BUSINESS MONTRES & joaillerie
LA LETTRE INTERNATIONALE DES MARCHÉS HORLOGERS

1 septembre 2009 - CORUM-CHRONOPASSION : L'esprit nouvelle génération

.

Cette information est une bonne réponse à ceux qui demandent : « Mais qu'est-ce que c'est que cette « nouvelle génération » dont *Business Montres* fait si souvent état ? ».

Réponse : c'est ça !

Explications ci-dessous et même ci-contre pour ceux qui auraient du mal avec les mots...

••• CORUM + CHRONOPASSION
On ne présentera pas aux lecteurs de *Business Montres* Antonio Calce, le jeune président de Corum (dernière apparition à l'écran le 19 juin dernier), ni Laurent Picciotto, l'animateur de Chronopassion, récemment en salle le 16 juin.

On se souvient également du « *Follow Lolo* », mot d'ordre du dernier SIHH, quand Laurent Picciotto avait brandi l'étendard de la révolte chez les détaillants lassés par l'arrogance des marques : depuis, il en a fait la plaque d'immatriculation de sa voiture. Tant qu'à rester dans les souvenirs, on se souviendra aussi de la T-Bridge lancée par Corum à Baselworld : par son concept et son design, c'était une des montres-événements du salon.

L'esprit « nouvelle génération », c'est justement qu'ils puissent se rencontrer et nouer un fructueux dialogue. Pour Chronopassion, un T-Bridge en vitrine a du sens. Pour Corum, une vitrine chez Chronopassion a du sens. Gagnant-gagnant...

Au fait, l'information, c'est que Corum ouvre Chronopassion et qu'il ne serait pas étonnant de voir bientôt une T-Bridge édition spéciale Chronopassion plus noire que nature.

●●● NOUVELLE GÉNÉRATION

On voit bien ici que ce n'est pas une question d'« âge » de la marque *[Corum est cinquantenaire]* ou du capitaine, ni d'« ovni horloger », mais tout simplement de consistance dans l'approche de la montre et de pertinence dans le positionnement de la marque, avec pour liant l'intégrité du manager et la volonté mutuelle de rester sérieux sans se prendre au sérieux *[l'image ci-dessus en témoigne, tout comme elle renforce la ligne de communication précédente de Chronopassion* – Business Montres *du 6 mai]*.

La « nouvelle génération » est un état d'esprit, une façon de vivre l'horlogerie et d'en assumer l'héritage pour mieux assurer l'avenir, une communauté d'intérêt au service des belles montres, quel que soit leur prix, leur marque ou leur « prestige ».

Sur Facebook, on dirait que « la nouvelle génération est cool ». Avec ce dernier argument, si vous n'êtes pas convaincu, c'est que vous vivez toujours au XXe siècle... ;-))

.....

BUSINESS MONTRES & JOAILLERIE, LA LETTRE INTERNATIONALE DES MARCHÉS HORLOGERS.
QUAI DU SEUJET, 16 - CH-1201 GENÈVE (SUISSE). TÉL : +41 79 800 23 08.
DIRECTION DE LA PUBLICATION ET RESPONSABLE DE LA RÉDACTION : GRÉGORY PONS