

BASELWORLD

COMMUNIQUÉ DE PRESSE | 30 JUILLET 2018

BASELWORLD 2019 AVEC DE NOMBREUX NOUVEAUX FORMATS ET IDÉES PERCUTANTES

*Absence de Swatch Group regrettée –
d'autres grandes marques horlogères suisses ont confirmé leur participation*

BÂLE, SUISSE, 30 JUILLET 2018 – Baselworld, le salon mondial leader de l'horlogerie, de la bijouterie et de la joaillerie, annonce de nombreuses nouveautés pour 2019. C'est cependant avec regrets qu'il réagit à l'annonce de Swatch Group de ne pas participer à Baselworld 2019. Il contredit toutefois avec véhémence l'article du NZZ, publié hier dimanche, qui affirme que les exposants n'auraient pas été informés du nouveau concept.

René Kamm, CEO de MCH Group, déclare: «Nous regrettons vivement la décision de Swatch Group. Ce retrait est d'autant plus surprenant qu'il arrive au moment où une nouvelle équipe de direction entre en fonction, avec de nouvelles têtes, un esprit novateur et une foule d'idées inédites.»

Stratégie de communication innovante, amélioration du concept d'accueil

Michel Loris-Melikoff, nouveau directeur général de Baselworld depuis le 1er juillet 2018, explique lui aussi que la transformation de Baselworld, d'une plateforme de commande également en une plateforme de marketing, de communication et d'événements attrayante, et ce dès 2019. Loris-Melikoff: «De nombreux nouveaux formats et nouvelles idées seront présentés et mis en oeuvre.» Le hall 1 sera le centre névralgique de l'évènement. Le hall 1.0 Sud, qui n'a pas été utilisé l'année dernière, présentera les points forts des Ateliers: le meilleur de l'art horloger indépendant. Le hall 1.1 verra la création d'un espace intitulé «The Loop» qui accueillera une exposition consacrée à l'artisanat («Métiers des Horlogers»). Les exposants et visiteurs profiteront d'un large éventail de services de traiteur, allant de la restauration à emporter à la restauration 3 étoiles exclusive. Dans la foulée, les surfaces de restauration passeront de la périphérie vers le centre de l'action. Un autre point fort est le nouveau «Show Plaza» dans le hall 1.2, où seront désormais réunis les meilleurs fabricants de bijoux. Un catwalk spectaculaire de 240 degrés muni de nombreux écrans LED permettra de mettre en scène les bijoux de manière inédite. Michel Loris-Melikoff explique: «Cet espace sera également utilisé pour une journée de presse entièrement revue et un premier sommet des détaillants.»

Michel Loris-Melikoff annonce également des négociations intensives avec les hôteliers et restaurateurs bâlois pour trouver des solutions constructives. L'objectif est de conclure une charte avec des hôtels partenaires qui, en échange de la garantie d'un niveau de prix raisonnable, seront recommandés comme hôtels partenaires de la foire.

BASELWORLD

De plus, une nouvelle stratégie de communication utilisant des formats numériques innovants offrira aux marques une vitrine pour leurs produits tout au long de l'année. ChatBot, lancé pour l'édition 2018, fournit toutes les informations pertinentes directement sur le téléphone portable via des services de messagerie; des services comme la billetterie et la navigation seront notamment ajoutés et étendus à WeChat pour le public asiatique.

Nouveau concept présenté à tous les comités

En même temps, Michel Loris-Melikoff conteste énergiquement la description publiée dans la NZZ selon laquelle le nouveau concept a été mis en oeuvre sans consultation des exposants de Baselworld. La direction de Baselworld rencontre régulièrement aussi bien un comité des exposants suisses qu'un comité des exposants internationaux. Un recueil d'idées a été présenté au Comité Consultatif début mai. Le concept a ensuite été présenté dans ses grandes lignes aux représentants des exposants suisses fin juin avant d'être présenté au Comité Mondial le 4 juillet. Un haut responsable du Swatch Group était présent aux deux réunions du Comité. Michel Loris-Melikoff: «Bien entendu, j'ai reçu des suggestions à ces occasions et j'en ai pris bonne note. Toutes nos idées naissent en étroite concertation avec nos exposants.»

Les autres grandes marques horlogères suisses soutiennent le nouveau concept

Lors des trois réunions, l'adhésion au concept était forte. «Pour Baselworld, le retrait de Swatch Group est bien sûr extrêmement regrettable. Toutefois, nous sommes convaincus de notre concept et nous le mettrons en oeuvre avec les autres acteurs clés du secteur», dit Michel Loris-Melikoff.

Michel Loris-Melikoff souligne qu'il s'attend à ce que les autres grandes marques horlogères suisses participent de nouveau à Baselworld en 2019. En dépit du revers que constitue sans nul doute le retrait de Swatch Group, il reste intimement convaincu de pouvoir réaliser un salon Baselworld 2019 novateur. Michel Loris-Melikoff: «Nous voulons organiser le salon 2019 de la manière la plus attrayante possible, dans un nouveau style, une nouvelle façon de penser. C'est pourquoi j'espère qu'une édition 2019 réussie de Baselworld incitera Swatch Group à revenir sur sa décision. «Personnellement, je serais très heureux de pouvoir entamer un dialogue avec Swatch Group».

Contact médias

Baselworld
Media Relations
Dr. Christian Jürgens
+41 58 206 22 64
agency@baselworld.com