

20.10.2004 - 18:00 Uhr

Swatch annonce la nouvelle montre intelligente qui transmet de l'information exclusive sur les spectacles et autres nouvelles par l'intermédiaire de MSN Direct de Microsoft

New York City / Biel (ots) -

Indication: Une photo sera envoyée par Photopress via le réseau satellite de Keystone (www.photopress.ch)

La "Paparazzi" offre du contenu gratuit et la chance de rencontrer des célébrités

Swatch, la marque de montres novatrices et tendance du Swatch Group, fabricant suisse de montres et leader mondial, se joint à MSN Direct, division de Microsoft Corp., pour lancer une nouvelle montre colorée et stylée baptisée "Paparazzi". La Paparazzi, offerte en quatre nouveaux styles et couleurs, propose à ceux qui l'adoptent des renseignements exclusifs sur les spectacles et la chance de rencontrer des célébrités. En outre, les propriétaires d'une montre Paparazzi ont accès au service MSN® Direct pour y recevoir de l'information personnalisée, notamment nouvelles du jour, du sport, météo, horoscopes, cours boursiers et davantage.

Ceux qui adoptent Paparazzi de Swatch se retrouvent dans le secret des dieux. En effet, ils seront au courant avant tout le monde, grâce à "Swatch City", nouveau contenu spécialisé fourni par Time Out qui offre des indications sur les bars et les boîtes à la mode, les vedettes locales et les événements gratuits à suivre en ville. Autre exclusivité de la Swatch Paparazzi: la chance de participer à un concours pour gagner un forfait "Swatch Meet A Celebrity " (rencontrer une célébrité).

La Swatch Paparazzi donne aux consommateurs la chance de rencontrer une célébrité des mondes des affaires, du sport et du cinéma/spectacle. Le concours "Swatch Meet" se déroule au cours des six prochains mois et acheteurs et non-acheteurs peuvent y participer. Les premières rencontres qui auront lieu dans le cadre du concours "Swatch Meet", comprennent: une visite au Consumer Electronics Show en janvier 2005 en compagnie du président-directeur général et architecte logiciel en chef de Microsoft, M. Bill Gates; une séance de formation en compagnie du médaillé d'or olympique Carl Lewis et une visite de la scène d'O.C. avec la vedette Mischa Barton. Vous trouverez de plus amples informations sur "Swatch Meet" à l'adresse www.swatch.com.

La montre Swatch Paparazzi est la première montre Swatch Smart à offrir du contenu automatique prêt-à-utiliser. Le contenu suivant est accessible à tous les acheteurs de la montre Swatch Paparazzi: "Swatch City" (nouvelles du monde du spectacle et titres des actualités nationales); maximum et minimum locaux de la météo; grands indices boursiers; Swatch Meet et Swatch News, qui annoncent les événements Swatch.

Nick Hayek fils, directeur général du Swatch Group, a déclaré, "La

communication est un outil puissant. D'une part, vous avez l'information à partager et d'autre part, la manière dont vous la communiquer. La Swatch Paparazzi communique de l'information propre à un style de vie, originale et amusante, un atout pour celui qui l'adopte".

MSN Direct - technologie de pointe

MSN Direct offre à ceux qui ont adopté la Paparazzi la possibilité de personnaliser divers canaux d'information, notamment les actualités, les nouvelles du sport, la météo, les horoscopes, les messages personnels, les rappels de rendez-vous, les cours boursiers, les résultats de la loterie et bien plus. Les abonnés de MSN Direct choisissent l'information qu'ils souhaitent recevoir sur leur montre en visitant le site Web MSN Direct à l'adresse www.msndirect.com. Depuis le lancement de MSN Direct au Consumer Electronics Show (CES) de janvier de cette année, la quantité de contenu offert a doublé, les abonnés peuvent dorénavant choisir parmi les diverses options le prix qui leur convient le mieux.

