

Le retour des experts...

Si les années 2000 ont vu l'explosion des réseaux sociaux et la prolifération des sources d'information et de partage, il semble que les dérives de cette surinformation tendent à une évolution qui va revaloriser les experts. Comment ?

Une étude récente de deux économistes de l'Université de Berkely montre que les critiques sur internet par des personnes ayant testé un restaurant par exemple font largement varier les niveaux de fréquentation de ces établissements. Et les sites de notation se développent largement. Jusqu'à quand ? Pour de nombreux malins, ces sites sont du pain béni puisqu'ils leur permettent de poster eux-mêmes (ou par des amis) de nombreux commentaires positifs pour augmenter leurs notes. Aujourd'hui de petites sociétés de marketing proposent même des services de ce type.

Le pouvoir au peuple ?

Aux Etats-Unis (comme d'habitude les tendances semblent venir du nouveau continent), on voit apparaître deux tendances : premièrement un certain nombre d'établissements affichent un signe « No yelpers » (pas de critiqueurs) en réponse à des dérives de certains clients désagréables qui brandissaient des menaces de mauvaises notifications dans l'espoir de bénéfices additionnels. De plus, pour faire face aux problèmes de modifications des résultats par des avis orientés mentionnés plus haut, les sites de notifications se protègent et demandent des preuves aux internautes donnant leurs avis. Deuxièmement

certaines voix remettent également en question la capacité du grand public à juger. De nouveaux sites de notification font leur apparition, ces derniers se reposent sur des avis d'experts et non plus de simples visiteurs. Dans l'idée, ils se rapprochent de ce fait des associations consoméristes.

Et pourquoi je vous en parle ?

Si l'on tire des parallèles avec l'industrie, on ne trouve certes pas (encore ?) de sites de critiques de machines-outils, périphériques et composants. Il y a peut-être un business à faire, les personnes qui posteraient les commentaires pourraient être considérées comme des experts... quoique les dérives seraient les mêmes... mais je m'égare. Non, je vous en parle parce que ces tendances semblent indiquer une certaine lassitude envers les sources d'information qui prolifèrent mais dont on ne sait finalement rien. Le retour des experts semble être programmé.

Un nouvel âge d'or pour la presse spécialisée ?

Même s'il est interrogatif, ce sous-titre semble exagéré. Néanmoins, dans ce contexte de surinformation (souvent très orientée voire fausse) nous disposons de nombreux atouts à faire valoir. Depuis 1933 sous le nom "Guide des machines" et depuis 1959 sous le label "Eurotec", des générations de journalistes se sont relayés pour essayer d'informer au mieux nos lecteurs et nous continuons dans cette idée de vous permettre d'en apprendre

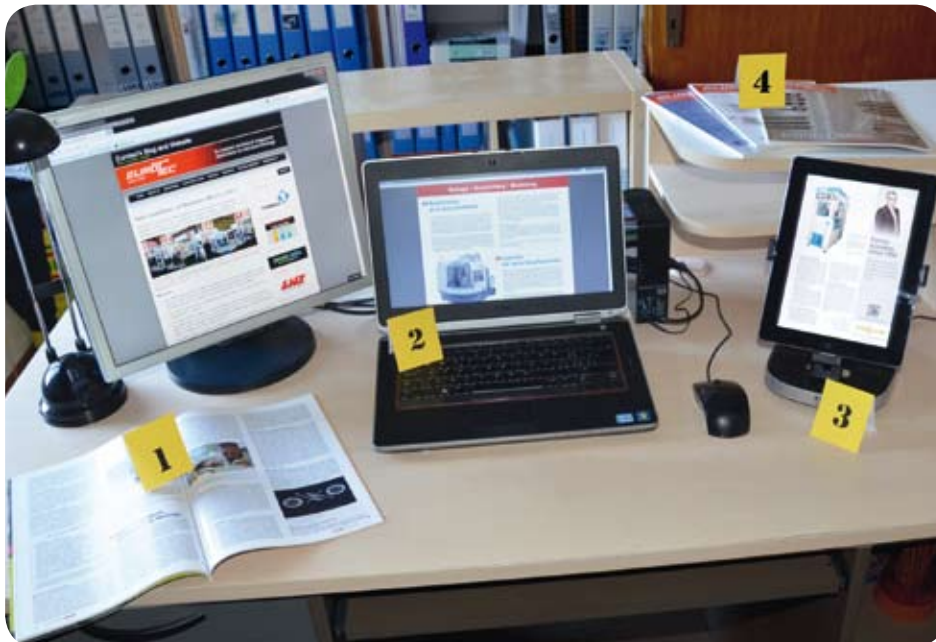
objectivement plus sur les produits et les sociétés présentées. Nous vous souhaitons une bonne découverte des nombreux articles exclusifs de cette nouvelle édition.



Pierre-Yves Kohler

Comeback der Experten...

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts war eine wahre Explosion der sozialen Netzwerke sowie eine starke Vermehrung der Informationsquellen zu verzeichnen, allerdings sieht es nun ganz so aus, als ob diese Auswüchse und das Übermass an Informationen eine Entwicklung herbeiführen, die zu einer neuen Valorisierung der Fachleute führen könnte. Wie soll das gehen?



