

## Eurotec TV pour demain ?

Pour réaliser cet éditorial, je me base sur deux études très complètes sur les médias. La première s'intitule «les tendances dans la communication en Europe» et a été menée dans toute l'Europe en 2008. La seconde est « média focus » qui analyse les évolutions dans les dépenses publicitaires en Suisse. Qu'y apprend-on ?



### La presse est importante (!)

Selon cette étude, en 2008 les clients représentent le groupe cible le plus important pour la communication commerciale et bien entendu la presse professionnelle y joue un rôle capital. Les chercheurs responsables de l'étude estiment qu'en 2011, l'importance des groupes cibles sera le même. Toujours selon cette étude, la presse est l'outil le plus déterminant en 2008 et en 2011 la presse sera toujours très importante. Elle sera toutefois dépassée par le média en ligne. (Au fait je ne vous ai jamais parlé du Blog d'Eurotec? Vous y trouverez une masse d'information sur « notre monde » (en anglais) <http://eurotecmagazine.wordpress.com>).

« Très clairement, le média en ligne est un outil dont il faudra tenir compte et comme pour le média papier, le contenu en est vital. »

### Valeur ajoutée

Notre rôle en tant que membres de la presse technique est de chercher, de trier, de digérer et de vous redonner un maximum d'information à valeur ajoutée (toujours cette notion d'importance vitale du contenu). La deuxième étude montre qu'en Suisse, la presse professionnelle se porte assez bien. Elle démontre une évolution relativement stable des dépenses publicitaires. Tous domaines confondus, le plus mal en point parmi les outils de communication est la presse quotidienne qui voit ses chiffres tomber en chute libre au bénéfice de la télévision et des nouveaux médias.

### Conséquences pour Eurotec

Allons-nous voir bientôt du téléachat pour le nouveau tour automatique « X » ou les outils « Y » sur Eurotec TV ? Pas beaucoup de chance me direz-vous... mais en combinant le média visuel et le web, il est possible de démontrer plus, d'expliquer plus clairement, même d'interagir ! A nous d'inventer le futur. En tous les cas, le contenu doit être intéressant et aider les lecteurs d'une manière ou d'une autre, sinon il « zappe » rapidement. Notre but est de fournir toujours plus de valeur à travers Eurotec... sous forme papier aujourd'hui.

### Dans ce numéro

Vous découvrirez encore des idées pour le domaine médical, des nouveautés de produits ou de prestations, des présentations et des explications. A nous de bien faire notre travail pour vous fournir un magazine qui vous informe avec pertinence et réponde à vos besoins.

Vous désirez réagir ? Nous donner des idées ou simplement nous faire connaître votre point de vue ? N'hésitez pas à me contacter à l'adresse qui s'affiche en bas de votre écran... euh non, à l'adresse suivante : [pykohler@eurotec-bi.com](mailto:pykohler@eurotec-bi.com).

Je vous souhaite une bonne découverte de cette édition et vous fixe déjà rendez-vous pour le 6 mai pour la sortie de notre numéro 364 qui aura comme thèmes l'horlogerie et la micro-technique.

A bientôt

Pierre-Yves Kohler

## Wird es Eurotec TV schon morgen geben?

Bei diesem Leitartikel stütze ich mich auf zwei sehr ausführliche Medienstudien. Die erste heisst „Kommunikationstrends in Europa“ und wurde 2008 in ganz Europa durchgeführt. Bei der zweiten handelt es sich um „Media-Focus“, sie analysiert die Entwicklungen hinsichtlich Werbeausgaben in der Schweiz. Was erfährt man da



### Die Presse ist wichtig (!)

Laut dieser Studie stellten die Kunden 2008 die wichtigste Zielgruppe für Kommunikation dar, und selbstverständlich spielt die Fachpresse hier eine wesentliche Rolle. Die für die Studie verantwortlichen Forscher schätzen, dass die Bedeutung der Zielgruppen 2011 unverändert sein wird. Die Studie besagt auch, dass die Presse 2008 das ausschlaggebendste Werkzeug ist, und auch 2011 wird sie von grosser Bedeutung sein. Sie wird dennoch von den Online-Medien übertroffen werden. (Übrigens: Habe ich Sie jemals über den Blog von

Eurotec informiert? Dort finden Sie massenhaft Informationen über „unsere Welt“ (in englischer Sprache) <http://eurotec-magazine.wordpress.com>).

«Die Online-Medien sind auf jeden Fall ein Mittel, das es zu berücksichtigen gilt, und genau wie bei den Papiermedien ist der Inhalt lebenswichtig».

### Wertschöpfung

Unsere Rolle als Mitglieder der technischen Presse besteht darin, möglichst viele wertschöpfende Informationen für Sie zu suchen, zu sortieren, zu verdauen und wiederzugeben (wobei die vitale Bedeutung des Inhaltes stets im Vordergrund stehen muss). Aus der zweiten Studie geht hervor, dass die Fachpresse in der Schweiz einen eher guten Stand hat. Sie zeigt eine relativ stabile Entwicklung der Werbeausgaben auf. Wenn man sämtliche Bereiche heranzieht, ist die Tagespresse, deren Verkaufszahlen zugunsten des Fernsehens und der neuen Medien geradezu einbrechen, das am stärksten angeschlagene Kommunikationsmittel.

