

Photo: Daniel Stucki

UNE MONTRE SUISSE

SINON RIEN ...

La création d'un nouveau magazine relève de la même problématique que le lancement d'une nouvelle marque ou d'un nouveau produit. Il y a d'abord de très bonnes raisons de ne pas le faire parce que le marché est saturé, que tout a déjà été fait, déjà dit et déjà oublié. Ce constat raisonnable et le plus souvent réaliste n'a cependant jamais empêché les illuminés de service, convaincus de la qualité, de l'originalité ou de la pertinence de leur projet, de se lancer dans de nouvelles aventures entrepreneuriales. La réussite n'est pas forcément au rendez-vous et le prix des illusions parfois lourd.

Le mot-clé qui donne toujours du piment à la vie est certainement celui de projet. A partir de là, il n'y a pas de recette miracle, mais on connaît les ingrédients de base, valables quels que soient la spécialité ou le domaine concernés. Il faut trouver les bons partenaires qui partagent vos objectifs et vous appuieront sans vous étouffer, choisir les meilleurs fournisseurs et retenir des collaborateurs convaincus, aux compétences spécifiques et complémentaires. Au final, ce sont toujours les hommes qui font la différence. C'est une équipe qui doit porter votre projet ou qui peut le miner.

Cette dimension humaine, on la retrouve au cœur

du projet *Watch Around*. Le propos de ce magazine est fort simple : parler de l'horlogerie suisse faite en Suisse. Point. La montre focalise notre attention, mais c'est tout ce qu'il y a autour qui nous intéresse, dans l'espace et dans le temps, et ce qu'il y a derrière elle, avant tout des hommes et des femmes au savoir-faire exceptionnel.

Chauvin? Pas vraiment, car si nos racines sont dans l'Arc jurassien, nous en connaissons les deux versants et savons que les flux migratoires historiques et quotidiens ont été et demeurent bi-directionnels.

L'horlogerie suisse ne s'est jamais si bien portée, mais ce succès est certainement plus fragile qu'on ne l'imagine. Quelques bombes à retardement traînent dans le jardin luxuriant des horlogers : *Swiss made* aux limites incompréhensibles, capacités de production proches de l'asphyxie, soucis prévisibles du service après-vente après l'explosion de la production, relève insuffisante... De cela aussi, nous parlerons. Entre peindre le diable sur la muraille et se voiler la face, il y a un espace que nous occuperons en apportant modestement notre pierre au moulin, dans un esprit à la fois critique et bienveillant. Et en privilégiant les pistes qui rassemblent. Telle est notre vocation éditoriale.

Jean-Philippe Arm

7

Balade dans l'actualité horlogère

Si l'horlogerie se porte bien, il n'en reste pas moins vrai qu'on estime à 40 millions le nombre de fausses montres qui seraient fabriquées chaque année dans le monde. Le Brésil apparaissant comme un vrai casse-tête. Cinquième plus grande nation du monde, le pays de la samba n'a même pas importé 200 000 montres l'an dernier: droits de douane et taxes trop élevés. Un espoir: un protocole d'entente vient d'être signé entre les deux pays pour les faire descendre. Mais il y a surtout la question lancinante des contrefaçons qui arrivent semble-t-il du Paraguay, 17 000 pièces saisies en novembre dernier, et une quinzaine de Chinois arrêtés. C'est que les frontières sont interminables entre le Brésil et ses voisins. La Suisse souhaite que les peines soient exemplaires...



Chemin faisant sur les sentiers de l'Arc horloger, le profane découvre à Villeret que Minerva, fondée en 1858, autrefois belle marque, spécialisée aujourd'hui dans le domaine des mouvements mécaniques haut de gamme a été rachetée par le Groupe Richemont. Minerva travaillera pour Montblanc et pour les autres marques du groupe. A La Chaux-de-Fonds, Corum annonce un nouveau directeur général, Antonio Calce, qui a précédemment travaillé pour Panerai et Piaget. Travail travail... L'horlogerie est avide de personnel. Constat qui a donné l'idée à deux jeunes entrepreneurs issus de la branche de lancer Job Watch, un portail en ligne dédié aux demandeurs d'emploi et sociétés recruteuses. En 48 heures, les candidats reçoivent une réponse... www.jobwatch.ch

Bernadette
Richard



Dans une époque où les cadres de l'horlogerie et les services de marketing ont la bougeotte afin de mieux faire connaître le produit sous tous les cieux, les entreprises elles aussi changent d'architecture, déménagent, s'agrandissent: ainsi TAG Heuer a quitté Marin pour s'installer à La Chaux-de-Fonds où son siège est désormais implanté. Ce sont des raisons pratiques qui ont motivé la marque: un aéroport à proximité, et puis la marque emploie 300 personnes dans les Montagnes, et 130 dans le canton du Jura. La marque arrive à la deuxième place derrière Rolex aux Etats-Unis.

Clin d'œil ironique aux fausses montres, la sculpteuse Maât a offert au Musée de la Contrefaçon à Paris une œuvre d'art réalisée à partir de 4717 fausses montres, notamment des Breitling, Longines, TAG Heuer. Pour réaliser sa sculpture, l'artiste a travaillé dans les locaux des douanes de Roissy, avec la collaboration des services douaniers, à partir d'un stock saisi au Havre le 17 mai 2006 en provenance de Chine. Elle a broyé les toquantes de toc à la presse hydraulique, puis a enfermé les déchets obtenus dans quatre blocs de résine sur un socle renfermant deux montres de grandes marques. Symbolisant l'opposition entre le vrai et le faux, la rareté et l'abondance, la qualité et la médiocrité, l'œuvre illustre un véritable phénomène de société qui traite avec mépris le travail de qualité.



ACTUALITEACTUA

Et qui dit horlogerie dit souvent sponsoring sportif. Si la voile est particulièrement chouchoutée par le monde de la précision — bien des patrons horlogers se frottent aux vents dans les voiles — l'automobile, l'équitation, le golf, le patinage ne sont pas en reste. Quant au foot, le voici sous l'aile de Hublot, qui annonce un partenariat avec l'Euro 2008, en tant que supporter national. Précédemment impliquée lors de la Coupe du monde en 2006 avec l'équipe suisse, la marque s'annonce déjà en tant que chronométrateur officiel de la manifestation.

Côté tennis, quand on a un Federer national, sûr que l'horlogerie n'y reste pas indifférente! Et comme Roger est occupé à défendre l'effigie de Rolex, Longines, vieille habituée des courts, y revient de manière un peu détournée, sans investir sur des noms... Encore que... Dans les années 1990, la noble dame de Saint-Imier sponsorisait Gabriela Sabatini et Michael Chang. Aujourd'hui, elle s'installe à... Roland-Garros, où elle prend la place de Rado en tant que nouveau partenaire officiel et chronométrateur de l'événement. Pour le sablier ailé, la finale est assurée!



Photos: DR

Après le sport, la détente, ou l'inverse. La supplique « *Ô temps suspends ton vol* » est exaucée pour les invités de Parmigiani, qui patronne la semaine hivernale de ballons à air chaud de Château-d'Œx. Embarqués dans une nacelle gentiment ballottée dans un somptueux paysage alpestre, silence à peine troublé de temps à autre par les brûleurs, les voici complètement déconnectés du reste du monde, planant sans connaître ni l'heure ni le lieu de l'atterrissage. Après le temps arrêté, le temps haché... Un quart d'heure de sommeil d'affilée pas plus pour Bernard Stamm, engagé dans la Velux 5 océans. Relié à Château-d'Œx par vidéo satellite, le navigateur solitaire fait la course en tête à l'autre bout du globe et affronte les quarantièmes rugissants.



EPA-PHOTO/dpa/Ulrich Perrey

Du côté du nerf de la guerre, l'horlogerie suisse explose, engrange, affiche une insolente réussite: premier constat, la progression des exportations est allée jusqu'à 10,9%, représentant une valeur totale de 13,7 milliards de francs, chiffres de la FH (Fédération horlogère). Une croissance à deux chiffres qui confirme celle de 2005, laquelle dépassait les 11%. En volume, le nombre de montres et horloges exportées affiche une hausse un peu plus modérée, avec 2,1% par rapport à 2005. Rien que le groupe Swatch a franchi pour la première fois de son histoire les 5 milliards de francs de chiffre d'affaires, les ventes du groupe ont progressé de 12,3% en 2006. A l'intérieur du groupe, Omega à elle seule a frôlé la barre du milliard et demi de francs.

ACTUALITEACTUA

Se promener dans le petit monde de l'horlogerie suisse, c'est l'assurance de souffler ici et là quelques dizaines, voire centaines de bougies... Détour par Saint-Imier d'abord, où, le 1^{er} mars, Longines commençait à fêter l'année de ses 175 ans en inaugurant deux nouvelles salles de son musée. C'est que la marque au sablier ailé a particulièrement soigné la présentation de son patrimoine. Le premier de ses nouveaux espaces permet à l'entreprise de mettre en lumière cinquante ans de production, de 1957 à nos jours. Ici, des centaines de modèles sont présentés, de la Longines Flagship en 1957 au dernier calibre automatique manufacturé en 1977, le L990, en passant par la Dolce Vita en 1997 ou encore l'evidenza en 2003. Dans un cabinet voisin, 800 livres d'établissement révèlent les secrets des 15 millions de garde-temps fabriqués par la marque avant l'ère de l'informatique. L'autre salle de la publicité, à travers des XIX^e siècle, jusqu'au troisième de panneaux offrent aux complet de la pub Longines. réalisées par des grands XX^e siècle, le voyage dans n'a rien de figé. A l'autre bout Constantin, consciente son histoire, fête un siècle Genève, Atelier Cabinotiers mieux satisfaire une clientèle new-yorkais Henry Graves Jr. Maharajah de Patiala, furent de la marque, une équipe détachée à la réalisation de garde-temps uniques, créés pour répondre au rêve d'une élite. Quatre séries de critères de choix sont à disposition : mouvement et complications, boîtier, affichage, cadran (émail guilloché, divers coloris), chiffres et / ou index, aiguilles, bracelet, le tout réalisé dans la tradition de la manufacture. Quant à Concord, à l'aube son siècle d'existence, elle est portée par une équipe nouvelle. Du sang frais pour se repositionner grâce à « *une audacieuse stratégie* », c'est ce qu'annonce Vincent Perriard, le nouveau président, arrivé en juin 2006. Monter en gamme sont désormais les maîtres mots, tout en s'appuyant « *sur notre capital et notre savoir-faire* », avec un pari : « *réinterpréter les codes établis de la montre chronographe* ». Pour Omega, il y a aussi de l'anniversaire dans l'air : la marque sera chronométrateur officiel des Jeux olympiques pour la 23^e fois à Vancouver... en 2010. Patience donc... Mais fière de cette responsabilité qui lui incombe à nouveau – la première fois, c'était Los Angeles en 1932 – la marque a d'ores et déjà occupé le terrain au pays du sirop d'érable, en installant une horloge monumentale pour le compte à rebours. Et c'est en partenariat avec Karacters Design Group, une agence canadienne de conception et de graphisme, que l'immense horloge a été réalisée, inspirée par l'environnement urbain de la cité, acier, cèdre et verre. Elle dresse ses six mètres de haut dans le centre ville, face à la Vancouver Art Gallery.



