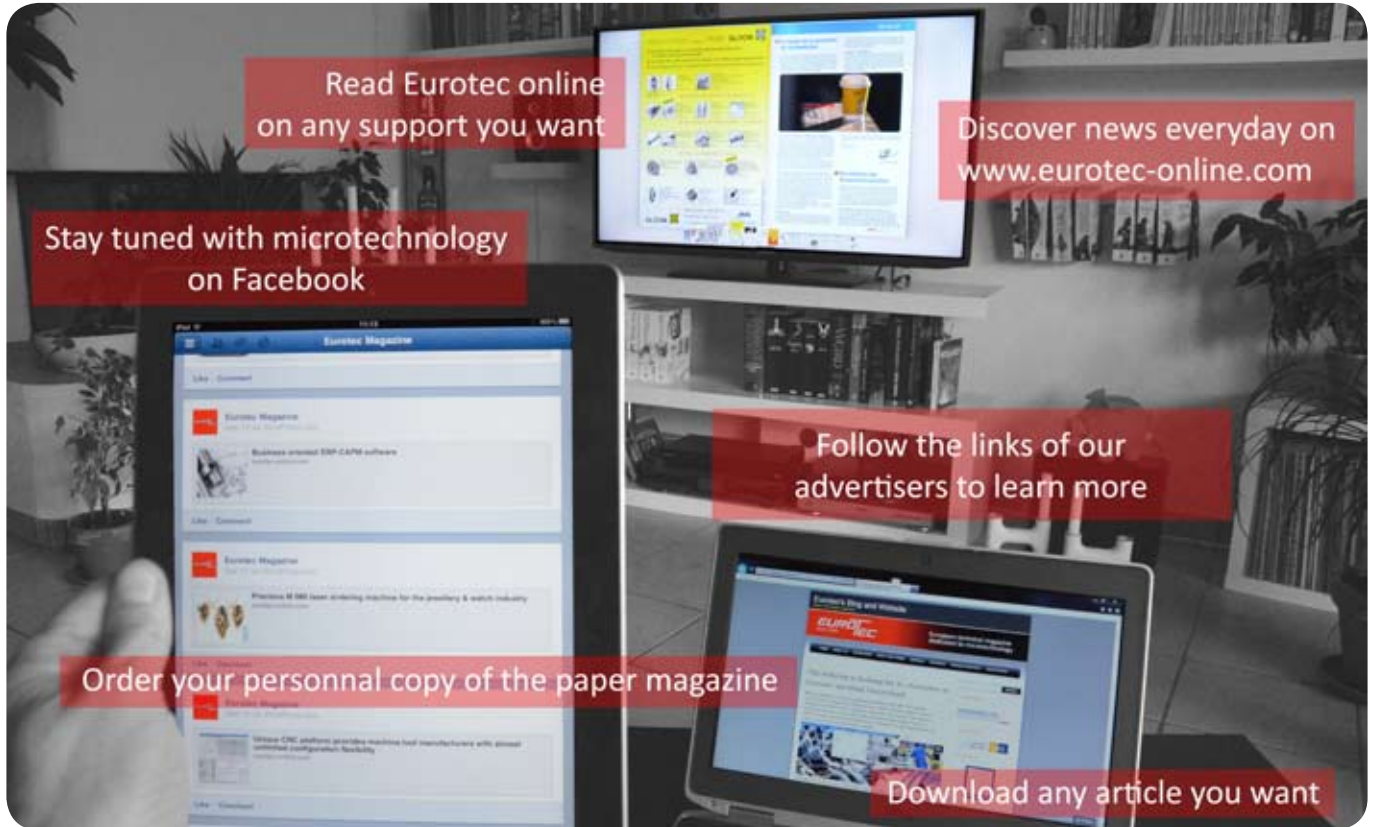


Ajouter de la valeur...

