettre en œuvre des innovations sur le contenu au cours des mois à venir. Un «plan de croissance ambitieux» est prévu, tels sont les mots de **Roland Brand**, nouveau directeur d'**Artexis Easyfairs Suisse** depuis début mars. Les salons devraient être complétés par de nouveaux thèmes phares comme les prestations de transport, le design d'emballage et la gestion de marque.

## Exposants satisfaits - propos recueillis au salon

Les exposants des quatre salons se sont déclarés satisfaits de leur présence au salon en 2017 et du taux de fréquentation élevé. Aperçu:

### Logistics & Distribution



**Valentin Adelfio, directeur des moyens de manutention, Stöcklin Logistik AG:** «Logistics & Distribution offre la plate-forme idéale pour entretenir notre réseau. En à peine deux jours, j'ai eu l'occasion de parler à une quarantaine de clients. Cela représente normalement un mois de déplacements. Nous avons noué de nombreux contacts prometteurs.»





**Stefano Ghilardi, directeur commercial et membre de la direction, Linde Material Handling:** «Notre stand n'a pas connu de temps morts. Les conseillers ont discuté avec les visiteurs professionnels de sujets complexes comme la numérisation, l'automatisation et la logistique 4.0. Tous réfléchissent à l'évolution de la branche et ont demandé des solutions concrètes pour leur entreprise. Nous avons déjà confirmé notre réservation pour 2018.»



**Rino Reusser, CEO de vRbikes.ch sa:** «Nous avons participé à Logistics & Distribution pour la 2<sup>e</sup> fois et nous avons été ravis du vaste espace spécial consacré à l'électromobilité dans la halle 5. C'était le lieu idéal pour présenter à un public de spécialistes des solutions innovantes pour le dernier kilomètre des services de livraison. Les visiteurs ont pu directement tester les véhicules électriques. C'est important pour montrer aux clients - parmi lesquels de nombreuses petites entreprises du secteur de la logistique - ce qu'il sera possible de faire avec un budget raisonnable.»



**Severin Leuenberger, membre du comité directeur de la Fédération Suisse des Drones Civils (FSDC):** «Nous avons rencontré au salon Logistics & Distribution les acteurs de l'industrie que nous souhaitions justement rencontrer! Cela pourrait donner lieu à des études de cas très intéressantes. Grâce à des investisseurs pionniers, des drones pourront dans deux ans déjà livrer des colis par la voie aérienne à 50-150 m au-dessus du sol dans le cadre d'applications B2B.»



**Thomas Bögli, directeur de GS1 Academy:** «Logistics & Distribution était, cette année aussi, compact et bien organisé. C'est pratique et cela permet de travailler efficacement sur le salon. Je trouve l'association logistique/emballage judicieuse, car les deux domaines sont étroitement liés dans le quotidien des entreprises. Le positionnement de cet événement en Suisse est réussi. Ce qu'il nous faut maintenant, c'est encore plus de continuité. En 2018, le networking devrait être renforcé ainsi que le rôle du salon comme vitrine de la branche.»





**Prof. Herbert Ruile, réseau VNL (Verein Netzwerk Logistik):** «Pour moi, le salon est toujours synonyme de réseautage intensif. Logistics & Distribution est une bonne plate-forme pour le networking. Mon objectif en tant que membre du VNL est de lancer des thèmes innovants en logistique qui peuvent être mis en pratique et qui se basent sur un savoir-faire solide issu de la recherche scientifique. La Suisse a encore du potentiel. A ce stade, je me considère comme un jeteur de ponts.»

### Packaging Innovations



**Heinz Stocker, directeur commercial / fondé de procurement, Bachmann Forming AG:** «Le salon est compact et il est facile de s’y retrouver. Nous avons noué de nombreux contacts commerciaux, dont des demandes très intéressantes - surtout dans l’espace germanophone. La clientèle suisse est très importante pour nous. Nous rencontrons tous les représentants majeurs de la branche au salon Packaging Innovations.»



**Iris Brugger, responsable marketing, Model AG:** «Pour nous, Packaging Innovations s’est très bien déroulé. Nous avons eu des retours très positifs de la part des nombreux visiteurs de notre stand. Les deux interventions de la légende du marketing, Lars Wallentin, ont attiré encore plus de visiteurs. Nous sommes bien sûr fiers d’avoir remporté le Swiss Packaging Award et avons célébré cette distinction. Que la remise des prix ait maintenant lieu au salon Packaging Innovations est une excellente décision. Le salon est un point de contact essentiel dans notre mix marketing et une bonne occasion d’échanger avec les clients et les prospects.»



**Pascal Baumgartner, directeur commercial, et Marion Würthele, responsable commerciale du service interne, division Etiquettes et emballages flexibles, Permapack SA:** «La remise du Swiss Packaging Award est vraiment un moment fort pour Packaging Innovations. Nous pensons que c’est une réussite de l’associer au salon. Nous avons fièrement exposé notre prix sur le stand et beaucoup de clients en ont profité pour engager la discussion. Globalement, Packaging Innovations est une bonne plate-forme pour



les contacts avec les clients à Zurich. Pour nous, le salon a été une réussite. La qualité est au rendez-vous et c'est le principal à nos yeux.»