Eine vor Kurzem von zwei Wirtschaftsexperten der Universität Berkeley durchgeführte Studie zeigt, dass Internet-Kritiken von Leuten, die zum Beispiel ein bestimmtes Restaurant ausprobieren haben, die Frequentierung dieser Lokale stark beeinflussen. Die Bewertungssites vermehren sich erheblich. Bis wann wird das so weitergehen? Für viele Schlauköpfe sind diese Sites ein Segen, da sie selbst viele positive Kommen-

tare dort einbringen können, um ihre eigenen Bewertungen zu verbessern. Heute bieten sogar kleine Marketingfirmen Dienstleistungen dieser Art an.

Die Macht gehört dem Volk?

In den Vereinigten Staaten werden zwei neu aufkommende Trends beobachtet (wie immer sieht es so aus, als ob die neuen Trends vom neuen Kontinent übernommen würden): Erstens gibt es viele Einrichtungen, die sich mit einem Schild „No yelpers“ (keine Kritiker erwünscht) gegen die Auswüchse mancher Kunden wehren, deren Absicht lediglich darin besteht, durch Androhung schlechter Bewertungen zusätzliche Ermässigungen herauszuschinden. Viele Bewertungssites schützen sich und verlangen von den Internetbenutzern, ihre Kritik mit handfesten Beweisen zu untermauern, um den oben erwähnten Problemen entgegenzuwirken. Zweitens fordern einige Leute, dass die Urteilsfähigkeit des breiten Publikums hinterfragt wird. Neue Bewertungssites tauchen auf, die sich auf die Meinung von Fachleuten stützen statt auf das Ermessen einfacher Besucher, womit sie sich den Praktiken der Konsumentenvereine annähern.

Und warum erzähle ich Ihnen das alles?

Wenn man Parallele zur Industrie erstellt, findet man zwar gewiss (noch?) keine Websites, auf denen Werkzeugmaschinen, ►

Peripheriegeräte und Bestandteile bewertet werden. Das könnte vielleicht eine Marktnische sein, Leute, die Kommentare posten, könnten als Experten betrachtet werden... obwohl die Auswüchse dieselben wären... aber ich schweife ab. Nein, ich behandle dieses Thema einfach aus dem Grund, dass diese Trends auf einen gewissen Überdruß gegenüber Informationsquellen hinweisen, die sich rasch vermehren, aber von denen man letztendlich nichts weiss. Das Comeback der Fachleute scheint programmiert zu sein...

Ein neues goldenes Zeitalter für die Fachpresse?

Selbst mit einem Fragezeichen scheint dieser Untertitel übertrieben. Nichtsdestoweniger verfügen wir angesichts des Übermasses an Informationen (die sehr häufig tendenziös oder sogar falsch sind) über zahlreiche Vorteile, die wir geltend machen sollten. Seit 1933 (unter dem Namen „Guide des machines“ und seit 1959 (unter dem Label „Eurotec“) lösten Generationen von Journalisten einander ab, um unsere Leser so gut wie möglich zu informieren, und wir setzen diese Bestrebungen fort, damit Sie über mehr objektive Informationen zu den präsentierten Produkten und Firmen verfügen. *Wir wünschen Ihnen viel Spass beim Lesen der zahlreichen Exklusivartikel dieser neuen Ausgabe.*



Pierre-Yves Kohler

own ratings. Nowadays, some small marketing companies even offer such kind of services.

Power to the people?

In the United States (as usual trends appear to come from the new world), we can see two trends: first a number of establishments that display a 'No yelpers' sign in response to some unpleasant customers who brandished threats of bad notifications in the hope of additional benefits. Moreover to deal with the problems of changes of ratings by the above-mentioned oriented comments, the websites protect themselves by asking internet users giving their opinion some proof that they actually went there. Secondly some voices also start to question the ability of the general public to judge. New rating websites start to appear. They rely on experts' advices and not just visitors. As a result their concept comes closer to the idea of associations helping consumers.

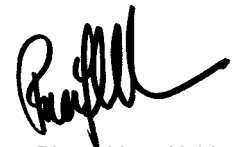
And why do I write about that?

If one compare with what happens in the industry, such services of reviews for machine tools, peripherals and components cannot certainly be found (yet?). There may be a business to develop, people who would post comments could be considered as experts although the same troubles as mentioned above could appear ...but I digress. No, I wanted to tell you this because these trends seem to indicate certain weariness to the ever booming sources of information but about we knows finally nothing. The return of the experts seems to be programmed.

A new golden age for the specialized press?

Although this subtitle is interrogative, it seems exaggerated. However, in this context of overload of information (often very oriented or even false) we have many strong points to assert. Since 1933 under the name "Guide for machines" and since 1959 under the label "Eurotec", generations of journalists have been working, trying to best inform our readers. We continue in this idea to allow you to objectively learn about the products and companies presents within our pages.

We wish you a good discovery of the numerous exclusive articles of this new edition.



Pierre-Yves Kohler

 **The return of the experts...**

If the 2000's have seen the explosion of social networks and the proliferation of sources of information and sharing means, it seems that all the weak points of this over-information end to an evolution that will reappraise the experts. How?

A recent study by two economists from the University of Berkeley shows that critics on the internet by people who have tested a restaurant for example, impact directly and widely on the levels of attendance in these places. And the rating sites are blossoming. Until when? For many smart guys, these websites are a perfect tool allowing them to post themselves (or through friends) many positive comments to increase their



20. - 23. November 2012 | Messe Basel
Halle 1.0 / Stand C17



Waschkörbe nach Mass und Standard!



www.rimann-ag.ch



Paniers de lavage sur mesure et standards !

RIMANN AG Römerstrasse West 49 CH-3296 Arch
Tel. +41 (0)32 377 35 22 Fax +41 (0)32 377 35 24 info@rimann-ag.ch