est consacrée à l'évolution affiches qui couvrent la fin du millénaire. Une cinquantaine visiteurs un historique fort Gravures, médailles, affiches dessinateurs du début de cette nouvelle aile du musée de l'Arc horloger, Vacheron elle aussi de la richesse de de sa Maison en l'île de Commande Spéciale. Pour exigeante qui, du banquier au roi Fouad d'Egypte et autre de fervents collectionneurs est désormais entièrement

Photo: Tom Grill | Corbis

Rendez-vous du printemps



Photos: DR



Timm Delfs

Vers la fin de chaque année, on peut remarquer une agitation dans les manufactures horlogères suisses dont rien n'est encore perceptible en été. Les horlogers se taisent et se retirent dans leurs ateliers, où ils se penchent avec concentration sur leurs minuscules ouvrages. C'est le temps où les préparatifs pour les grands événements de l'industrie horlogère, les deux salons de printemps à Bâle et à Genève, tournent à plein régime. Les deux villes sont devenues les vitrines de l'artisanat horloger suisse grâce à leurs salons internationaux. Baselworld, issu de la foire commerciale qui se tint pour la première fois en 1917, a derrière lui une histoire longue et tourmentée. En 1963, un nouveau pavillon est même édifié pour cet important segment de l'industrie suisse. En 1972, le domaine d'exposition des montres s'ouvre pour la première fois aux marques d'autres pays européens. En 1984, le salon baptisé entre-temps «*Basel 84*» se sépare de la foire commerciale, dont il était devenu au moins l'égal en importance. En 1986 enfin, «*Basel*» s'ouvre aux exposants d'outre-mer.

Naissance du SIHH. En 1991, cinq exposants (Baume & Mercier, Piaget, Cartier, Gérald Genta, Daniel Roth) quittent Bâle et fondent à Genève un salon alternatif sur 4500 m², auquel seuls les commerçants et la presse spécialisée sont admis: le Salon international de la haute horlogerie. Le

A Bâle, les foules se côtoient dans un semi-anonymat, tandis qu'à Genève, le salon est intimiste.

concept du salon plus calme, dont le public est exclu, fait ses preuves, car le nombre des exposants croît graduellement après quatre ans de stagnation. «*Basel*» en tire les conséquences et investit dans plus de luxe, afin d'affaiblir les arguments de Genève. Lorsque «*Basel 98*» se termine, les excavatrices attendent déjà devant la porte. En moins d'un an, la vétuste halle 2 cède la place à un attrayant bâtiment qui sera inauguré en temps et en heure pour «*Basel 99*». Les autres halles seront elles aussi modernisées par étapes et luxueusement équipées. En 2003, le salon est rebaptisé «*Baselworld*» et la place d'exposition est transformée du tout au tout, étendant son territoire à tout le parc d'expositions. Baselworld 2004 voit l'adjonction d'une tour de 105 mètres de haut avec restaurant, hôtel et salles de conférences. Les deux salons se différencient pourtant nettement par leur philosophie. Si Bâle demande aux exposants leurs propres architectures de stands, le SIHH mise quant à lui sur une apparence uniforme.

Changements marquants. Les années 2001 et 2002 sont marquées par l'activité de rachat de l'industrie du luxe. Plusieurs marques changent de groupe et par conséquent de salon. L'année suivante est assombrie par deux événements. Après 2002, qui porte déjà l'empreinte de la chute des tours du World Trade Center, 2003 voit s'ajouter à cela le déchaînement de la guerre d'Irak et l'épidémie de SRAS, qui entraînent de massives pertes de visiteurs aussi bien pour Baselworld que pour le SIHH. Bâle se déroule sans exposants asiatiques. Depuis 2005, le SIHH est organisé par la «*Fondation de la haute horlogerie*», fondée par le groupe Richemont, Audemars Piguet et Girard-Perregaux, alors que Baselworld est organisé par «*Messe Schweiz*» («*la Foire Suisse*»), qui agit indépendamment de l'industrie horlogère. Participer à l'un des deux salons n'est pas bon marché. La location de stands d'exposition d'envergure dévore des sommes colossales. Il n'est donc pas étonnant que depuis des années déjà certaines marques quittent le navire et organisent simultanément leurs propres expositions dans des hôtels et des maisons privées de Genève et Bâle. A Genève, le groupe Franck Muller reçoit depuis sept ans déjà dans ses propres murs dans le cadre de la «*World Presentation of Haute Horlogerie*». Bâle perd un

exposant cette année, le groupe Fossil: les Américains ont transféré leur siège européen à Bâle, où ils pourront dorénavant accueillir les marchands et les journalistes du monde entier sous leur propre toit. Même si Baselworld améliore constamment son infrastructure et gagne en attractivité, il ne pourra pas empêcher complètement les surges sauvages, car il ne deviendra guère moins cher.

ONE
R
EU
X ■ ■ ■

26 ENCHERES ENCI

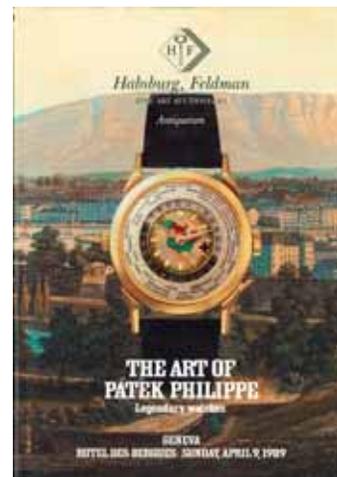
Les marques **suisses** leur doivent beaucoup...

Olivier Broto Avant 1980, les ventes aux enchères faisaient la part belle aux horloges et aux montres de poche, toutes origines confondues. L'arrivée des montres-bracelets sur ce marché, grâce à Antiquorum, profite aux marques helvétiques : dans les années 1970, une référence 1518, montre-bracelet de Patek Philippe, s'acquerrait aux alentours de 12 000 francs suisses. Aujourd'hui, elle s'adjuge aux environs de 300 000 francs. C'est comparable aux meilleurs indices boursiers. Bien malin qui aurait pu le prévoir !

Montres-bracelets, la percée. Dès 1980, les ventes aux enchères mettent cette catégorie, les montres-bracelets anciennes, sous le feu des désirs les plus enchérisseurs, contribuant à la suprématie mondiale de l'industrie horlogère suisse, manufacturière surtout. Avant, on traquait plutôt les horloges et les montres de poche. Pour les marques suisses, c'était plutôt les Berthoud ou les Breguet qui faisaient la une, parmi les immenses trésors retrouvés datant du XVIII^e ou du XIX^e siècle, pour la plupart de facture allemande, française ou anglaise. Les rares pièces de poignet figurant sur les catalogues sortaient d'un package successoral, livrées telles quelles dans le panier d'un héritage. Avec l'arrivée des montres-bracelets, le cercle des acheteurs potentiels s'est agrandi. Oswaldo Patrizi, fondateur d'Antiquorum se souvient : « *Initialement, les collectionneurs ne s'y intéressaient pas, considérant que c'était trop industriel. En 1981, nous avons organisé la première vente de montres-bracelets uniquement. Un test de marché, même si l'engouement des clients italiens et allemands était un indice encourageant. Avec étonnement, nous avons vu la moyenne d'âge des collectionneurs chuter. Une nouvelle tranche de 20 à 40 ans a fait son apparition.* »

Bienfaits pour les marques suisses. Comme Hayek senior, les ventes aux enchères et leur pluie de marteaux ont réellement servi la notoriété mondiale des marques suisses et de leurs fleurons manufacturiers. Indétrônable aujourd'hui grâce à ses records inégalés, Patek Philippe leur doit une fière

Le 9 avril 1989, la première vente thématique organisée par Oswaldo Patrizi.



Photos: DR

CHERES ENCHERES

chandelle. Un véritable souffle porteur qui a guidé cette enseigne vénérable jusque dans ses développements de nouveaux produits d'exception, dont certaines grandes complications, encore neuves, franchissent même parfois le rideau de la gloire enchérissante: notamment par les modèles « 1 » ou « 0 » d'une série numérotée spéciale, par exemple. C'est également vrai pour les autres leaders du domaine comme Rolex, Vacheron Constantin, Breguet, Cartier, Audemars Piguet et Omega. L'argument « qualité suisse » ressurgit. Une conjonction d'autres facteurs contribue à la gloire réhabilitée du *Swiss made* via le marché des mises à l'encan: l'implication des marques elles-mêmes, guettant chacun de ces événements avec la voracité d'un acquéreur privilégié. Il faut bien mettre la main, à l'heure où la brand archeology se confirme en nouvelle discipline de la branche, sur les trésors historiques encore bêtement en circulation! De plus, contraintes d'intensifier leurs efforts dans ce sens documentaliste, les marques papables du créneau parviennent à une traçabilité maximale de leurs pièces, à partir du simple numéro de référence.

Cette remontée vers l'usine remplit d'aise les puristes. Et puis, l'argument « qualité suisse » produit

également un impact majeur sur le cercle croissant des collectionneurs: malgré la dimension industrielle et les volumes de production, les produits sont irréprochables, on peut les dater, les registres sont généreux de renseignements utiles, les doigts d'or intégrés capables des plus fidèles réparations, des plus subtiles réhabilitations.

En quoi, étonnamment, la dimension quantitative est-elle plutôt dopante? Une marque qui n'aurait produit que 10 à 100 montres par an, malgré une forte charge historique et un engouement naissant, n'aurait que peu de chance de générer suffisamment de passionnés pour alimenter le flux de nouveaux acheteurs. La proportion de surenchère est plus élevée lorsque la marque disposait d'une grande production.

Omega, première marque à ouvrir son musée, vénérable manufacture, accède enfin au très convoité podium des enchères thématiques (voir Omegamania). Indépendamment d'une prévisible inondation de ses modèles sur eBay ou rickdo, elle se repositionnera sans équivoque comme les leaders du marché, sur le terreau porteur de l'horlogerie manufacturière et de la dimension patrimoniale. Non plus seulement sur celui des stars, des aventures olympiques ou spatiales...