C'est depuis ma chambre d'hôtel à Stuttgart que je réalise cet éditorial. D'ici quelques heures un autre jour va commencer pour l'AMB et cette édition ainsi que les nombreuses rencontres effectuées dans ses allées bien remplies m'incitent à prendre la plume.

partaient s'installer là-bas. Et qu'en est-il d'une revue technique comme Eurotec ? Nous sommes très présents sur le marché européen depuis plus de 50 ans, mais nous devons également être ouverts. Etant déjà international et publié en trois langues, nous disposons d'atouts importants pour aider nos clients à faire briller leurs marques partout. Aujourd'hui nous ne sommes que peu diffusés en Asie ou en Inde par abonnement. Pour accompagner nos clients suisses et



Le temps n'est pas à l'euphorie, loin s'en faut, néanmoins les chefs d'entreprises allemands sont confiants dans leurs compétences et leurs capacités à faire face à d'éventuelles turbulences qui pourraient noircir les prochains mois. Globalement, le sentiment qui règne sur le parc des expositions est très positif. De nombreux industriels suisses rencontrés sur place semblent également assez satisfaits, malgré la cherté du franc suisse qui impacte négativement leurs résultats. Et de quoi voulais-je vous entretenir ? Mes nombreuses discussions m'ont donné quelques idées :

L'Europe est encore un marché très intéressant...

Si certains fabricants semblent vouloir lentement abandonner l'Europe et se concentrer sur "l'Eldorado" asiatique, de nombreux responsables d'entreprises m'ont confié que les conditions dans ces pays sont de moins en moins favorables et que la concurrence internationale allait lentement s'équilibrer. Dans ce contexte, certains fabricants rapatrient du travail en Europe ou aux USA... même s'ils mettent en place des productions en Asie pour le marché local. Du "tout pour l'Asie", on revient à une vision plus équilibrée au niveau mondial. Un fabricant d'outils bien connu affiche par exemple une excellente croissance en Europe tandis que les USA et l'Asie sont en stagnation. Son responsable est convaincu qu'il est impératif de disposer d'une stratégie mondiale et de bien servir tous les marchés. Selon les prévisions du VDW, la situation devrait être bonne en 2013. Et nous allons continuer d'aider les entreprises suisses et européennes à se développer en augmentant la valeur du magazine, en Suisse, en Europe et à l'export.

...et le monde est vaste

De nombreux sous-traitants sont aujourd'hui installés en Asie simplement parce qu'ils ont suivi leurs clients qui

européens qui visent ces marchés, nous envisageons depuis quelques temps d'augmenter notre tirage et de commencer à diffuser de manière très ciblée (comme toujours avec Eurotec) sur ces marchés... et les rencontres faites lors de cette AMB nous renforcent dans ces convictions. Des contacts ont été pris avec des entreprises suisses qui exportent dans ces pays... dès 2013 nous allons pouvoir aider les entreprises suisses et européennes à communiquer de manière ciblée sur ces marchés également.

Des possibilités nouvelles

Une autre discussion intéressante a été celle des supports pour un magazine technique. Si de nombreux industriels voient le papier comme encore indispensable, la stratégie de disposer d'éléments en ligne comme les news régulières, une version complète du magazine en ligne et plus d'interactivité sont en passe de devenir des outils complémentaires indispensables. Tout est encore à inventer. Il ne faut toutefois pas tomber dans les gadgets inutiles et lourds qui font plaisir à leurs concepteurs uniquement, mais bien créer des éléments qui ajoutent de la valeur aux annonceurs et lecteurs. La vraie question est : quels services supplémentaires puis-je offrir aux lecteurs ?

Toujours proches des préoccupations de nos clients...

