

01.06.2006 - 09:00 Uhr

Maurice Lacroix et Roger Federer empruntent de nouvelles voies



Zurich (ots) -

- Indication: Une image peut être téléchargée sous:
<http://www.presseportal.ch/fr/story.htx?firmaid=100005598> et
sera envoyée sur le réseau de l'EPA -

Après deux ans couronnés de succès, Maurice Lacroix et Roger Federer interrompent d'un commun accord leur intense collaboration à fin mai 2006.

Depuis le 1er juin 2004, Roger Federer, actuel numéro 1 mondial du tennis masculin, représente la marque horlogère suisse Maurice Lacroix dans le monde entier, en qualité d'ambassadeur officiel. Pendant cette période, la star suisse du tennis a pu fêter de nombreux succès sportifs; en particulier, il a renforcé sa position en tête du classement du tennis mondial et a pu fêter en 2004 et 2005 des triomphes à Wimbledon et à l'US Open ainsi qu'à l'Australian Open de cette année. En tant que son partenaire horloger officiel, Maurice

Lacroix a eu la chance d'accompagner le jeune sportif sur son chemin au sommet de la hiérarchie de sa discipline sportive. En compensation, le joueur de tennis a apporté à Maurice Lacroix une image sympathique et crédible et a conféré à cette marque jeune et dynamique un aspect émotionnel accru. Pour y parvenir, il était important pour les deux parties que tant Roger Federer que Maurice Lacroix représentent les mêmes valeurs et puissent s'identifier fortement l'un à l'autre.

Après deux ans de partenariat étroit, Philippe C. Merk, CEO de Maurice Lacroix, tire un bilan positif: "Notre collaboration avec Roger Federer s'est déroulée pour nous de manière très réjouissante et surtout avec un grand succès. Nous avons pu réaliser complètement les objectifs que nous nous étions fixés lorsque nous nous sommes concentrés sur lui en tant qu'unique ambassadeur de notre marque. Aujourd'hui, nous voulons franchir des nouvelles étapes importantes pour notre marque." Avec le lancement lors de la BASELWORLD de cette année du premier mouvement manufacture, Maurice Lacroix a suivi avec constance la voie qui conduit vers une marque de manufacture. Aussi le relancement des collections Pontos et Miro et l'introduction de la nouvelle gamme pour dames Divina ont apporté à Maurice Lacroix des succès convaincants. Cette nouvelle image de marque consciente de sa valeur doit désormais se traduire par une communication adaptée, par laquelle l'entreprise suisse basée à Saignelégier veut exprimer sa volonté de progrès constant.

Contact:

Gabriela von Malaisé, PR Manager International
Mobile +41/79/459'92'82

Claudia Staber, Marketing Director International
Phone +41/44/209'11'11

Medieninhalte



Bei seinem Sieg in Wimbledon am 03.07.2005 trug Roger Federer seine Masterpiece von Maurice Lacroix. / Lors de sa victoire à Wimbledon le 03.07.2005, Roger Federer portait sa Masterpiece de Maurice Lacroix. / At the time of winning Wimbledon on July 3 - 2005 wore Roger Federer his Masterpiece from Maurice Lacroix. Photo by Sigggi Bucher. Weiterer Text über ots. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck bitte unter Quellenangabe: "ots/Maurice Lacroix/Sigggi Bucher". / Texte complémentaires par ots. L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Reproduction sous indication: "ots/Maurice Lacroix/Sigggi Bucher"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100005598/100510622> abgerufen werden.