ENCHERES ENCHE

Omegamania, événement phare

Reliée par satellite avec la plus grande manifestation horlogère mondiale, Baselworld, la vente « Omegamania » permettra certainement à une nouvelle race d'enchérisseurs, aux moyens plus modestes, de s'infiltrer dans les salons courus des accros du marteau. Et, selon Osvaldo Patrizzi, « l'immense variété des modèles Omega est probablement plus représentative du développement de l'horlogerie au XX^e siècle que toute autre manufacture. » Les 14 et 15 avril, Antiquorum, précurseur des ventes thématiques, orchestre donc depuis le Mandarin Oriental de l'Hôtel du Rhône (Genève), sa première grande opération dédiée à la marque Omega.

Happy birthday! Comme d'autres musts des mises à l'encan, Omega possède son propre musée, son conservateur, Marco Richon, son ouvrage jubilé sorti en 1998 pour célébrer son 150^e anniversaire et, dans les recoins d'une production gigantesque, des trouvailles à faire frémir les accros du déjà-porté horloger.

Sollicité, Christian Pfeiffer-Belli, rédacteur en chef de *Klassik Uhren*, en souligne quelques extraits phares, issus notamment de deux collections privées : une célèbre montre de poche en émail, réalisée pour l'Exposition nationale à Berne en 1914 ; une montre-bracelet de 1947 développée par Marcel Vuilleumier, alors directeur de l'École d'horlogerie du Sentier, et réalisée par J. P. Mathey-Claudet, et le recordchronomètre au mouvement de 47,7 mm de diamètre ; ou encore la montre d'observatoire avec balancier Guillaume, 23 rubis, vis de réglage en or, spiral en acier avec courbes terminales.

En tout, 300 lots triés aboutiront à Genève, après un périple d'exposition itinérante reliant New York à Londres, en passant par Los Angeles, Tokyo, Shanghai, Hong Kong, Singapour, Dubaï, Milan, Munich et Paris. Evidemment accessible à travers le système d'enchères en ligne, la vente permettra à la marque de 1848, créée par le Neuchâtelois de la Brévine Louis Brandt (1825-1879), de glaner, en matière de notoriété, d'autres dimensions que celles des stars contractualisées – dont 007 – ou de l'Olympisme.



Modèle «Planet Ocean», montre portée par Daniel Craig (James Bond 007) dans le dernier «Casino Royale».



Un record de 365 jours dans l'espace pour cette montre qui revint en parfait état de marche.

Dates des ventes horlogères de printemps à Genève :

Antiquorum - Omegamania - 14 avril 2007 - 15 h
Antiquorum - Omegamania - 15 avril 2007 - 11 h - 14 h
Antiquorum - 12 et 13 mai 2007 - heures non définies
Christie's - 14 mai 2007 - 10 h - 14 h - 17 h
Sotheby's - 15 mai 2007 - 10 h

Lieux des ventes :

Antiquorum :
Hôtel Mandarin Oriental du Rhône
1, quai Turretini, 1201 Genève
Tél. + 41 22 909 00 00
www.antiquorum.com

Christie's :
Four Seasons Hotel des Bergues
33, quai des Bergues, 1201 Genève
Tél. + 41 22 908 70 00
www.christies.com

Sotheby's :
Hôtel Beau-Rivage
13, quai du Mont-Blanc, 1201 Genève
Tél + 41 22 716 66 66
www.sothebys.com

30 COMMUNICATION

Quand l'horlogerie ne jure que par les stars...

Victoria Marchand

La course aux stars à laquelle les marques se livrent depuis ces dernières années commence à générer des conflits d'intérêts, notamment en raison des sommes investies. Maurice Lacroix en est une des premières victimes. Et pourtant, en perdant Roger Federer, la petite manufacture a montré qu'une entreprise horlogère pouvait sortir du bal des égéries sans y perdre son âme. Dès lors se pose une question : y a-t-il encore une vie lorsqu'une vedette vous lâche pour un contrat plus juteux ?

Dessous d'une rupture. Juin 2006, la réconciliation de Roger Federer avec l'agence IMG a sonné le glas de la collaboration entre la marque de Saignelégier et le tennisman. Point de psychodrame toutefois ! Lorsque l'on fréquente les hautes sphères, on sait y mettre les formes et... les fonds. Tant et si bien que cette rupture s'est convertie en une assez bonne affaire pour la marque et pour Federer. En effet, les deux ans de collaboration avec Maurice Lacroix auraient rapporté au sportif quelques millions de francs. Et le rachat par Rolex du contrat, qui devait encore durer trois ans, a largement couvert les sommes investies pour la campagne par la marque horlogère. De quoi être quitte de tout solde ? Pas tout à fait. Car, de même qu'une hirondelle ne fait pas le printemps, un bon arrangement financier ne signifie pas forcément une opération de communication réussie. Eh oui, arrêter abruptement une campagne n'est pas un

ADI
EU
DI
VAS !

La nouvelle campagne très onirique



acte anodin. Tout accident publicitaire peut être perçu de manière négative par le marché. Une chance que toute la communication de la marque n'ait pas été uniquement basée sur la star. Deux types de visuels (un avec Federer et l'autre avec un gros plan sur un modèle) avaient été conçus sur un même canevas. La transition s'est donc faite dans la douceur. Quoi qu'il en soit, il restait à l'équipe marketing de Maurice Lacroix, dirigée par Claudia Staber, à réinventer intégralement, à quelques mois de la fin de l'année et de la période des salons, la stratégie de communication.

Une direction à contre-courant. Quelle autre égérie choisir pour succéder à Federer? Un autre sportif, un acteur, un VIP? Philippe Merk, CEO de Maurice Lacroix, reconnaît avoir songé dans un premier temps à reconduire l'approche testimoniale. «*En analysant tous les paramètres, nous sommes arrivés à la conclusion qu'il était temps que Maurice Lacroix se focalise à nouveau sur ses produits. Un peu à la manière de ce que les horlogers faisaient dans les années 1960-1970.*»

A l'heure où toute l'horlogerie ne jure plus que par les stars, oser revenir aux publicités produit tient presque de l'audace. Chez Maurice Lacroix, on préfère parler de différence. «*Depuis 2006, poursuit le CEO, notre marque est devenue une manufacture avec le lancement de notre premier chronographe entièrement réalisé maison dans nos ateliers de Saignelégier. Nous voulions reve-*

nir sur les fondamentaux de notre métier que sont la technicité, la passion et l'émotion.»

Point d'esbroufe donc, ici on souhaite avant tout communiquer le tangible. Est-ce dû à l'origine allemande de la marque? Au rigorisme zurichois, ville qui abrite désormais le siège de Maurice Lacroix? Ou au pragmatisme de Philippe Merk? N'ayant pas fait toute sa carrière dans l'horlogerie, ce manager a conscience du chemin à parcourir pour atteindre les pinacles de l'horlogerie de luxe. Repositionner une marque implique une profonde réorientation de la production en faveur de pièces plus mécaniques, ce qui induit une diminution de la production et un savoir-faire accru.

Aujourd'hui les résultats sont là. Le ratio entre les montres quartz et mécaniques est désormais de 40% contre 60% en faveur de ce dernier segment. Deux cent vingt collaborateurs travaillent pour la marque et le chiffre d'affaires a atteint les 100 millions de francs. En choisissant l'icône Federer pour symboliser cette phase de montée en puissance, la marque avait vu juste. Comme ce champion, Philippe Merk et son équipe ont su ne pas se laisser griser par les succès. «*Il reste tant à faire. Et pour être crédible, il faut éviter de faire de fausses promesses.*»

Montrer l'âme d'une montre. Un écueil qu'évite parfaitement la nouvelle campagne. Pour trouver l'agence, la première étape incontournable a été le concours ou pitch. Cinq agences ont été invitées

COMMUNICATION



la testimoniale...



...la life style....



...l'émotionnelle

à y participer, dont la sortante. «Après plusieurs pistes possibles, nous avons décidé de garder notre agence (Springer Jakobi), explique Claudia Staber. Cette structure créative a le mérite de bien connaître la marque et d'être géographiquement proche de nos bureaux.» Un choix à nouveau audacieux, puisque les marques horlogères boudent généralement les publicitaires suisses.

Ainsi après avoir été *lifestyle*, émotionnelle et testimoniale, voici venu le temps pour la marque d'oser une ligne plus onirique. L'angle créatif choisi cette fois-ci cherche à sortir du cadran pour imaginer l'intérieur, l'âme de la montre. Un nouveau slogan accompagne ce concept: «More than meets the eyes». Et puisque le luxe se cache dans les détails, les francophones apprécieront la nouvelle signature de la marque qui, de Maurice Lacroix Switzerland, s'est convertie en Maurice Lacroix Manufacture Horlogère Suisse. «Le français reste la langue du luxe.»

Pour ce qui est du plan média, le budget marketing (20% de l'enveloppe de fonctionnement), qui en-

globe la communication et la vente, ne permet pas une diffusion à tout va. Par conséquent, la presse économique internationale recevra les annonces de la marque. Et, pour la première fois, un spot a été réalisé pour être diffusé sur les chaînes business aux Etats-Unis et en Asie.

Tout ceci n'étant que la pointe de l'iceberg. Car le mix-marketing comprend, certes la publicité, mais aussi la communication sur le point de vente. Et là, pas question de déroger à la ligne définie. Point de boutiques en vue. «Nous allons continuer à travailler avec les meilleurs détaillants», relève Philippe Merk. Finis les shop-in-shops et les corners. «Afin de renforcer notre visibilité sur le point de vente, nous allons présenter un nouveau concept de POS calqué sur le design de notre stand de Bâle.»

Dis-moi comment tu communique et je te dirai comment tu es! Voilà un adage qui siérait comme un gant à la marque Maurice Lacroix. Une petite marque qui a tout d'une grande...

