

23.02.2005 - 09:15 Uhr

Europa Star et IC-Agency s'unissent pour décrypter l'Internet horloger

Genève (ots) -

L'horlogerie suisse bénéficiera, dès le numéro 1.05 d'Europastar, d'une nouvelle rubrique: "Worldwatchweb"; qui explorera plus en avant la double face de l'Internet horloger.

Internet représente un important potentiel pour les marques horlogères. Selon une récente étude d'IC-Agency, mensuellement c'est plus de 30 millions de recherches touchant à l'horlogerie qui sont effectuées au travers d'outils comme Google ou Yahoo!

Fort de ce constat, Europa Star et IC-Agency, société d'Intelligence économique basée à Genève, unissent leurs compétences afin de décrypter et analyser les implications d'Internet sur l'environnement économique des marques horlogères.

Pour David Sadigh, Associé d'IC-Agency: "Internet ne devrait pas être une simple vitrine pour les marques. Les implications sont bien plus stratégiques. Notre expérience nous prouve que le web a aujourd'hui un rôle décisif dans les différentes étapes de l'acte d'achat"

Pour Philippe Maillard, directeur et éditeur d'Europa Star: "Il était primordial pour Europa Star d'apporter en avant-première à nos lecteurs une information exclusive et de véritables décryptages des nouveaux phénomènes liés à Internet. De par son expérience et ses références, ainsi qu'à son pôle dédié à l'horlogerie sur Internet, IC-Agency constitue un partenaire idéal"

"La réputation dont jouit Europa Star auprès des décideurs du secteur horloger, ainsi que la confiance qu'ils nous accordent ne peuvent que nous réjouir", conclut David Sadigh.

Prochain rendez-vous avec le numéro de Février/Mars d'Europa Star, avec un article complet sur les menaces et opportunités représentées par Internet enrichi de chiffres exclusifs touchant 12 marques de l'industrie:

- Breitling
- Bulgari
- Cartier
- Chopard
- Ebel
- Girard Perregaux
- Jaeger LeCoultre
- Longines
- Omega
- Patek Philippe
- Rolex
- Tag Heuer

A propos d'Europastar: the world's most influential watch magazine

Avec une distribution globale de plusieurs centaines de milliers d'exemplaires, 3 sites Internet et 4 langues de publication, les diverses éditions géographiques d'Europa Star offrent aux marques horlogères la possibilité de communiquer avec l'ensemble des réseaux professionnels du monde entier.

Parmi ses clients réguliers figurent les marques telles que Rolex, Patek Philippe, Audemars Piguet, Jaeger-LeCoultre, Tag Heuer mais aussi les Bulgari, deGrisogono, Panerai, Corum, Raymond Weil et Maurice LaCroix, la plupart des marques du Swatch Group et de toute

l'industrie horlogère suisse, les indépendants et les "fashion brands" internationaux. Site web: www.europastar.com

A propos d'IC-Agency: your 6th sense online

Société d'Intelligence Economique sur Internet, IC-Agency apporte à ses clients une expertise métier spécifique soutenue par des outils exclusifs, leur permettant de se doter d'un véritable sixième sens.

Chaque année, de nouvelles entreprises performantes et rentables se dotent du sixième sens, à l'image de Nestlé Nespresso, l'Union Bancaire Privée (UBP) et plusieurs marques horlogères de renom. Site web: www.ic-agency.com

Contact:

IC Agency Genève
David Sadigh, Associé
Tél. +41/22/700'35'35
E-Mail: dsadigh@ic-agency.com

Europa Star Genève
Pierre Maillard, Rédacteur en chef
Tél. +41/22/307'78'37
E-mail: pmaillard@europastar.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100007306/100486455> abgerufen werden.