"Le lancement de la montre Swatch Paparazzi représente une étape importante pour les montres intelligentes et MSN Direct. Nous sommes ravis de collaborer avec un leader comme Swatch en vue d'offrir du contenu spécialisé et des montres stylisées adaptées tout spécialement à la clientèle Swatch", a commenté Bill Mitchell, vice-président, entreprise, de la division Mobile Platforms Division chez Microsoft.

Rencontres Swatch

De toutes les fonctions offertes par la Paparazzi, la plus évocatrice est peut-être la possibilité de rencontrer une célébrité. Dans le cadre du concours "Swatch Meet", les adeptes de la montre s'inscrivent pour avoir une chance de passer du temps avec l'une des quatre célébrités des mondes des affaires, du sport, du cinéma/spectacles ou musical. Le concours devrait commencer le 20 octobre et durera six mois. Toutes les six semaines, un gagnant sera choisi au hasard, lequel s'envolera pour rencontrer la célébrité du mois, gracieuseté de Swatch.

À propos de la Swatch Paparazzi

La Swatch Paparazzi est offerte en quatre couleurs vives soit l'orange, le rouge, le noir et le bleu/grège, et est munie d'une attache en silicone (ajustable). Le traditionnel boîtier Swatch en plastique affiche un nouveau style robuste extra large. Cinq boutons de fonctions intégrés au boîtier permettent de naviguer et de contrôler les fonctions de la montre. La Swatch Paparazzi est à l'épreuve de l'eau et équipée d'une batterie rechargeable au lithium-ion et assortie d'une garantie de deux ans. Sa valeur au détail est de 150 \$ dans les 40 magasins Swatch, et en ligne, à www.swatch.com.

À propos de MSN Direct

MSN Direct, partie intégrante du projet SPOT, pour Smart Personal Objects Technology, est un service spécialisé sans fil qui combine la technologie et la mode pour transmettre de l'information personnalisée et adaptée aux gens. Ceux qui aimeraient en savoir plus sur le sujet n'ont qu'à visiter le site <http://www.msndirect.com>.

À propos de Microsoft

Fondée en 1975, Microsoft (MSFT au Nasdaq) est le leader mondial

dans les secteurs des logiciels, des services et des solutions qui aident les gens et les entreprises à réaliser leur plein potentiel.

À propos de Swatch

Swatch est membre du Swatch Group, le plus grand fabricant et distributeur de montres au monde, avec 157 sites de fabrication en Suisse. Le Swatch Group est le responsable du chronométrage officiel et de la gestion des résultats des Jeux olympiques d'Athènes, de Turin, de Beijing et d'autres villes.

Microsoft et MSN sont soit des marques de commerce déposées ou des marques de commerce de Microsoft Corp. aux États-Unis et/ou dans d'autres pays.

Les noms des entreprises et produits mentionnés dans le présent communiqué peuvent être les marques de commerce de leurs titulaires respectifs.

Remarque aux rédacteurs : pour avoir accès à de plus amples informations sur Microsoft, prière de visiter la page Web de Microsoft® à l'adresse <http://www.microsoft.com/presspass> et d'y consulter les pages d'information sur l'entreprise. Les liens Web, numéros de téléphone et titres étaient exacts au moment de la publication, mais pourraient avoir changé depuis. Les journalistes qui ont besoin de plus amples renseignements peuvent communiquer avec la Rapid Response Team de Microsoft ou d'autres contacts qu'ils trouveront à <http://www.microsoft.com/presspass/contactpr.asp>.

Contact:

Carmen Daetwyler
Serv. des relations intern. de Swatch
Tél. +41/32/343'97'28
E-Mail: carmen.daetwyler@swatch.com

Dave Hanon ou Rapid Response Team
Waggener Edstrom pour MSN Direct
Tél. +1/425/638-7000 ou +1/503/443-7070
E-Mail: daveh@wagged.com ou rrt@wagged.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100004013/100481104> abgerufen werden.