Un peu beaucoup passionnément

Altière ou hétaïre, l'horlogerie suisse n'en finit pas de charmer le monde à l'enseigne du , à tenir le haut du pavé pour faire rêver, à forniquer aussi avec d'obscures officines et à marchander des oripeaux à l'égal de l'or le plus beau. Le temps est venu de remettre le à l'établi pour un ravivage bienvenu, afin de lui conserver tout son éclat, protéger ses quartiers

de noblesse pour ne couronner que les montres aussi bien nées qu'ouvrées. Curiosité tout de même : nos plus belles heures se suffisent de leur renommée sans avoir besoin d'être titrées *Swiss made*, à quoi elles consentent encore par fidélité, par solidarité allez savoir, par intérêt tout de même, car si on connaît Genève, on ignore, hors métier, les exigences drastiques de son Poinçon qui sanctionne la belle ouvrage des prestigieuses marques du lieu, et celles-ci exclusivement, depuis 1886. Depuis la fabrication mécanisée des pièces constitutives de la montre en Suisse, à l'exemple de l'horlogerie américaine à la fin du XIX^e siècle, la production quantitative le dispute à celle de la qualité. Le terminage, l'emboîtement, la commercialisation, autant d'opérations de base susceptibles de lancer sur les marchés des produits aussi divers que dissemblables quant à leur qualité et prix. Alors que l'Europe se saigne et se tour-

mente de 1914 à 1918, l'horlogerie suisse connaît un essor sans concurrence, doublé d'une activité fébrile et juteuse dans ce que l'on a pudiquement nommé «*la production de guerre*», à savoir munitions et autres spécialités servant à bouchoyer la chair humaine dans toutes les tranchées, sans préférence quant aux belligérants. A l'issue du conflit, l'appareil de produc-

Gil Baillod

tion était si disproportionné par rapport à la demande qu'il favorisa le développement du chablonnage, l'exportation de l'ensemble non remonté de tout ou partie d'un mouvement de montre. L'horlogerie suisse a déversé ainsi des centaines de millions de pièces en Europe et en Asie qui, assemblées, ont donné autant de montres se targuant d'une filiation helvétique. Le contrôle de la qualité échappait à la renommée de l'horlogerie suisse.

A plusieurs reprises, depuis le XIX^e siècle, l'horlogerie suisse a subi de sévères crises, au risque même de disparaître sous la pression de circonstances extérieures (guerres, concurrence, tarifs douaniers, turpitu-

des monétaires) et, surtout, intérieures, par la dispersion et le morcellement de sa production industrielle ouverte à toutes les dissidences, lors des tentatives d'organisation.

La crise des années 1921 – 1922 fut particulièrement sévère et... propice à l'organisation des branches productrices des pièces constitutives de la montre, sans toutefois juguler le cancer des dissidents.

Pour s'étonner de l'engouement du *Swiss made*, comprendre sa nécessité, son actualité et scruter son avenir, nous évoquerons son histoire en trois chapitres, aussi vrai que pour décider où l'on va, il est utile de savoir d'où l'on vient!

FIL IATI ON.

1. Du Poinçon de Genève au

La vérité de la matière et du bel ouvrage fait la loi chez les orfèvres dès le bas Moyen Age, car sévissent déjà fraudeurs du titre de l'or et copieurs « à mal façon ».

Le *Swiss made* est l'héritier de cette aspiration à la vérité.

«La loyauté dans les transactions commerciales étant l'une des conditions essentielles d'une prospérité durable, qu'il s'agisse d'une maison particulière ou de l'ensemble des industries d'un pays, le producteur ou le négociant qui entend que ses clients lui restent fidèles et que leur nombre s'accroisse, doit leur livrer des produits de qualité égale, qui puissent être achetés en toute confiance sur la simple indication de leur provenance.» Ce sage principe sert d'introduction à la loi protégeant les marques de fabrique de 1880, et sera le credo de la définition du *Swiss made* de 1971 !

Quand Thomas Bayard, orfèvre et « orlogier » français, s'installe à Genève en 1554, il est rapidement courtisé par les orfèvres de la Cité, réputés dans toute l'Europe depuis le XIII^e siècle mais en mal d'ouvrage. Calvin, intégriste protestant avant la lettre, a interdit aux orfèvres la fabrication « de croix, calices et autres instruments servant à la papauté et à l'idolâtrie ». La boîte de montre offre un heureux dérivatif et précieux travail aux artisans à l'établi.

En 1601, les « orlogiers » adoptent des jurades qui leur sont propres, plus sévères que celles des orfèvres de 1566, afin de protéger la profession menacée d'être avilie par les tout-venant.

Là encore, et pour la même cause, le *Swiss made* est l'héritier de ce combat de plus de quatre siècles. « Or et argent, professe Calvin, sont de bonnes créatures qu'on peut appliquer à bon usage. Pourquoi donc le bénéfice ne serait-il pas plus considérable dans les affaires industrielles et commerciales que le revenu de la terre ? D'où viennent les profits des marchands sinon de leur activité, de leur travail ? » Il signe la rupture d'avec l'agriculture dominante et encourage l'industrie.

Le règlement corporatif de 1601 veille au « maintien de l'esprit de corps et l'honnêteté professionnelle. Tout horloger doit assurer que tout aille par

SWISSMADESWISS

bon ordre à l'honneur de Dieu, au bien et profit de la ville et la conservation dudit état d'horloger.»

Dans l'esprit de la cause on ne dira rien d'autre, l'honneur de Dieu étant remplacé par celui du profit durant les années 1920, quand l'horlogerie suisse parviendra, enfin, à se structurer pour endiguer son effondrement à la suite des crises industrielles et monétaires.

Dès 1678, la maîtrise est réservée aux citoyens et bourgeois de Genève. «*Il est interdit d'acheter des ouvrages d'horlogerie fabriqués hors de la ville et d'en faire le commerce.*» Cependant, l'horlogerie gagne peu à peu le canton de Vaud et le Jura neuchâtelois, où œuvre au Locle, en 1679, JeanRichard, le père de l'industrie neuchâteloise.

La révocation de l'édit de Nantes, le 18 octobre 1685, provoque l'exode de 200 000 protestants, en majorité vers la Hollande et la Prusse. Parmi eux, de nombreux horlogers préféreront Genève et sa banlieue horlogère vaudoise, dont la réputation de qualité est reconnue à l'égal, sinon mieux, de Londres, Paris ou Blois. Avant l'institution des marques, l'indication de provenance associée au nom de l'horloger est en usage en Europe dès le XVI^e siècle sur les horloges de table. Elle reste le pivot de la réglementation du *Swiss made*.

Le XVIII^e siècle voit la multiplication des ateliers horlogers de Genève à Bâle. Mais la prééminence est encore anglaise, rudement concurrencée par Genève pour la qualité et le Jura neuchâtelois pour la quantité.

En 1776, fatigué des tourments et oppositions des horlogers du Locle, Jean-Jacques Jeanneret-Gris

vend à son ouvrier Frédéric Japy ses machines à fabriquer des ébauches par procédé mécanique, qui ouvrent la voie à la révolution industrielle horlogère... que les Américains développent un siècle plus tard, assurant l'interchangeabilité des pièces à l'exemple des fabricants d'armes. Japy fera des merveilles, inondant de sa production les Neuchâtelois depuis Beaucourt, où il a monté ses usines! J.-M. Vacheron œuvre à Genève dès le 17 septembre 1755. Le Neuchâtelois Breguet est à Paris en 1775. Une fabrique d'ébauches est créée à Fontainemelon (Neuchâtel) en 1793. Les uns et les autres contribuent à la bonne réputation de l'horlogerie suisse.

La Révolution française puis l'ère napoléonienne ne sont guère favorables à l'horlogerie, qui va traverser sept crises majeures de 1789 à 1822, mais le pire reste à venir!

De l'établi à domicile on passe à l'usine, qui regroupe des dizaines de métiers spécialisés. La concentration («l'intégralisme») s'est arrêtée au domaine technique, toutefois sans normalisation des mesures et des calibres toujours plus nombreux, sans coordination entre les producteurs, et ceux-ci avec les marchands, et sans autres normes de qualité que la réputation de la provenance et de la marque.

Loi sur les marques. Lors de l'Exposition universelle à Philadelphie en 1876, les Suisses découvrent la puissance de l'industrie horlogère américaine, mécanisée, groupée dans quelques grandes unités de plusieurs milliers d'ouvriers, alors que la

A gauche, montre signée Martin Duboule, horloger graveur genevois, vers 1600. Et mouvement oignon signé Daniel JeanRichard, Le Locle, début 18^{ème} siècle.



Photos: MIH La Chaux-de-Fonds

SWISSMADESWISS



SOCIÉTÉ SUISSE D'HORLOGERIE
FABRIQUE DE MONTILIER



EUG. DUCOMMUN-ROULET



FAVRE-LEUBA & C^o

Photos: DF

Diverses marques de fabrique déposées aux Archives de l'horlogerie dans les années 1880.

production suisse reste très morcelée. La réaction est rapide, l'industrialisation s'accélère. La quantité érode la qualité.

De plus, avant l'élaboration d'une législation fédérale sur la matière, les marques n'étaient pas protégées. Ce défaut de législation était pénible dans une Suisse en expansion commerciale et industrielle, et ce d'autant que la conclusion de traités commerciaux avec des pays étrangers obligeait nos tribunaux à protéger les marques de ces mêmes étrangers. Dès lors, non seulement ces derniers étaient mieux traités en Suisse que les nationaux, mais la réciprocité de traitement garantie par les conventions n'était pas effective pour les Helvètes dans certains pays. En Allemagne, par exemple, où était exigée la preuve que la marque était protégée au lieu d'origine.

Cette situation devenait intenable. Industriels et commerçants multipliaient les pétitions, 152 maisons horlogères demandèrent qu'une loi sur les marques soit rapidement votée. Le 23 décembre 1876, le Conseil des Etats invita le Conseil fédéral à

faire diligence. Les études durèrent trois ans et une loi sur la protection des marques entra en vigueur le 16 avril 1880. Ce fut aussitôt une déferlante d'inscriptions portant le *Swiss made* durant tout le XIX^e siècle. Mais, à l'usage, il s'avéra rapidement que des montres portaient de fausses indications de provenance. La députation genevoise aux Chambres fédérales demanda la révision de la loi et une application plus stricte de l'indication d'origine. L'abus de l'usage du nom de «Genève» était largement répandu.

Une loi révisée allant dans le sens demandé devait entrer en vigueur le 1^{er} juillet 1891. L'article 7 stipulait que «*sont autorisés à faire enregistrer leurs marques les industriels et autres producteurs ayant le siège de leur production en Suisse et les commerçants qui y possèdent une maison de commerce régulièrement établie*». On trouve là les racines du *Swiss made*.

Genève obtenait la reconnaissance légale de son poinçon «Genève» par la loi du 6 novembre 1886. Le poinçon était appliqué sur des montres re-

connues posséder les qualités de bienfaisance propres à assurer une marche régulière et durable, et dont le maximum de travail est effectué par des ouvriers habitant le canton de Genève. En fait, le poinçon sanctionnait la qualité des soins apportés à la finition du mouvement bien plus que la précision du réglage, celle-ci dépendant des Bureaux officiels de contrôle de la marche des montres, à l'Ecole d'horlogerie.

