



LETEMPS.CH

LE JOURNAL

Sommaire complet
Editorial
Zooms
Temps fort
International
Suisse
Régions
Economie
Finance
Sports
Société
Culture
Eclairages
Courrier lecteurs
Météo

LA FINANCE

Finance
Fonds placement
Marchés
Economie

LES RENDEZ-VOUS

Carrières
Immobilier
Samedi culturel
Disques
Livres
Multimédia

LES PLUS DU WEB

Photos
Vidéos
Dessins
Blogs
Forums
Dossiers
Archives
Revue de presse
Newsletters
Hors-séries
Netvibes
Flux RSS
Edition PDF
Edition ePaper

LES SERVICES

Abonnements
Espace abonnés
Boutique
Events
SMSAnnonces
WebAdresses
Publicité
Voyages
Rencontres

LE TEMPS SA

Présentation
Visite
Contacts

RECHERCHE

 OK

PAR DATE AVANCÉE

Sommaire
TEMPS FORT

La deuxième révolution horlogère

Les exportations s'emballent: du jamais-vu depuis dix-huit ans!

Surprise, les contrefaçons n'ont plus la cote sur le Net

TEMPS FORT

Le Temps | Article

Surprise, les contrefaçons n'ont plus la cote sur le Net

Omega et Rolex, les marques les plus recherchées.

François Pilet
Jeudi 3 avril 2008

Les contrefaçons n'auraient-elles plus la cote sur Internet? C'est ce que semble indiquer l'étude World Watch Report 2008 réalisée par la société genevoise IC Agency à l'occasion du salon Baselworld. Pour la quatrième année consécutive, IC Agency a collecté 30 millions de requêtes d'internautes saisies sur les moteurs de recherche de cinq grands marchés d'exportation de la Suisse: la France, l'Angleterre, l'Allemagne, l'Italie et les Etats-Unis. Ces demandes sont ensuite analysées et interprétées comme des intentions d'achat.

La principale surprise qui ressort des observations d'IC Agency est que le nombre de requêtes pour des montres de contrefaçon s'affiche en très fort recul, de -52% aux Etats-Unis, -42% en France et -15% en Allemagne. Seule l'Italie continue de présenter une hausse, de 20%.

Une bonne nouvelle

Globalement, ces chiffres ont vivement réjoui les représentants de l'industrie horlogère dans les travées de Baselworld lors de leur publication hier, même si personne ne s'explique très clairement un retournement aussi soudain. En guise d'interprétation, les auteurs du rapport évoquent plusieurs pistes. La première voudrait que le consommateur soit plus vigilant, et que les efforts de sensibilisation menés par les marques comme les coups de filet des douanes aient contribué à réduire l'attractivité de la contrefaçon. Deuxième analyse possible: les marchés seraient devenus plus matures avec l'arrivée sur Internet d'un nombre toujours plus important de consommateurs qui ne sont pas intéressés par l'achat de contrefaçons.

Au chapitre des marques dont le nom apparaît le plus souvent dans les moteurs de recherche, Rolex reste très largement en tête. Dans le cas extrême des Etats-Unis, une requête sur deux concerne la marque. L'écart se réduit pourtant avec Omega. Dans le classement des modèles les plus recherchés sur le Net, les deux marques s'arrogent les cinq premières places. Avec un changement toutefois, puisque les modèles Daytona et Datejust de Rolex se font souffler le haut du podium, pour la première fois, par la Seamaster d'Omega.

© Le Temps, 2008. Droits de reproduction et de diffusion réservés.
PUBLI-© Acheter les droits de reproduction de cet article.

Annonces Google

Plateforme de Trading

Gratuite et en Temps Réel sur le Forex, CFD,
Actions, Futures.

www.saxobank.com

© Le Temps. Droits de reproduction et de diffusion réservés.
→ A propos → Nous contacter → Votre avis → Notre charte → RSS

UTILISATEUR

Nom

Mot de passe
 OK
Mot de passe oublié?
→ Accès d'un jour
→ S'abonner

⊕ Agrandir le texte
⊖ Réduire le texte
🖨️ Imprimer l'article
✉️ Transmettre

Documents liés

→ Notre infographie
Top 5 des recherches sur Internet aux Etats-Unis et en Europe.
(flash, 14Ko)

Liens relatifs

Lire l'article «La deuxième révolution horlogère» en rubrique Temps fort

Lire l'article «Les exportations s'emballent: du jamais-vu depuis dix-huit ans!» en rubrique Temps fort

LE TEMPS

Place de Cornavin 3
Case postale 2570
1211 Genève 2

tel: +41(0)22 799.58.58
fax: +41(0)22 799.58.59

e-mail
info@letemps.ch
www.letemps.ch