A ce sujet, où en sommes-nous avec Eurotec ? Nos clients disposent de :

- Un magazine papier diffusé à 10'000 exemplaires de manière très ciblée (et comme indiqué plus haut, nous allons renforcer cet aspect au niveau international)
- Un site www.eurotec-online.com où nous publions chaque jour des articles et nouveautés
- Sur ce même site il est possible de télécharger le magazine

en entier en PDF (<http://eurotec-online.com/articles/complete-issues/>), tous les liens internet y sont interactifs, ainsi en cas d'intérêt les sites mentionnés sont joignables d'un simple clic

- D'une version iPad du site
- Pour les inconditionnels de la lecture sur écran, le magazine est également disponible en Flipbook : <http://eurotec-online.com/articles/complete-issues/to-read-eurotec-online/>
- Notre page facebook permet également un certain niveau d'interactivité avec nos lecteurs : <http://www.facebook.com/pages/Eurotec-Magazine/285325191482274>

...que souhaitez-vous ?

J'ai trouvé important de rappeler les prestations que nous offrons déjà avec Eurotec, mais il en existe certainement de très nombreuses auxquelles nous n'avons pas pensé. Si vous avez des souhaits ou des idées, n'hésitez pas à nous en faire part !

Je vous souhaite une bonne lecture du magazine et une bonne découverte de toutes les informations que nous avons collectées pour vous... quel que soit le support sur lequel vous lisez cet éditorial.



Pierre-Yves Kohler



Werte schöpfen...

Dieser Leitartikel entsteht in meinem Hotelzimmer in Stuttgart. In wenigen Stunden wird für die AMB ein neuer Tag beginnen, und die diesjährige Ausgabe sowie die zahlreichen Begegnungen, die ich in dieser gut besuchten Messe hatte, regen mich zur Verfassung dieses Artikels an.

Von Euphorie ist derzeit keine Rede, nichtsdestotrotz vertrauen die deutschen Unternehmensleiter auf ihre Kompetenzen und Kapazitäten, um eventuellen Turbulenzen standzuhalten, die in den kommenden Monaten auftreten könnten. Insgesamt ist die Stimmung im Messepark sehr positiv. Zahlreiche Schweizer Hersteller, denen ich vor Ort begegnete, zeigen sich eher zufrieden, obwohl sich der hohe Kurs des Schweizer Frankens negativ auf ihre Geschäftsergebnisse auswirkt. Was wollte ich Ihnen denn eigentlich mitteilen? Meine zahlreichen Gespräche brachten mich auf ein paar Ideen:

Europa ist nach wie vor ein sehr interessanter Markt...

Wenn manche Fabrikanten Europa anscheinend nach und nach verlassen möchten, um sich auf das asiatische „Eldorado“ zu konzentrieren, so vertrauten mir viele Unternehmensleiter an, dass die Bedingungen in diesen Ländern immer ungünstiger werden, und dass sich die internationale Konkurrenz allmählich wieder ausgleichen wird. In diesem Kontext bringen manche Fabrikanten die Arbeit wieder nach Europa und in die USA zurück, selbst wenn sie in Asien Produktionsstätten für den lokalen Markt einrichten. Vom Trend „Alles für Asien“ kehrt man weltweit wieder zu einer besser ausgeglichenen Vision zurück. So verzeichnet ein gut bekannter Werkzeughersteller zum Beispiel ein ausgezeichnetes Wachstum in Europa, während der Markt in den USA und Asien stagniert. Der Leiter dieses Unternehmens ist davon überzeugt, dass eine weltweite Strategie sowie eine Bedienung aller Märkte unumgänglich sind. Laut Prognosen des VDW sollte die Lage 2013 günstig sein. Wir werden den schweizerischen und europäischen Unternehmen weiterhin helfen, sich zu entwickeln, indem wir den Wert des Magazins in der Schweiz, in Europa und im Exportbereich weiter verbessern.