En 1886, le projet d'une fédération horlogère, organisation paritaire regroupant patrons et ouvriers, n'aboutira pas mais donnera naissance à des groupements patronaux... qui se réuniront quarante ans plus tard, fin 1924, à l'enseigne de... la Fédération horlogère, qui deviendra la vigilante gardienne du *Swiss made* horloger, dont l'Ordonnance fédérale du 23 décembre... 1971 définira les conditions d'utilisation. La FH est titulaire de deux marques de certification, *Swiss* et *Swiss made*, depuis son enregistrement le 10 janvier 2006 aux Etats-Unis. Ses adhérents en bénéficieront dans leurs inter-

SWISSMADESWISS

ventions en justice contre les abus et contrefaçons, encore que la négociation reste prioritaire, tant est onéreux le recours en justice aux Etats-Unis. Que de combats, de tourments pour en arriver là!

Noms et provenances. Durant le XVII^e siècle, les grands horlogers anglais signent leurs œuvres de leur nom souligné de la provenance. D. Quare 1675 London, G. Hamilton 1690 London. L'indication de provenance reste en vigueur et s'étend depuis lors: 1750 P. LeRoy, Paris; 1790 Boillat, Constance; 1820 Piguet Meylan, Genève; 1881 A. Lange & Söhne, Glashutte; 1880 J. Jurgensen, Copenhague; 1880 L. Audemars, Le Brassus; 1894 Omega, Swiss; 1910 Patek Philippe et C^{ie}, Genève-Suisse; pour ne citer que divers exemples. L'introduction des montres à pont, l'échappement cylindre, le perfectionnement des machines et des calibres dès 1830, induit une concurrence acharnée entre horlogers suisses. La demande mondiale est forte. On produit vite, avec moins de soins, de la pacotille. Le besoin d'une réglementation se fait sentir et l'opposition à toute mesure de l'Etat se manifeste aussi, et comment.

Les observatoires de Genève et Neuchâtel délivrent des bulletins de marche, mais ce contrôle n'est pas obligatoire. En revanche, le contrôle du titrage de l'or est soumis à réglementation dans le canton de Neuchâtel. La Chaux-de-Fonds est le grand centre de production de boîtes or. Une ordonnance de 1819 fixe à 18 carats le titre du métal jaune.

Les fraudes sont nombreuses. Le 4 décembre 1852, le Parlement neuchâtelois adopte une loi: «*La mise en circulation et la vente de pièces d'horlogerie en or ou argent, d'orfèvrerie et de bijouterie non poinçonnées sont interdites, soit qu'elles aient été fabriquées dans le canton ou ailleurs.*» D'autres cantons ont pris la même mesure, 250 ans après Genève!

Une loi fédérale du 23 décembre 1880 abroge les dispositions cantonales et installe douze bureaux de contrôle des métaux en Suisse.

Les écoles d'horlogerie fleurissent durant le XIX^e siècle: Genève 1826, La Chaux-de-Fonds 1865, Le Locle 1868, Neuchâtel 1871. On leur confiera le contrôle de la marche des chronomètres qui échoit

IM

IT

AT

ION... ■ ■ ■

SWISS MADE SWISS MADE

aujourd'hui au COSC (Contrôle officiel suisse des chronomètres). Il délivre des bulletins officiels aux mouvements répondant à quinze jours d'épreuves et aux critères du *Swiss made*, sur la déclaration de bonne foi du fabricant ou autre déclarant.

Concurrence déloyale. Parallèlement à l'Europe et à la Suisse en particulier, les Etats-Unis se lancent dans l'industrie horlogère dès 1809 qu'ils développeront surtout au milieu du siècle. Waltham en 1850, Elgin en 1864, Illinois en 1869, Bulova en 1875, Hamilton en 1892. En trois quarts de siècle, quelque 60 entreprises sont créées. Les cinq plus grandes occupent des milliers d'ouvriers, alors qu'en Suisse la production reste très morcelée à travers plus de 2000 fabriques et ateliers.

L'Amérique fait des progrès fulgurants en mécanisant sa production avec peu de calibres aux pièces interchangeables. La concurrence est si vive avec les montres et mouvements importés de Suisse que des Suisses n'hésitent pas à fournir des imitations au marché: Waltham devient Walham. La célèbre Wm. Ellery de Waltham devient Wm. Elley, etc. Ces marchandises frauduleuses furent interdites en 1898. Cette pratique aiguïsa l'attention des horlogers américains qui n'auront de cesse, Hamilton et Waltham en tête, de multiplier les chicanes à l'importation pour endiguer la concurrence croissante des Suisses.

En 1894, les frères Brandt lancent à Bienne la marque Omega sur le calibre 19 lignes (19'') avec la mention *Swiss* que l'on retrouvera sur le pont de pratiquement tous les mouvements de la manufacture. Une montre-bracelet Omega destinée à un client anglais vers 1902 porte à 6 h sur le cadran, ce qui est très rare à cette époque et deviendra plus courant après 1945-1950.

En 1960, Rolex s'affiche en grand sur le cadran et ne signe que le mouvement *Rolex Geneva Swiss*. Ici la marque prime sur le *Swiss made* ! Il faut attendre... 1971 pour qu'une ordonnance fédérale définisse les conditions d'utilisation du *Swiss made* horloger ! L'adoption de l'anglais pour ce label vient de l'universalité de cette langue, de l'importance du marché américain et de l'équilibre graphique des deux mots de part et d'autre de 6 h. A suivre..



Photos: Musée Omega

La première montre-bracelet Omega de série, couronne à 9 h, 1902. Le 6 est visible de part et d'autre de 6 h.

Calibre Omega 20 lignes de 1906 avec gravure *Made in Switzerland* (en bas).



44 AILLEURS SAILLE

Qu'en pensent les Américains ?



Tim Bieber - Getty Images

Dale Purdy A la manière des jeux télévisés qui interrogent des personnes prises au hasard dans la rue sur un sujet ou un autre, j'ai réalisé mon propre sondage concernant l'achat d'une montre auprès de 57 personnes. Hormis quelques amis, la plupart des gens interpellés flânaient dans le plus important des centres commerciaux de Columbus, Ohio, USA. La question était la suivante: «*Quels sont les facteurs qui auront le plus d'importance pour vous à l'achat de votre prochaine montre ?*» Parmi les motivations de mes interlocuteurs, la première évoquait la valorisation de la personne, le sentiment de bien-être qu'elle offrirait. Venaient ensuite le prix, la marque, la lisibilité de l'heure, l'étanchéité. Et «*Combien de temps va-t-elle durer ?*» Les fonctions de la montre, telles que quantième ou chronographe, n'arrivaient qu'en septième position. Que la montre soit *Swiss made* n'entrait pas en ligne de compte lors d'un éventuel achat. Seuls

deux des 57 individus interrogés ont mentionné le mot «*Suisse*». Il se trouva même une personne pour demander: «*S'agit-il de n'importe quelle montre ou exclusivement de montres suisses ?*» Quelqu'un d'autre remarqua que la publicité induisait l'idée que les montres fabriquées en Suisse étaient supérieures aux modèles étrangers.

Réponses unanimes. N'ayant pas obtenu un avis spontané des Américains sur l'horlogerie suisse, une approche plus directe s'avérait nécessaire: que pensaient-ils de cette revendication helvétique affirmant que la Suisse fabrique de meilleures montres que les Etats-Unis grâce à un travail plus soigné? Question piège, car il semble bien que l'Amérique ne produise plus de garde-temps en série. Les réponses ont été quasi unanimes: oui, la montre suisse est en principe la meilleure. A la question «*Quelles montres sont actuellement fabriquées en Amérique ?*», des marques telles que

AILLEURSAILLEU

Fossil, Bulova, Timex, Citizen, Guess, Hamilton, Elgin, DKNY, Flik Flak, et Dakota ont été citées. La plupart des interlocuteurs ont été déçus en apprenant que, hormis quelques pièces produites chez des petits artisans tels que Montres Allison au Colorado, les Etats-Unis ont laissé tomber l'industrie de la précision.

Ce détail apporté me permit d'introduire la prochaine question: «*que signifie Swiss made sur une montre?*» La réponse a fusé: «*Cela veut dire que toutes ses pièces sont fabriquées et montées en Suisse.*» Voilà pour la réputation de l'appellation. Réputation qui n'est pas en rapport avec l'ordonnance suisse, qui précise les conditions minimales à respecter afin qu'un garde-temps puisse afficher le *Swiss made*: la montre doit être entièrement assemblée et contrôlée en Suisse, et les composants de son mouvement fabriqués en Helvétie pour au moins 50% de leur valeur. Théoriquement, on pourrait donc produire une montre *Swiss Made* avec un seul composant fabriqué en Suisse, à condition qu'il fasse partie du mouvement et qu'il soit déclaré à valeur égale de toutes les autres fournitures du mouvement. La raison pour laquelle les montres ne sont plus fabriquées aux Etats-Unis est probablement à

chercher dans les lois, qui sont ici beaucoup plus exigeantes: la norme du *Federal Trade Commission* (www.ftc.gov) pour la montre *Made in USA* précise que «*tous ou quasiment tous*» ses composants sont fabriqués et assemblés aux Etats-Unis par une main-d'œuvre 100% nationale. Il est intéressant de noter que la Fédération horlogère suisse (www.fhs.ch) suggère aux Américains d'adopter la pratique suisse.

Sidérés. La réaction américaine à cette réalité que seule la moitié d'une montre est suisse a fait des incrédules: «*Vous voulez me dire que... Rolex, Movado, Longines, TAG Heuer, Swiss Army ne sont pas garantis 100% Swiss made, mais seulement... à moitié?*»

Faut-il déduire de cette petite enquête que 56 sur 57 des Américains interrogés présumaient que je parlais de montres suisses ou que la provenance de l'objet leur était tout à fait égal?

En résumé, on ignore tout, ici, des finesses du langage horloger helvétique. Et la grande majorité des Américains continuera donc de croire que *Swiss made* désigne des garde-temps dont toutes les pièces sont fabriquées et assemblées en Suisse, en dépit de toute définition helvétique du terme.

Horlogerie suisse : les vertus du métissage

CO
SM
O
POL
ITE .

Si la Suisse est aujourd'hui le véritable creuset de l'horlogerie de qualité, il n'en a pas toujours été ainsi et cela n'a surtout rien à voir avec un gène spécifique que l'*Homo helveticus* posséderait naturellement. L'horloger suisse serait plutôt l'expression vivante des vertus incomparables du métissage. Et cet apport de sang frais venu d'ailleurs se poursuit à flux continu pour le meilleur de tout un secteur, pour la stimulation de sa créativité et son fantastique essor.

