

15.04.2011 - 10:30 Uhr

BERNEXPO Groupe: En route vers l'avenir avec beaucoup d'élan et un nouveau nom

Berne (ots) -

Les entreprises bernoises ont franchi une nouvelle étape importante dans leur stratégie de développement: dans le cadre de l'ouverture de la nouvelle halle d'exposition NAHA 2+, elles ont dévoilé le nouveau nom de la BEA bern expo, rebaptisée BERNEXPO. La marque faitière BERNEXPO GROUPE se subdivise en deux autres marques, BERNEXPO EVENTS et BERNEXPO CONGRESS. Le nouveau logo combinant texte et illustration est d'ores et déjà utilisé, le changement de raison sociale interviendra. Le changement de nom s'accompagne d'une transformation complète de la charte graphique.

À l'occasion de l'ouverture de la nouvelle halle d'exposition NAHA 2+, les entreprises bernoises ont annoncé aujourd'hui le lancement d'un nouveau nom et d'une nouvelle présentation pour l'entreprise. Dès à présent, la BEA bern expo se présentera sous la marque BERNEXPO. Cette étape, importante et pertinente d'un point de vue entrepreneurial, a plusieurs raisons. Le nouveau nom permettra d'éviter la confusion de l'entreprise avec la foire de printemps BEA, ou pour l'exprimer autrement, le nom BEA se rapportera uniquement à la BEA à l'avenir. Ainsi, si la marque BEA disparaît de la marque de l'entreprise, elle continue d'exister dans le contexte de la foire de printemps, pour tout ce qui a trait à la BEA. La principale raison invoquée pour le changement de nom est liée à l'orientation stratégique de l'entreprise. Avec la marque BERNEXPO, le site bernois consacré aux salons, congrès et événements signale le renforcement de son rôle d'acteur conscient du marché suisse de la communication «en live». Du point de vue graphique, cela ne se remarque pas uniquement à la couleur rouge du logo, mais aussi à la présence du symbole de la croix suisse. Néanmoins, les racines bernoises ne doivent pas être oubliées: le terme «Bern» est ainsi ancré dans le nom de l'entreprise.

La marque faitière BERNEXPO est complétée par le terme GROUPE. Choisi consciemment pour marquer le rôle d'intermédiaire entre la Suisse alémanique et la Suisse romande, le terme français GROUPE rassemble sous un même toit les domaines d'activités salons, congrès et événements de même que les sociétés et les filiales. La structure de la marque se voit complétée par deux sous-marques, à savoir EVENTS et CONGRESS. La promotion des deux sous-marques est active dans leurs domaines d'activités.

La raison sociale est également transformée, passant de BEA bern expo AG à BERNEXPO AG. Les autres sociétés, Messeholding Bern AG et Messpark Bern AG, ne sont pas rebaptisées, elles gardent donc le même nom.

Nouveau logo et nouvelle charte graphique

Le nouveau graphisme BERNEXPO est clair, simple et bien lisible. Le rouge, couleur de Berne et de la Suisse, combine dynamisme et énergie. Le «O», symbole du lieu de rencontre, apparaît comme un élément graphique sur les moyens de communication de l'entreprise et permet ainsi l'identification de cette dernière. Les deux points à la fin du graphisme symbolisent d'une part les deux régions linguistiques Suisse alémanique et Suisse romande, la BERNEXPO jouant le rôle d'intermédiaire entre les deux, et d'autre part la portée sur Berne et au-delà. La croix suisse est le symbole du lieu d'organisation, la capitale suisse, mais on peut aussi la voir comme un plus: le petit plus que BERNEXPO offre à son client.

Le changement de nom et de logo s'accompagne d'une transformation complète de la charte graphique. L'entreprise se présente désormais avec la couleur rouge ainsi qu'avec le symbole du lieu de rencontre. Le nouveau graphisme a pour objectif une meilleure identification du site consacré aux salons, congrès et événements et vise à véhiculer des émotions.

Une présence consciente

En dévoilant le nouveau nom et en inaugurant la nouvelle infrastructure, la BERNEXPO atteint deux objectifs cruciaux dans sa stratégie de développement et de modernisation. Les deux éléments renforcent consciemment l'image de Berne en tant que ville organisatrice de salon.

La nouvelle halle d'exposition NAHA 2+

La nouvelle halle d'exposition NAHA 2+ a été inaugurée aujourd'hui à l'occasion d'une cérémonie officielle. Il s'agit là d'un projet de construction complexe qui a pu être réalisé en peu de temps, et ce en continuant d'organiser les manifestations. La nouvelle halle séduit par sa grande flexibilité et offre aux organisateurs de manifestations une infrastructure moderne.

Le coup d'envoi de ce projet de construction en trois phases a été donné en août 2009. La première phase a été consacrée à divers travaux de préparation et a vu la réalisation d'un objectif intermédiaire important avec la création du nouveau restaurant «Henris Restaurant & Lounge». En mai 2010, directement après la foire de printemps BEA/CHEVAL, a débuté la phase de construction principale, durant laquelle la nouvelle halle a été érigée. Caractéristiques clés du projet: 2 étages, une nouvelle entrée principale avec un avant-toit imposant, 3 nouveaux restaurants pour les salons, un nouvel accès pour les clients des congrès et un nouveau foyer à l'étage des congrès. La phase de construction principale a duré un peu moins de 12 mois. Un projet ambitieux du point de vue temporel. Le projet sera achevé à l'automne 2011 avec la troisième et dernière phase de construction. Il s'agit là de travaux d'adaptation isolés.

Une grande flexibilité, plus de place

Les visiteuses et les visiteurs pénètrent dans le grand foyer par l'entrée principale. Celuici permet un accès aux 3 bâtiments, plus

précisément aux 7 halles. La galerie en verre offre une vue sur le sous-sol. Les escaliers roulants, installés au centre, mènent aux étages supérieur et inférieur et garantissent un flux régulier de visiteurs. Quant aux halles, elles se caractérisent par leur diversité et leur flexibilité et peuvent donc être utilisées pour plusieurs manifestations simultanées; il en va de même pour les établissements gastronomiques Brasserie Bernoise, Mercato et Intermezzo au sous-sol et au premier étage. L'équipement technique du bâtiment est lui aussi ultramoderne: un puits canadien est utilisé pour le chauffage et la climatisation. Un puits canadien est un accumulateur installé au sol qui exploite les changements de température intervenant entre le jour et la nuit, mais également entre les différentes saisons et qui dégage de la chaleur ou de l'air frais quand l'un ou l'autre est nécessaire. Ce nouvel équipement permet d'économiser deux tiers du fuel en hiver et 75 pour cent de l'électricité nécessaire au refroidissement en été.

L'élément le plus frappant visuellement est sans aucun doute l'avant-toit de 110 mètres de long, constitué de panneaux en verres rétro-éclairés et qui réserve aux visiteurs un accueil digne de ce nom sur le site d'exposition.

Contact:

Roland Brand
CEO | contact via le service médias
Tél.: +41/31/340'11'46
Mobile: +41/79/508'13'59

Dr. Peter Niederhäuser
Président du conseil d'administration de Messepark Bern AG | contact
via le service médias
Tél.: +41/31/340'11'46
Mobile: +41/79/508'13'59

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100004014/100623059> abgerufen werden.