### Folgen für Eurotec

Werden wir bald die neue Automatendrehbank „X“ oder die Werkzeuge „Y“ über Teleshopping auf Eurotec TV kaufen? Sie meinen, dass das ziemlich unwahrscheinlich ist... aber bei einer Kombination von visuellen Medien und Internet wird es sehr wohl möglich sein, mehr zu zeigen, klarere Erklärungen abzugeben und sogar interaktiv zu handeln! Die Gestaltung der Zukunft liegt in unseren Händen. Auf jeden Fall muss der Inhalt interessant sein und den Leser auf die eine oder andere Weise unterstützen, sonst „zappt“ er sofort weiter. Unser Ziel ist, mittels Eurotec mehr Wert zu schöpfen... heute in Papierform.

### In dieser Ausgabe

Auch diesmal werden Sie Ideen für den medizinischen Bereich vorfinden, aber auch Produktneuheiten und neue Dienstleistungen, Präsentationen und Erklärungen. Es liegt an uns, gute Arbeit zu leisten, um Ihnen ein Magazin zu bieten, das Sie sachdienlich informiert und Ihrem Bedarf entspricht.

Möchten Sie reagieren? Uns Denkanstöße geben oder ganz einfach Ihren Standpunkt mitteilen? Zögern Sie nicht, über nachstehende E-Mail-Adresse mit mir Kontakt aufzunehmen: [pykohler@eurotec-bi.com](mailto:pykohler@eurotec-bi.com).

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen dieser Ausgabe und verabschiede mich bis zum 6. Mai – Schwerpunkt der nächsten Ausgabe 364 werden die Bereiche Uhrenindustrie und Mikrotechnik sein.

Bis bald,

Pierre-Yves Kohler

## Is Eurotec TV planned for tomorrow?

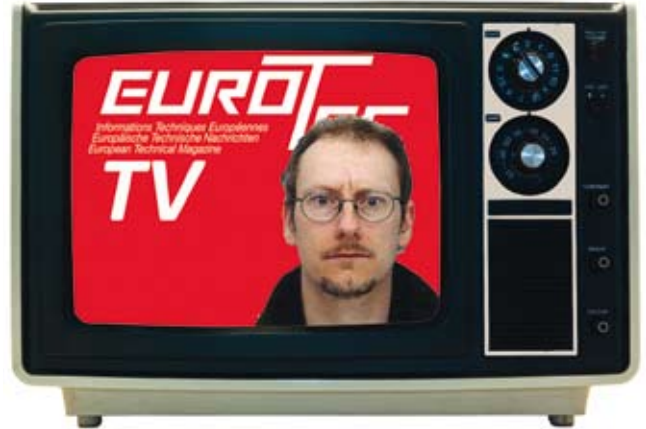
To realize this editorial, I rely on two comprehensive studies on media. The first one called “Trends in Communication in Europe” is based on a wide European study that took place during 2008. The second called “Media Focus” analyzes trends in advertising expenses in Switzerland. What do we learn?

### Press is important (!)

According to the Trends in Communication in Europe survey, in 2008 the customers represent the most important target

audience for any commercial communication (which is not a revelation) and obviously professional press plays a major role in getting in touch. Researchers responsible for the survey foresee a same importance of the ranking of target audiences in 2011.. According to that study, press is the main tool in 2008 and will still be a very important one in 2011. Nevertheless, in 2011, the online medium will be the most important one. (Btw, did I already give you the link for Eurotec’s blog ? You will find a lot of information on “our world” there : <http://eurotec-magazine.wordpress.com>).

« Clearly the online medium is a tool that we must think about. As for the paper media, the content is the most important ».



### Added value

Our role as members of the technical press is to look for, find, sort out, digest and finally give you a maximum of added value information (again that importance of the content). The second survey, Media Focus, shows that in Switzerland the technical and professional press will continue to be an important communication tool. Advertising expenses are stable. All in all and for every field, the tool that does not seem to have a future is the daily newspaper. Its figures plummet in favor of television and new medias.

### Consequences for Eurotec

Will we soon see broadcast to buy the new “X” machine tool or the new “Y” tooling on Eurotec TV? Not likely would you say... but combining visual media and web, it is possible to show more, to explain more and even to interact. Let’s invent the future ! In any case, content must be interesting for readers and help them in one way or another. Otherwise we’re faced with the problem of our audience channel-surfing quickly. Our aim with Eurotec is to give you more value.. on paper today.

### In this issue

You will discover ideas for the medical field, product or services news and explanations. We’re trying hard to provide you a magazine with relevant contact that fulfils your requests.

Would you like to react? Give us some ideas or share your point of view on some topics? Do not hesitate to contact us at the address that passes by on the bottom of your screen... errr sorry, at the following address : [pykohler@eurotec-bi.com](mailto:pykohler@eurotec-bi.com) .

I wish you a nice discovering of this issue and will see you on May 6, with issue 364 that will emphasize the watch industry and microtechniques solutions.

See you soon

Pierre-Yves Kohler