Les anniversaires des grandes marques suisses sont l'occasion de rendre hommage à des personnages de toutes origines, de rencontres fécondes par-dessus les frontières. Inutile d'en dresser ici la liste ; elle tiendrait du Bottin international avant d'être mondain. Un exemple, celui de Patek Philippe, marque emblématique dans les hauteurs éthérées de la pyramide. Elle est le fruit de l'association du Polonais Antoine Norbert de Patek avec le Français Adrien Philippe, sans oublier François Czapek, son premier associé, venu de Pologne lui aussi. Un autre nom pour faire bon poids ? Allons-y pour celui du Bavarois Hans Wilsdorf, fondateur de Rolex, sans lequel il manquerait une couronne à l'horlogerie suisse. On s'en tiendra là.

Main-d'œuvre frontalière. Ce qui est avéré historiquement est toujours d'une impressionnante actualité. Que serait la production de montres suisses sans la main-d'œuvre frontalière qui irrigue les ateliers ? Très simple, elle s'arrêterait aussitôt si le cathéter était coincé par la fermeture des frontières. A d'autres étages des manufactures, accents

Jean-Philippe Arm

DOSSIER DOSSIER



et idiomes divers rappellent l'origine et le caractère multinational des groupes du luxe. Et chez les indépendants, Babel n'est pas une tour d'ivoire.

Sur cette trame de base, de nouveaux motifs apparaissent constamment et autant de logos. Pourquoi le territoire suisse s'impose-t-il toujours comme un passage obligé au moment de créer et de développer une marque horlogère avec des ambitions qui ne se limitent pas au volume ? Est-il fatal de le faire en Suisse quand on est passionné d'horlogerie, qu'on en rêve et qu'on veut passer à l'acte en créant sa propre marque ? « *C'était inimaginable ailleurs* », lâche simplement Richard Mille, auquel fait écho Erich Loth, des British Masters : « *A moins d'opérer un transfert massif de compétences vers d'anciens sites de production, comme cela s'est fait vers Glashütte, en Allemagne, à partir de Schaffhouse et du Sentier, on ne peut pas concevoir une marque innovante qui se construirait sur une base industrielle autre que celle de l'Arc jurassien.* » Cette conviction est partagée par l'Italien David Zanetta, qui a établi ses quartiers près de

Sainte-Croix pour lancer De Bethune avec son complice français Denis Flageollet. « *Si l'on veut faire de la vraie qualité, explique-t-il, le seul endroit au monde est la Suisse, dans cet endroit physique, ces montagnes. C'est ici qu'il y a encore la culture de la qualité, l'expérience, les bases pour réaliser des produits haut de gamme. Vous ne pouvez pas faire ça ailleurs, nulle part.* »

Pas même en Italie, quand on est Italien et qu'on connaît la passion souvent affichée par les Transalpins pour l'horlogerie ? « *La passion c'est une chose, mais la connaissance et les compétences c'est autre chose. A moins d'être suicidaire, vous devez le faire ici.* »

Jean-Claude Biver utilise une image pour expliquer l'irrésistible attrait de la Suisse pour celui qui entend lancer une marque : « *Il vient ici parce qu'il veut profiter des courants ascendants, comme celui qui fait du vol à voile se fait lâcher au-dessus du Jura et non pas au-dessus du lac ! S'il veut avoir une connotation haut de gamme, il n'a pas le choix.* »

RD DOSSIER RD DOSSIER

Image de qualité. Au-delà du tissu de compétences et de l'accès direct au savoir-faire, essentiel, l'image joue aussi un rôle crucial. Jérôme de Witt est de cet avis: «*Si le luxe est européen, surtout français et italien, l'image de la Suisse à travers le monde est très qualitative, avec une dimension à la fois de lenteur et de fiabilité, de persévérance aussi. Franchement, je ne vois pas d'autre pays où j'aurais pu démarrer la marque DeWitt. Je crois que les images qui sont véhiculées sont plus importantes, si on sait les défendre correctement, que le produit à proprement parler.*»

La qualité du produit viendrait en second lieu? «*La qualité, je crois qu'on peut la faire dans le monde entier. Mais personnellement je ne me voyais pas partir avec des valises en Chine pour y fabriquer des montres. J'aurais mis dix ans à former des collaborateurs, plus nombreux et moins chers, mais le résultat aurait été chinois, pas très cohérent, et sans l'image de qualité que l'on peut avoir en Suisse.*»

Une crainte existe. Fondateur, avec Svend Andersen, de l'Académie des créateurs horlogers indépendants, Vincent Calabrese relativise l'accès à des fournisseurs qu'on ne trouverait pas ailleurs. «*On trouve tout partout, car des gens ont exporté le savoir-faire aux quatre coins de la planète et c'est ainsi qu'on peut fabriquer des montres dans le monde entier. Mais celles qui sont produites ailleurs n'auront jamais cette aura de l'horlogerie suisse. Tout repose là-dessus.*»

Très sollicités, les horlogers suisses profitent évidemment de cette extraordinaire réputation et d'un climat aujourd'hui euphorique. Loin de s'enthousiasmer, Vincent Calabrese craint le pire: «*De gros investissements promotionnels ont transformé une passion confidentielle en un vaste engouement mondial, auquel beaucoup répondent dans la précipitation. Sait-on le pourcentage de pièces souvent compliquées, conçues et réalisées hâtivement dans ce contexte, qui vont marcher convenablement et dans la durée? Si je pense à l'Académie, il y a vingt ans nous étions en danger car l'horlogerie allait disparaître. Aujourd'hui, on est peut-être à la veille d'un crash. Si le consommateur final paie des centaines de milliers de francs pour des trucs qui ne fonction-*



Photos: DR

DOSSIER DOSSIER

nent pas, la farce pourrait tourner au vinaigre... Il y a là quelque chose qui pourrait bien nous sauter à la figure!»

L'équilibre helvétique. L'image de la Suisse est utile au moment de vendre le produit fini. Elle est utile aussi en amont car elle attire beaucoup d'horlogers et de compétences. Sans aller jusqu'en Chine, plutôt que de s'installer en Suisse avec de nombreux frontaliers comme collaborateurs, pourquoi ne pas s'établir en France voisine et les faire travailler sur place? Question posée logiquement au Français Jérôme de Witt: *«Cela a été une longue réflexion pour nous ces dernières années. J'avais acheté une maison à côté de ma propriété, en Suisse. J'y ai mis trois horlogers en 2002, on est maintenant plus de quarante. On s'est donc trouvé à l'étroit avec la nécessité de déménager. On aurait pu aller en France voisine, ou rester en Suisse. J'ai quitté jadis la France dont je connais bien la politique fiscale et le climat social. J'ai préféré le côté équilibré et libéral de la Suisse, tranquille et fiable. Définitivement. Pour l'anecdote, j'étais dans la gestion financière, mais sans aucune arrière-pensée horlogère, soucieux d'abord d'une meilleure qualité de vie, que j'ai trouvée en Suisse. Je suis allé un jour par curiosité au Salon de Bâle où j'ai fait simplement du lèche-vitrine. J'ai été vraiment épaté et suis revenu avec l'envie d'investir dans ce domaine. J'avais mis le doigt dans l'engrenage et depuis j'ai été entièrement happé. Mon activité désormais quotidienne dans l'horlogerie est le fruit d'un accident pur et simple.»*

Interaction dans le travail. Chacun a sa propre histoire évidemment. Pour Richard Mille, la question géographique ne s'est pas vraiment posée au moment de lancer sa propre marque car il avait déjà tissé, quand il était chez Mauboussin, un réseau d'amitiés et de relations privilégiées dans l'horlogerie suisse. *«J'ai pu démarrer mon projet un peu fou grâce à Renaud Papi, Audemars Piguet, Vaucher, qui ont accepté de travailler pour moi. J'ai trouvé de ce côté-ci du Jura des capacités de développement et de fabrication exceptionnelles, avec des hommes très réactifs, dynamiques, qui ne se reposent pas sur leurs lauriers. Tous ces gens au Locle, à la vallée de Joux ou à Fleurier*



RDOSSIERRDOSSIER

étaient en parfaite adéquation avec ce que je voulais faire. Je leur en suis très reconnaissant.» Ce qu'il ne dit pas, c'est que cette gratitude est réciproque, car ses partenaires sont les premiers à reconnaître que le bonhomme a singulièrement stimulé leur créativité, avec des retombées significatives dans des modèles qui ne sont pas signés Richard Mille.

Ces étrangers devenus Suisses. Quand on fait remarquer au Luxembourgeois Jean-Claude Biver que l'horlogerie suisse doit beaucoup à l'apport d'étrangers, il réagit au quart de tour. *«C'est un pur hasard, le passeport ne veut rien dire. Moi ça fait 49 ans que je suis en Suisse, je suis complètement de culture suisse. J'ai même vécu à la vallée de Joux, me suis marié au Brassus, c'est dire! Je me sens donc complètement Suisse, comme Nicolas Hayek, et comme bien d'autres. Prétendre, comme j'ai pu le lire, qu'il n'y a que des étrangers à la tête de l'horlogerie suisse, ce n'est pas vrai. Maintenant, que des groupes de luxe étrangers mettent de temps en temps à la tête de l'une ou l'autre de leurs sociétés des gens qui ne sont pas originaires de Steffisbourg ou du Grütli, c'est assez naturel.»*

Montres et whisky. Quand il a relancé dans les années 1990 Graham et Arnold & Son, Eric Loth a caressé le rêve de faire renaître ces anciennes marques anglaises à Londres. La réalité s'est imposée: *«Nos marques s'inspirent du génie an-*

glais de l'époque qui les a vues naître, mais elles doivent être faites dans l'Arc jurassien où le génie horloger est clairement confiné aujourd'hui, après s'être baladé au fil des siècles de l'Italie à la Grande-Bretagne en passant par l'Allemagne et la France.»