**Eljesa Cakolli-Kurtishi, conseil / vente, Labelpack:** «Notre stand a été bien fréquenté. La foule de visiteurs intéressés comptait de nombreux prospects. L'échange personnalisé avec nos clients nous tient à cœur. Le rythme du salon (deux jours une fois par an) nous convient parfaitement. Nous serons là l'année prochaine.»



**Andreas Zopfi, directeur de l'Institut Suisse de l'Emballage (SVI):** «Le networking sur le salon est la priorité de notre association. L'édition de cette année a été très riche, avec des discussions intéressantes et bien sûr, pour la première fois, la remise du Swiss Packaging Award. Durant cet événement, je me renseigne sur les besoins des membres de la branche et je peux par la même occasion promouvoir notre association et notre vaste programme de formation. Le salon est pour nous l'événement idéal!»

## Empack



**Thomas Zerwes, directeur du service commercial, cargopack tägi AG:** «Nous avons noué des contacts de très bonne qualité au salon Empack 2017. De nombreux nouveaux clients potentiels se trouvaient parmi les visiteurs intéressés. C'est un plaisir que de venir au salon dans ces conditions.»



**Tobias Sommer, directeur de Prodingler Verpackung:** «Empack est une plate-forme importante pour le marketing et l'entretien des relations clients, mais elle permet également de nouer de nouveaux contacts. Une activité concentrée sur deux jours est idéale pour nous. La présence en parallèle de Logistics & Distribution est aussi un atout à nos yeux. Cela amène de nouveaux visiteurs sur notre stand. Nous avons mené de bonnes discussions et avons reçu des demandes intéressantes. Par conséquent, l'investissement en valait la peine.»





**Joël Buchs, division commerciale emballages, Storopack Schweiz AG:** «La qualité de la fréquentation était très bonne, même si le nombre des visiteurs aurait pu être plus élevé. Empack est le seul salon auquel nous participons en Suisse parce que le marché national est important pour nous.»

### Label & Print



**Mirko Egli, responsable marketing, CCL Label AG:** «Label & Print est un salon unique en son genre en Suisse, un marché qui compte beaucoup pour nous. En tant que premier fabricant d'étiquettes, nous nous devons d'être présents ne serait-ce que pour des raisons d'image. Nous avons mené de nombreuses discussions intéressantes. L'intégration au salon de la remise du Swiss Packaging Award est une excellente initiative. Notre prix dans la catégorie Convenience est une superbe récompense de notre travail. Nous avons pu ainsi présenter notre solution d'étiquette de refermeture rigide directement sur le salon et attirer l'attention de clients éventuels.»

- FIN -

### Salons de la logistique et de l'emballage Easyfairs 2018:

Empack, Packaging Innovations, Label&Print      Les 11 et 12 avril 2018      Zürich Messe, halles 3-6  
Logistics & Distribution

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.logistics-packaging.ch](http://www.logistics-packaging.ch)

Easyfairs Switzerland GmbH  
St. Jakobs-Strasse 170a  
CH-4132 Muttenz

Debora Holdener  
Marketing Project Manager  
Debora.Holdener@easyfairs.com  
Tél. +41 61 228 10 04





## A propos d'Artexis Easyfairs

Artexis Easyfairs offre aux acteurs économiques un avant-goût de l'avenir - «Visit the future». Les manifestations phares de chaque branche répondent aux besoins des visiteurs et présentent des solutions dans un format d'événement idéal en fonction de chaque marché.

Sous la marque **Easyfairs**, le groupe organise actuellement plus de 200 salons et expositions dans 19 pays (Algérie, Belgique, Chine, Danemark, Allemagne, Finlande, France, Grande-Bretagne, Pays-Bas, Norvège, Autriche, Portugal, Russie, Suède, Suisse, Singapour, Espagne, Emirats Arabes Unis et Etats-Unis d'Amérique).

En Allemagne, Autriche et Suisse, Easyfairs organise entre autres les salons Automation & Electronics (Zurich), Empack (Hanovre et Zurich), Label&Print (Hanovre et Zurich), Lab Innovations (Lausanne), Logistics & Distribution (Zurich), Maintenance (Dortmund, Stuttgart et Zurich), Packaging Innovations (Berlin, Hambourg et Zurich), Pumps & Valves (Dortmund et Zurich) ainsi que le salon du vrac Schüttgut (Dortmund, Bâle et Saint-Petersbourg en Russie).

Sous l'appellation **Artexis**, le groupe gère 11 sites d'exposition au Benelux et dans les pays nordiques (Anvers, Gand, Malines-Bruxelles Nord, Mons, Namur (deux sites), Hardenberg, Gorinchem, Venray, Malmö et Stockholm). Le groupe emploie plus de 700 collaborateurs et s'attend à un chiffre d'affaires de plus de 167 millions d'euros pour l'exercice 2016/2017.

Artexis Easyfairs entend être l'acteur le plus agile, le plus actif et le plus efficace sur le marché des salons. Ses priorités sont l'embauche de collaborateurs hautement motivés, le développement des meilleurs instruments dans le domaine marketing et technologie ainsi que le développement de marques fortes. Vous aussi, tournez-vous vers l'avenir: «Visit the future - with Artexis Easyfairs».