... und die Welt ist gross

Zahlreiche Zulieferbetriebe haben ihren Geschäftssitz heute in Asien, weil sie ihren Kunden folgten, die sich dort

niedergelassen haben. Und wie sieht es bei einem technischen Magazin wie Eurotec aus? Wir sind seit über 50 Jahren stark auf dem europäischen Markt präsent, aber wir müssen auch offen sein. Da unser Magazin bereits internationalen Charakter hat und in drei Sprachen veröffentlicht wird, können wir unseren Kunden dabei helfen, ihre Marken überall gut zur Geltung zu bringen. Eurotec wird in Asien oder Indien derzeit nur wenig abonniert. Wir möchten unsere Schweizer und europäischen Kunden, die diese Märkte ins Auge fassen, gern begleiten und überlegen seit einiger Zeit, unsere Auflage zu erhöhen und das Magazin ganz gezielt (wie wir es mit Eurotec immer machen) auf diesen Märkten zu verbreiten... die Begegnungen, die wir anlässlich der diesjährigen AMB-Messe hatten, bestätigen uns in dieser Überzeugung. Wir haben mit Schweizer Unternehmen, die in diese Länder exportieren, bereits Kontakt aufgenommen... ab 2013 werden wir in der Lage sein, Schweizer und europäischen Unternehmen dabei zu helfen, gezielt auf diese Märkte zuzugehen.

Neue Möglichkeiten

Eine weitere interessante Diskussion betraf die Erscheinungsform eines technischen Magazins. Selbst wenn viele Unternehmer Papier nach wie vor als unerlässlich betrachten, erweist sich die Strategie, über Online-Artikel wie zum Beispiel regelmässige News, eine komplette Online-Version des Magazins sowie mehr Interaktivität zu verfügen, als unumgänglich. Alles ist noch offen. Auf unnötige technische Spielereien, die einzig ihren Designern Spass machen, ist allerdings zu verzichten – es geht wirklich darum, neue Werte für die Inserenten und Leser zu schöpfen. Die wahre Frage lautet: welche zusätzlichen Dienstleistungen kann ich den Lesern bieten?

Kundenorientiertes Verhalten...

Wo stehen wir diesbezüglich mit Eurotec? Unsere Kunden verfügen über:

- Ein Papiermagazin mit einer Auflage von 10'000 Exemplaren, das sehr gezielt verbreitet wird (und wie weiter oben angedeutet, werden wir diesen Aspekt auf internationaler Ebene weiter ausbauen)
- Eine Website www.eurotec-online.com auf der wir täglich Artikel und Neuheiten veröffentlichen
- Auf derselben Website besteht die Möglichkeit, das gesamte Magazin im PDF-Format herunterzuladen (<http://eurotec-online.com/articles/complete-issues/>), alle darin enthaltenen Links sind interaktiv, und bei Interesse sind die erwähnten Websites durch einfaches Anklicken aufrufbar.
- Eine iPad-Version der Website
- Für Bildschirmfans ist das Magazin auch als Flipbook verfügbar: <http://eurotec-online.com/articles/complete-issues/to-read-eurotec-online/>
- Unsere Facebook-Seite ermöglicht ebenfalls eine gewisse Interaktivität mit unseren Lesern: <http://www.facebook.com/pages/Eurotec-Magazine/285325191482274>

...was möchten Sie?

Mir war es wichtig, die Leistungen, die wir bereits mit Eurotec bieten, in Erinnerung zu rufen, aber es gibt bestimmt sehr viele, an die wir nicht gedacht haben. Wenn Sie Wünsche oder Anregungen haben, teilen Sie uns diese bitte mit! Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Lesen dieses Magazins und aller Informationen, die wir für Sie gesammelt haben... unabhängig in welcher Form Sie diesen Leitartikel lesen.



Pierre-Yves Kohler



To add value...

This is from my hotel room in Stuttgart that I realize this editorial. In a few hours another day will begin for the AMB and this year's issue as well as numerous meetings in busy alleys and booths lead me to start this editorial.

Euphoria is not in the agenda, nevertheless, German business leaders are confident in their skills and their abilities to cope with possible turbulence that could blacken the next few months. Overall the feeling that prevails on the exhibition ground is very positive. Many Swiss companies met on-site also appear to be somewhat satisfied, despite the negative impact of the Swiss-Franc-Euro parity on their results. And what did I want to talk about? My many discussions have given me a few ideas:

Europe is still a very interesting market...