Pourquoi la Suisse aujourd'hui? *«On ne va pas expliquer l'émergence de l'horlogerie suisse par la seule révocation de l'édit de Nantes, quand on sait que la majorité des émigrés sont allés ailleurs, notamment en Allemagne et en Angleterre. Ni par la longueur des hivers pour des paysans de montagne désœuvrés, une vision poétique qui aurait pu s'incarner dans bien d'autres régions. Ce qui a été décisif dans l'ancrage du génie horloger en Suisse, c'est cette capacité extraordinaire que les gens de ce pays ont développée pour inventer des petites machines. C'est d'abord le génie des ingénieurs en mécanique, qui ont conçu des machines pour faire des engrenages plus petits, plus précis, dans des quantités plus grandes et à des prix plus bas. L'avènement de l'horlogerie suisse dans l'entre-deux-guerres, c'est d'abord une question de machines, dont certaines sont encore utilisées aujourd'hui par les fabricants de cadrans ou de boîtiers par exemple.»*

Les belles Anglaises retrouvent ainsi des couleurs à La Chaux-de-Fonds, loin de leur ville natale... Comment les Anglais réagissent-ils? *«Très bien, car ils sont convaincus qu'une montre de qualité doit être Swiss made comme nous acceptons qu'un whisky de qualité soit britannique. Mais*



DOSSIER DOSSIER

avant de dépenser une somme considérable pour accéder à un produit mythique une petite voix intérieure lui dit: est-ce bien raisonnable de dépenser autant d'argent pour une petite machine qui te fait rêver mais dont tu n'as pas besoin ? Le Swiss made nous permet d'apporter une réponse rassurante à sa question raisonnable. Il est rasséréiné par la provenance, d'où l'importance d'une qualification de cette provenance nettement meilleure que ce qu'elle est actuellement. Il n'est pas normal que le Swiss made ne concerne que le mouvement et c'est une marque anglaise qui le dit! Pour nous, il va de soi que nos aiguilles, nos cadrans, nos boîtiers doivent être réalisés en Suisse. Sinon, on oublie le Swiss made. On s'était d'ailleurs posé la question: et si on achetait des mouvements suisses pour assembler nos montres avec la mention sur le cadran «assembled in England»? On a même fait une petite série limitée pour voir ce que ça donnait. Bien sûr, on renforçait le mythe des marques anglaises, mais sachant que le génie horloger n'était plus en Angleterre, cela nous conduisait dans une impasse.»

Les British Masters ont tranché une fois pour toutes pour le *Swiss made* étendu, en observant que paradoxalement celles qui le respectaient avec la plus grande rigueur, en étant plus royalistes que le roi, étaient souvent des marques d'origine étrangère... Sans doute parce que confrontées par essence à la problématique de l'origine. Et quand la question de la légitimité est posée, il faut aller jusqu'au bout du raisonnement. Quitte à se contenter du strict minimum légal, ce qui paraît être plutôt la règle que l'exception...

L'horlogerie suisse n'existe pas... encore!
Réputé pour avoir du flair, Jean-Claude Biver est souvent sollicité par des investisseurs prêts à placer leurs billes dans l'horlogerie suisse. Les candidats se pressent. «*L'intérêt est énorme. Il ne se passe pas une semaine sans qu'on ne me demande un conseil... Le problème, c'est qu'il n'y a rien à acheter. Cet intérêt s'explique aisément, car tout le monde a compris que l'horlogerie suisse, qui jouit d'une aura exceptionnelle, n'existe pas vraiment.*»

Elle est bien bonne celle-là!

«*Je ne plaisante pas. L'horlogerie suisse dans sa totalité, c'est 13 milliards de francs à l'exportation.*»

En ajoutant ce qui est vendu en Suisse, allons jusqu'à 15 milliards. Tapez maintenant LVMH sur Google, premier groupe de luxe coté en bourse: son chiffre d'affaires est de l'ordre de 30 milliards, le double de l'horlogerie suisse à lui tout seul. Tapez Nokia, c'est 50 milliards de francs, quatre fois l'horlogerie suisse. Prenez un autre domaine, une autre échelle, mais tout aussi significatif: Armani, même pas coté en bourse, fait 4 milliards en vendant des chemises et des costumes, le tiers de l'horlogerie suisse. Et Hermès, une seule marque, fait 6 milliards de francs. L'horlogerie suisse, à l'échelle planétaire, n'en est qu'à ses balbutiements. Imaginez ce qu'elle sera quand elle existera vraiment à 30, 40 ou 50 milliards...»

De telles perspectives suscitent des convoitises. Mais attention, quand on voit que ses capacités de production ne lui permettent pas de suivre la demande aujourd'hui, une telle évolution suppose d'abord d'énormes investissements dans son outil de production. Il ne suffit pas de vouloir retirer les marrons du feu. Encore faut-il se donner les moyens de les cuire.

Mer agitée !

EN

« *Le fair-play, c'est nécessaire!* » : même portés par les mimiques du patron du Département fédéral de justice et police, Christoph Blocher, les mots utilisés paraissent un peu pâlots au vu de l'ennemi en présence. L'ennemi? Le milieu sans scrupules du piratage et de la contrefaçon, qui emprunte allégrement le marchepied des grandes marques suisses. Et, au passage, les déleste de quelque deux milliards de francs chaque année.

Michel Schmid

Main dans la main. Christoph Blocher n'est pas seul. Sur l'initiative de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle, la campagne *Stop à la piraterie*, lancée en janvier, a pris le pari de rassembler tous les grands pontes des secteurs économiques touchés: horlogerie, pharmaceutique, informatique, musique, cinéma, tabac. But du jeu: « *Créer un véritable partenariat public-privé pour lutter plus efficacement contre l'industrie de la contrefaçon.* » Et, plus modestement, dans notre pays, sensibiliser la population suisse en lui faisant prendre conscience – à l'aide d'affiches-slogans notamment – que « *chaque citoyen qui télécharge illégalement un film ou qui ramène une fausse Rolex de Thaïlande participe au pillage de notre industrie* ».

Vieille rengaine – nouveaux moyens. Questionné sur les espoirs qu'il place dans la nouvelle plateforme de lutte contre la contrefaçon et la piraterie, Jean-Daniel Pasche, président de la Fédération de l'industrie horlogère suisse (FH), esquisse un sourire: « *Cette association secteur public – secteur privé est inédite, et je pense qu'elle nous permettra d'agir plus efficacement dans le futur, même s'il est encore un peu tôt pour définir les contours exacts de notre collaboration.* » Tout de même : en termes de piraterie, l'expression d'« *artillerie lourde* » ne serait-elle pas plus appropriée que celle de « *fair-play* »? « *Il faut les deux* », précise Jean-Daniel Pasche. En tant que juriste, il tient à souligner l'importance de la révision de la loi sur les brevets qui, parallèlement, devrait donner aux douanes suisses l'occasion d'intervenir plus efficacement contre le trafic de transit. En effet, selon les statistiques les plus récentes de l'Union européenne, 5% des marchandises saisies par les autorités douanières en 2005 provenaient de Suisse. Ce qui place notre pays au deuxième rang, juste derrière

GU ER RE

**La seule
garantie avec
une montre
suisse
contrefaite:
elle menace
nos places
de travail.**

JOUEZ LE JEU. STOP A LA PIRATERIE

Plate-forme suisse de lutte contre la contrefaçon et la piraterie

www.stop-piracy.ch

Photo: FHS

Lutte permanente contre les copies

la Chine. Et, comme pour des raisons économiques évidentes notre pays n'abrite pas d'industrie de la contrefaçon, il s'agit de toute évidence de marchandises de transit! Mais, pour les acteurs de la campagne, cette démarche juridique seule ne suffit pas. Ils veulent également que la population suisse prenne conscience que l'achat de produits contrefaits est lui aussi loin d'être anodin. De faux médicaments, de fausses pièces de machines – un moteur entier de Boeing 747 par exemple ! – mettent ou ont déjà mis la vie de personnes en danger.

Et l'atteinte à l'image des montres suisses copiées coûte indirectement de nombreuses places de travail aux entreprises horlogères.

Agir sur tous les plans. La contrefaçon, dans le milieu horloger, on connaît. Pour défendre la renommée de leurs garde-temps, les manufactures ont inscrit la lutte contre les copies à leur budget depuis belle lurette. A l'entrée du bâtiment de la FH, à Bienne, une affiche au caractère presque rétro – elle ornait

les aéroports suisses au début des années 1990 – rappelle que, si les canons du graphisme et les moyens mis en œuvre ont évolué, le slogan est resté quasiment le même: «*N'achetez pas un faux produit de marque, ça coûte peu, ça se paye cher!*» La collaboration de la FH avec les autorités politiques suisses, elle non plus, ne date pas d'hier. Jean-Daniel Pasche accompagne régulièrement les représentants suisses lorsque ceux-ci rencontrent leurs homologues dans un pays spécialement concerné. En Asie, bien sûr. Mais aussi en Amérique du Sud et en Europe même, pour les copies haut de gamme. En février, il vient de suivre Doris Leuthard au Brésil pour sensibiliser les autorités locales au problème. «*Nous nous adressons aussi aux services douaniers pour leur apprendre à déceler les fausses montres, nous venons de le faire à Dubaï.*»

Mise au parfum des douaniers, séminaires pour le compte de l'Organisation mondiale des douanes, activités d'expertise afin de fournir aux marques des preuves solides en cas de

procédure juridique, la FH ne chôme pas.

Le danger Internet. Signe des temps, la FH a également mis sur pied une véritable cellule Internet. Deux personnes engagées à plein temps traquent les pirates de la Toile qui se délectent un peu trop facilement de l'anonymat offert par le «*grand magasin du monde*». «*Nos hommes obtiennent la fermeture des sites douteux et l'arrêt immédiat des enchères qui vendent de fausses montres*», explique Jean-Daniel Pasche. En 2006, la cellule Internet a stoppé plus d'une dizaine de milliers d'enchères. Et, pour améliorer l'efficacité de son travail, elle développe actuellement un logiciel qui aura pour but d'automatiser la recherche des fraudeurs. «*Révision de la loi sur les brevets, regroupement des milieux publics et privés dans la lutte, campagne de sensibilisation, 2007 sera pour nous une grande année*», conclut le patron de la FH. Mer agitée en vue pour petits et grands pirates.

Le vent dans les voiles horlogères



Photos: DR

La Coupe de l'America se déroulera d'avril à juillet.

Paolo Mariani Vous avez dit *America's Cup*? Je vous réponds Audemars Piguet, Girard-Perregaux, Omega, TAG Heuer et Louis Vuitton, voire Hublot. L'intérêt de l'horlogerie suisse pour les sports nautiques n'est plus à prouver. Mieux: chaque année, l'univers de la précision et celui de la voile se rapprochent, et leurs hautes technologies se marient; d'un côté les F1 de la voile, de l'autre les fabricants de montre. Carbone composite, carbone forgé, titane, caoutchouc vulcanisé habillent des mâts, des bômes, des boîtiers et des dizaines d'autres pièces qui constituent le corps des bateaux et celui des montres. Conçues pour l'extrême, les unes comme les autres sont

le fruit d'un long processus de fabrication qui fait appel à des ingénieurs, concepteurs, développeurs, architectes, artisans, designers, etc.

