

# BASELWORLD: ENTRÉE EN CYBERCLASSE

La totale! Le salon Baselworld déboule en masse sur les réseaux sociaux et se met à la page communautaire: YouTube, Facebook, Twitter, Flickr et même Vimeo. Désormais toute l'année durant, le lien sera maintenu. Par Vanessa Weill / TàG Press +41

Faut-il le rappeler, contrairement au SIHH, le Salon international de la haute horlogerie à Genève, Baselworld est ouvert au public, moyennant ticket d'entrée. Régulièrement inaugurée par un ministre de l'Economie, avec ses presque 2000 exposants pour 160 000 m<sup>2</sup>, ses 45 pays et une délégation de 2900 journalistes, celle qui demeure, dans le vocabulaire des horlogers, la «Foire de Bâle» reste la plus grande manifestation horlogère mondiale.

Elle aura lieu du 24 au 31 mars 2011 et, hormis ces jours majuscules pour l'industrie qui y concentre ses commandes annuelles, ses lancements de nouveautés et ses émissions de tendances, le reste de l'année, la manifestation ne fait qu'être mentionnée dans les milliers d'articles qui paraissent après coup, occupant rarement le devant de la scène et se contentant de citations.



Baselworld investit les réseaux sociaux: pages d'accueil Facebook et Twitter.



2900 journalistes pour près de 2000 exposants feront de Baselworld, du 24 au 31 mars 2011, la plus grande manifestation mondiale de l'horlogerie.

Et si l'on consulte son site internet, c'est plus pour agencer les dates de l'année suivante que pour y chercher des informations.

En débarquant en masse sur les réseaux sociaux, Baselworld se met la pression. Son pari: animer 365 jours durant une communauté jusqu'ici informelle. News et posts participeront à connecter l'en-

prolonger 365 jours par an les dialogues entamés à Bâle, comme lors des soirées en after.

semble des acteurs entre eux, à stimuler leurs dialogues et implications. A prolonger aussi les moments privilégiés vécus en after, en marge des grands rendez-vous des marques. L'importante documentation photographique et vidéo promise a pour vision d'engendrer de «l'infotainment». S'informer et se divertir, nouer des contacts et, pour les professionnels, offrir de nouvelles opportunités de présence et d'amplifications de messages. Il était temps. ■

[www.facebook.com/baselworld](http://www.facebook.com/baselworld)

[www.twitter.com/baselworld](http://www.twitter.com/baselworld)

[www.youtube.com/baselworldtv](http://www.youtube.com/baselworldtv)

[www.vimeo.com/channels/baselworld](http://www.vimeo.com/channels/baselworld)

[www.flickr.com/photos/baselworld-show](http://www.flickr.com/photos/baselworld-show)