

Entretien



Horlogerie MSM

avec des agents ce type de distribution et Omega avait ses propres boutiques à Zurich et à Genève, nous restaurons cette alternative de distribution.

Lorsque nous avons ouvert notre première boutique à Zurich en 2000 la plupart des clients amenaient des montres Omega de la famille, de leur père ou de leur mère et découvraient quelque chose d'Omega dans le magasin.

Nous avons pu instaurer des partenariats avec certains distributeurs comme la maison Bucherer à Lucerne mais le développement de boutiques propres à la marque conforte notre position au plan géographique et au plan de la taille des points de ventes que nous recherchons. Nous avons aujourd'hui une centaine de boutiques dans le monde dont 35 en Chine, ce qui est une des clés de notre succès dans ce pays. La moitié de ces boutiques nous appartient et l'autre moitié relève de partenariat avec les détaillants.

Je ne connais pas un endroit où l'ouverture d'une boutique n'a pas dynamisé les ventes et redonné une image à la marque et cela n'a pas du tout pris les affaires des autres détaillants. Cela est donc une très bonne décision et la boutique de Genève ouvrira en décembre.

MSM : Une dernière question si vous me le permettez, comment appréhendez-vous le développement d'Internet et la multiplication des sites d'échanges et de discussions que sont notamment les forums consacrés à l'horlogerie ?

Stephen Urquhart : J'y suis très favorable. Il y a aujourd'hui une renaissance de l'intérêt porté à l'horlogerie pour ne pas dire une naissance pas seulement auprès de gens initiés comme dans le passé et Internet est une invention parmi les plus extraordinaires du XX^e siècle qui permet notamment à des collectionneurs et amateurs qui ne pouvaient pas communiquer entre eux de dialoguer.

Il y a évidemment quelques inconvénients sur lesquels l'emportent de nombreux avantages. Les ventes de montres notamment volées, ou en provenance du marché gris sont un aléa mais ces ventes existaient déjà avant le développement d'Internet par voie de presse auparavant. Notre site connaît un nombre de connexions très important de gens très intéressés qui entrent en contact avec nous facilement grâce à Internet.

Auparavant on attendait du détaillant toutes les informations sur les modèles.



La Speedmaster et une vue de son calibre

Avec Internet souvent le client est très averti et connaît le produit potentiellement mieux que le vendeur ce qui oblige le détaillant et nous-mêmes à être à la hauteur. Dans nos boutiques, nous avons installé des *collector corners* qui permettent aux clients de venir parler de montres et cela correspond à une réelle attente à laquelle les forums répondent également en partie.

MSM : Au nom des lecteurs de Forumamontres, de Worldtempus et de MSM, merci infiniment Monsieur Urquhart d'avoir répondu à ces questions.

Note :

Cet article est aussi paru sur les sites Internet suivants :

Forumamontres

<http://forumamontres.forumactif.com>

et sur Worldtempus

<http://www.worldtempus.com>

Coordonnées :

Omega S.A.

rue J. Stämpfli 96

2502 Bienne

Tél. 032 343 92 11

Fax 032 343 93 29

www.omega.ch

Une interview exclusive proposée par

JOËL JIDET

Journaliste indépendant



FLUIDTECHNIQUE | MECATRONIQUE | ASSEMBLAGE | CONFECTIONNEMENT

Technique d'amortissement

Ressorts à gaz et contrôleurs de vitesse en exécutions standards ou spéciales. Notre image de marque c'est la fiabilité et la durée de vie.

BIBUS®
SUPPORTING YOUR SUCCESS

Bureau romand: Tél. ++41 (0)32 342 68 37

Fehraltorf: Tel. ++41 (0)44 877 50 11

www.bibus.ch