If some manufacturers seem to slowly give up Europe and focus on "the Asian Eldorado", many business owners have told me that conditions in these countries are less favourable than before and that international competition would slowly be balanced. In this context some manufacturers call back some work to Europe or the USA... even if they organize local productions in Asia for the domestic market. From the 'everything for Asia', we return to a more balanced view of the world. A well-known tool manufacturer for example displays this year an excellent growth in Europe while the USA and Asia are stagnating. Its manager is convinced that it is imperative to have a global strategy and to serve all markets. According to the VDW reports, the situation should be good in 2013.

And we will continue to help Swiss and European companies to grow by increasing the value of the magazine, in Switzerland, in Europe and abroad.

...and the world is vast

Many sub-contractors are today installed in Asia simply because they followed their customers there. And what about a technical magazine like Eurotec? We have been very present on the European market for more than 50 years, and we must also be open. Being already international and published in three languages, we have important assets to help our customers to make their brands shine everywhere. Today we are not widely distributed in Asia or India by subscriptions. To accompany our Swiss and European customers that target these markets, we are planning for some time to increase our circulation and start covering these markets in a highly targeted way (as always with Eurotec). The meetings made during this AMB reinforce us in these beliefs. Contacts have been made with Swiss companies that export to these countries. From 2013 we will be able to help Swiss and European companies to communicate finely on these markets too.

New opportunities

Another interesting axis of discussion was about the supports for a technical magazine. If many CEO's see the paper as yet indispensable, the strategy of having a good online presence like regular news, a complete version of the magazine online and more interactivity is becoming essential as complementary tools. Everything remains to be invented. However one should not fall into unnecessary and heavy gadgets that are fun for their designers only. We must create items that add value to advertisers and readers. The real question is: what extra services can I offer to them?

Always close to the concerns of our customers...

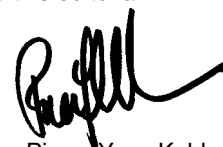
On these points, where are we with Eurotec? Our customers can rely on:

- 10,000 copies of a paper magazine distributed very precisely (and as indicated above, we will strengthen this aspect on the international level)
- a site www.eurotec-online.com where we publish articles and news every weekday
- on this site it is possible to fully download the magazine in PDF format (<http://eurotec-online.com/articles/complete-issues/>), all internet links are interactive, so if you're interested in the mentioned sites, every company is reachable with a single click.
- an iPad version of the site
- for fans of reading on screen, the magazine is also available as Flipbook: <http://eurotec-online.com/articles/complete-issues/to-read-eurotec-online/>
- our Facebook page also allows a certain level of interactivity with our readers: <http://www.facebook.com/pages/Eurotec-Magazine/285325191482274>

What would you like to see?

I found it important to present all the services we already offer with Eurotec, but there are certainly many more that we have not implemented yet. If you have any wishes or ideas, feel free to share them with us!

I wish you a good reading of the magazine and a good discovery of the information we have gathered for you... whatever the support you chose to read this editorial.



Pierre-Yves Kohler

MOTOREX TRESOR PMC®

LA RÉVOLUTION VERTE DES LUBRIFIANTS RÉFRIGÉRANTS

Métal précieux contre bactéries



PREMIÈRE MONDIALE

Révolutionnaire • Unique • Technologie brevetée:

CONTRÔLER LES BACTÉRIES À L'AIDE DE CATALYSEURS EN MÉTAUX PRÉCIEUX

- Niveau très élevé en matière d'enlèvement des copeaux
- Meilleure compatibilité humaine et environnementale
- Biostabilité à long terme
- Sécurité de processus maximale
- Efficacité maximale
- **Testez-nous!**

MOTOREX AG LANGENTHAL • Technologie de lubrification industrielle • 4901 Langenthal, Schweiz • www.motorex.com/tresor