



« Aftermarket-CH doit devenir notre rendez-vous de référence »: Erhard Luginbühl s'attend à des journées riches en événements à Berne. Photo: Médias de l'UPSA

transport-CH et aftermarket-CH du 10 au 13 novembre à Berne

« Cette année, ça va déchirer ! »

Au salon transport-CH/aftermarket-CH, Erhard Luginbühl mettra le personnel de Luginbühl Fahrzeugtechnik AG à l'honneur sur son stand. Dans l'entretien qu'il nous a accordé, il explique pourquoi il ne se fait pas de souci quant à l'affluence et pourquoi il plaide pour des formats d'exposition flexibles. **Cynthia Mira et Mike Gadiant**

Monsieur Luginbühl, quelles sont vos astuces d'exposant pour avoir du succès au salon transport-CH/aftermarket-CH

Erhard Luginbühl, directeur de Luginbühl Fahrzeugtechnik AG et président du Swiss Automotive Aftermarket (SAA): Un salon réel constitue une opportunité unique de présenter son entreprise et ses produits de manière surprenante et rafraîchissante. Il faut en être conscient lorsqu'on y expose. Le grand avantage est que les produits peuvent être observés de près. Les visiteurs peuvent les prendre en main et voir si le design leur plaît. C'est

une différence essentielle par rapport à un salon virtuel et sa musique d'ambiance. Un stand doit être axé sur la nouveauté. L'objectif d'un salon est de créer un univers de découverte. Les stands doivent donner envie aux clients de découvrir de nouvelles choses.

Comment parvenir à créer cet univers de découverte ?

Il faut prendre un peu de hauteur. On ne doit pas s'intéresser qu'à son propre stand, flanqué des stands de ses concurrents. Nous distribuons ensemble, sur notre petit marché suisse,

de plus en plus de produits internationaux. Il s'agit de les présenter de manière attrayante ensemble. Lorsque nous présentons des concepts de garage ou des poids lourds avec une charge utile de 60 tonnes au salon transport-CH/aftermarket-CH, par exemple, nous souhaitons davantage de flexibilité que ce que la taille usuelle des stands le permet.

Vous éveillez notre curiosité. Pouvez-vous nous en dire un peu plus sur le stand de Luginbühl Fahrzeugtechnik AG à Berne ?

Cela fait longtemps que je souhaite utiliser,

sur mon stand, des hologrammes tels que ceux qu'Abba projette d'employer pour son grand retour. Cette manière qu'a Abba de faire du neuf avec du vieux et de lui redonner de l'intérêt fonctionne très bien sur le stand d'un salon (nldr: le groupe culte suédois donnera un concert d'avatars à Londres grâce à un studio high-tech et à la technologie du blue screen). Plus sérieusement, le stand de Luginbühl Fahrzeugtechnik AG mettra le personnel de l'entreprise à l'honneur. Lorsque le client achète un produit, un service ou une prestation, il fait face non pas à une entreprise, mais à des personnes. La relation personnelle, fondée sur la confiance, est la base de toutes choses. C'est en discutant avec les clients que les collaborateurs peuvent faire la différence grâce à leurs vastes connaissances professionnelles.

Comment le salon aftermarket-CH se positionne-t-il par rapport au Salon de l'auto de Genève? L'objectif étant, on le sait, d'offrir une nouvelle patrie à l'industrie automobile à long terme.

L'écho rencontré sur la plate-forme commune dédiée aux transports, aux véhicules utilitaires, au secteur de l'après-vente, aux garages, aux ateliers et aux carrosseries est positif. Il paraît logique de continuer de développer cet événement bisannuel pour en faire le rendez-vous de la branche: le grand nombre d'inscrits le prouve aussi. Mais il ne faut pas opposer les deux salons. Pour l'instant, la halle 7 n'existe plus dans l'esprit qu'elle avait à l'origine. Le Salon de l'auto sera plus petit et n'accueillera plus des fournisseurs d'équipements d'atelier comme Luginbühl. Tandis que la plupart des visiteurs, à Genève, s'intéressent aux voitures, le salon de Berne peut apporter aux conducteurs et aux logis-

ticiens des informations utiles pour leur travail quotidien. Ces personnes s'y connaissent déjà très bien. L'aspect prioritaire est donc la fonction, et pas la forme. Toutefois, je ne sais pas si le salon aftermarket-CH existera encore dans dix ans. Je pense que les expositions consacrées à la mobilité devraient être planifiées par étapes de deux à trois ans et rester flexibles. Nous avons besoin d'un mode de pensée plus rapide et visionnaire.

Quand considérez-vous qu'un salon est réussi?

Cette année, ça va déchirer (il rit)! Je ne me fais aucun souci pour le succès du salon, car les gens ont très envie de se retrouver en chair et en os pour discuter et tout le monde a compris l'importance des relations humaines. Le succès d'un salon n'est cependant pas mesurable. Auparavant, le chiffre d'affaires réalisé renseignait, mais aujourd'hui il est fréquent qu'on n'y vende rien. Il est bien plus important d'épater le client et de faire en sorte que celui-ci sache, après avoir visité notre stand, quels produits et services nous proposons. Il faut aussi que la branche des véhicules utilitaires se présente sous son meilleur jour et puisse améliorer son image.

Que voulez-vous dire par là?

Un salon est aussi l'occasion de faire un peu de lobbying, c'est-à-dire de faire part de nos intérêts et de nos problèmes aux visiteurs issus des cercles politiques. Notre marché est un marché de niche, dont les membres sont bien reliés entre eux et se battent pour leur cadre légal. À titre d'exemple, le verre des clignotants, qui provient d'Allemagne, doit être autorisé en Suisse pour qu'on puisse le vendre. Et dans le débat qui fait rage autour du climat, on entend trop peu

parler du fait que les moteurs des poids lourds ou les pneus sont devenus plus écologiques depuis longtemps. Dans la branche de la mobilité, nous sommes tous dans le même bateau, notamment en ce qui concerne le recrutement de la relève. Le salon accueillera également des élèves des écoles, qui pourront s'y informer sur les différents métiers.

En tant que directeur de votre entreprise et président du SAA, vous aurez beaucoup à faire au salon. À quoi ressembleront vos journées?

En tant que président d'association, j'aurai l'honneur de faire une allocution d'un quart d'heure mercredi, lors de l'inauguration. Je suis heureux de pouvoir ainsi m'adresser aux invités. Avant cela, je devrai m'assurer que l'installation du stand est terminée. Le vin blanc est-il au frais? Les produits sont-ils bien visibles? Il ne sert à rien d'avoir tout bien arrangé s'il manque de la moutarde pour les saucisses à la fin... Comme transport-CH/aftermarket-CH est un salon B2B, davantage de fonctionnalités sont nécessaires. Il ne faut pas sous-estimer le fait que les clients, aujourd'hui, viennent rendre visite aux exposants qu'ils ont repérés à l'avance. Comme les clients se succéderont rapidement et que je serai parfois pris par des événements organisés par des clients ou des associations, il faudra vérifier et améliorer constamment la présentation du stand. Autre point important: l'ambiance au sein de notre équipe. Nous terminons chaque journée par un repas en commun. <

Plus d'informations sur:
transport-ch.com 

L'esprit suisse depuis 1880.

Venez nous connaître personnellement.
Nous nous réjouissons de vous voir:

transport-CH
et aftermarket-CH 2021

10 - 13 Novembre 2021
BERNEXPO
Halle 4.1 / Stand A009

Midland - Swiss Quality Oil