Le résultat? Un concentré unique de précision, innovation et recherche – tant dans le domaine des matériaux que dans celui de la construction et de la forme – qui se donnent rendez-vous sur un miroir d'eau, où rien n'est laissé au hasard et où les secondes peuvent être cruciales.

32^e America's Cup, première édition européenne. Entre le 3 avril et le 7 juillet 2007, le destin des uns et des autres se jouera autour des cinq dernières éta-

pes du plus vieux trophée sportif du monde. Onze challengers représentant neuf pays venus de cinq continents tenteront de ravir, sur le plan d'eau de Valence, la fameuse aiguière d'argent à *Alinghi*, le *defender* suisse.

Un bateau contre l'autre, un pays contre l'autre, toutes les montres pour elles-mêmes, chaque fabricant participant à la course pour sa visibilité personnelle. Même si, par son engagement, chacun accepte de relever un vrai défi technologique, qui se traduit par la conception d'un modèle ad hoc.

Pour cette phase finale de la Coupe de l'America, chaque syndicat pourra compter sur sa propre montre.

SPORTSPORTSPO



Girard-Perregaux en est à sa première aventure sur le grand bleu. Après dix années passées aux côtés de Ferrari et durant lesquelles elle a réalisé tout ce qu'elle pouvait faire dans ce domaine, la manufacture voulait continuer à progresser. Dans le sport, bien entendu, plus dans l'automobile. L'*America's Cup* s'est imposée tout naturellement. En 2004, suite à une proposition de Larry Ellison, grand collectionneur GP et fondateur de BMW Oracle Racing, Luigi Macaluso a participé à un entraînement avec l'équipage. Deux, trois semaines après, la décision était prise d'entamer une collaboration à long terme. Les raisons? «*Les qualités techniques et humaines du team*», répond sans hésiter l'un de ses fils, Stefano Macaluso (chef du *Product Development & Marketing*), avant d'ajouter «*je n'ai*

jamais vu autant de sensibilité, humilité et dévouement auparavant dans le sport, vis-à-vis d'un sponsor». Pour l'occasion, GP a créé le Laureato tourbillon chronographe régates, une série limitée à 32 pièces. Le calibre 14''' GPV02 (mouvement mécanique à remontage manuel) est un tourbillon volant et chronographe intégré à roues à colonnes, monopoussoir. Il intègre une fonction compte à rebours développée dans le cadre d'une utilisation régates au format *America's Cup*. Cette indication de compte à rebours 5 + 5 minutes rétrograde est commandée par la roue à colonnes du chronographe (les fonctions marche-arrêt-remise à zéro sont ainsi actionnées par le poussoir unique du chronographe). Le mouvement est placé dans un boîtier en or gris de 46 mm. Le bracelet est en caoutchouc noir.

L'horlogerie affronte le grand *bleu*

On ne change pas une équipe qui gagne!

Apparemment, c'est bien la philosophie d'Omega, qui réitère son partenariat avec l'*Emirates Team New Zealand*. Le duo fonctionne bien et la collaboration avec le jeune skipper Dean Barker donne de beaux fruits, comme le prouve leur nouveau chronographe, le Seamaster NZL-32. Cette montre régates est équipée d'un mouvement mécanique à remontage automatique: l'Omega 3602 (calibres de base Omega 1120 et Dubois Dépraz 2027). Un compte à rebours à guichet, comprenant cinq points, indique le temps restant jusqu'au signal du départ. Les points changent gra-

duellement de couleur (d'abord bleue, puis rouge) au cours des périodes successives de cinq minutes. Situé à 3 h, un compteur noir rapporté et cerclé d'un anneau argent présente le total des minutes écoulées et reprend les couleurs bleue et rouge caractérisant les deux périodes de cinq minutes. Le compteur des heures du chronographe, plus petit, est situé à 12 h. L'aiguille centrale des secondes, dotée d'une pointe rouge, indique les dernières secondes avant le départ. La petite seconde est positionnée à 9 h. Le mouvement trouve place dans un boîtier en acier inoxydable sur bracelet en caoutchouc noir surpiqué de blanc.



SPORTSPORTSPO



TAG Heuer, autre grande marque connue et reconnue pour son expérience dans le domaine du sport, a décidé de «s'embarquer une nouvelle fois pour cette aventure légendaire à la voile». Mais, cette fois-ci, à côté du concurrent chinois, le premier en 151 ans d'histoire de la Coupe de l'America. «Ce défi est très différent des autres auxquels TAG Heuer s'est associée par le passé. La Coupe de l'America est aussi un événement totalement nouveau pour les Chinois. Il nous faudra sans

doute deux ou trois participations pour gagner l'expérience et les compétences nécessaires pour remporter cette course prestigieuse. Voilà pourquoi nous sommes convaincus que ce partenariat constitue simplement la première étape d'une collaboration à long terme avec le China Team», a annoncé Jean-Christophe Babin. Les objectifs ? Il en a deux : orner fièrement les poignets de la première équipe chinoise et remporter le trophée sportif le plus convoité du monde. Pour le premier, le

résultat s'appelle Aquaracer Chrono Calibre S China Team, une montre à quartz produite en édition limitée de 500 pièces. Conçue en interne, le nouveau calibre affiche l'heure et les fonctions du chronographe avec les trois aiguilles centrales. Cette nouvelle technologie fait appel à pas moins de 230 composants et cinq moteurs bidirectionnels. En acier brossé avec un écran anthracite, une couronne en aluminium ornée des couleurs rouge et jaune symbolisant le voilier, et un fond de boîte unique arborant l'estampe du dragon, ce modèle de 41 mm affiche deux compteurs semi-circulaires : celui de 4 h 30 affiche le 10^e de seconde, celui de 7 h 30 indique la fonction utilisée (mode montre, mode chrono, mode régates). Pour le deuxième objectif, Jean-Christophe Babin est «conscient que cela représentera un long processus mais, comme pour l'horlogerie de luxe, apprendre et progresser sont essentiels». Or, dans la maison, on est déterminé à relever ces défis, en équipe.



Last but not least, Louis Vuitton. Pour la deuxième fois consécutivement, cet outsider sera le chronométré officiel de la Coupe qui porte son nom. Afin de célébrer cette course, la maison a décidé d'arriver le poignet garni d'un Tambour LV Cup Régate Platine. Editée en série limitée à 20 exemplaires, cette montre intègre le mou-

vement LV 171, mécanique à remontage automatique. Classique et élégante, elle propose la fonction flyback et le compte à rebours à 12h, avec les traditionnels cinq guichets. Dans tous les cas de figure, la 32^e Coupe de l'America fera bien des heureux dans un monde horloger qui investit de plus en plus dans la voile.

SPORTSPORTSPORTSPO

Petit lexique de la voile...

Amures : Désigne les côtés qui reçoivent les vents en premier.

Bôme : Espar perpendiculaire au mât qui sert à tendre le bord inférieur de la grand-voile et à la manœuvrer.

Espars : Toutes pièces d'une certaine longueur utilisées pour envoyer et/ou régler une voile.

Flamme numéraire : Code de pavillons numériques inventé par le capitaine français Mahé de la Bourdonnais, en 1738. Dix fanions de couleurs différentes correspondent chacun à un chiffre de 0 à 9.

Match Race : Parcours de régates à deux marques, dont l'une en face du vent.

Près : Allure la plus rapprochée du vent. Un voilier au près fait route contre le vent, avec un angle le plus faible possible (environ 45° pour un bateau de croisière, avoisinant les 30° pour un bateau de l'*America's Cup*).

Syndicat : Equipe, team, au grand complet.

... et de l'horlogerie

Flyback : Retour à la volée (de l'anglais). Mécanisme compteur qui permet d'arrêter, ramener à zéro et redémarrer l'aiguille des secondes par une seule pression du poussoir.



Calibres régates. L'histoire des montres-bracelets de régates remonte au début des années 1970, quand Ebauches SA réalise un mécanisme pour le départ des régates. Aujourd'hui, un certain nombre de montres régates se fondent sur des modules développés en 1993 par Dubois Dépraz : les calibres 2027 et 2028 régates. Le premier, qui sert de base au Chronographe Omega Seamaster NZL-32 par exemple, intègre une chaîne de rouages compteurs. Cette particularité est utilisée pour dévier au centre le compteur de base 30 minutes, dont le mobile porte un disque d'affichage en

trois couleurs (blanc, rouge et bleu). Le rouage multiplicateur est d'un rapport de deux à un, soit un tour en quinze minutes, conforme au temps d'attente des régates classiques (des transformations permettent de l'adapter aux départs sur dix minutes). Ce calibre offre aussi toutes les fonctions d'un chronographe classique.

Le deuxième, identique au premier pour le module régates, a été libéré des compteurs traditionnels. Certaines montres régates peuvent utiliser un calibre comme le DD 2075 : flyback avec compteur minutes central.

SPORTSPORTSPORTS



Pavillon F



Pavillon P

Phases de départ. Un premier signal indique le lancement de la procédure onze minutes avant le départ (c'est le signal d'attention, pavillon F). Un coup de canon résonne une minute après (c'est le signal d'avertissement, flamme numéraire) : les syndicats disposent désormais de dix minutes pour s'approcher de la ligne de départ et se lancer dans la course. Cinq minutes avant le départ, un deuxième coup de canon retentit (c'est le signal préparatoire, pavillon P) : on entre dans la phase finale ; la remorque entre un Class America et son bateau d'assistance doit être larguée au moins une minute avant ce signal. Le signal préparatoire est affalé une minute avant le départ, la flamme numéraire est affalée au moment du départ. Pendant toute cette phase préparatoire, l'enjeu consiste à sonder l'adversaire, évaluer les conditions météorologiques et définir une stratégie de sorte qu'à l'issue des dix minutes, le bateau franchisse la ligne de départ et s'élanche du bon côté du plan d'eau, parvenant ainsi à contrôler l'adversaire.

Jeux de lunettes...Bulgari et Hamilton ont décidé de faire de leurs montres régates de vrais instruments de navigation. La Diagono professional Scuba Regatta (Bulgari) est équipée du mouvement mécanique à remontage automatique Dubois Dépraz 42028 (élaboré spécialement pour Bulgari, il est une évolution flyback du calibre 2028). La Khaki Navy Regatta (Hamilton) est équipée d'un mouvement ETA Valjoux 7750 renversé. En lieu et place de l'aiguille des minutes, Hamilton y a intégré un disque. Le reste du mécanisme spécifique à cette montre se trouve dans le boîtier et non dans le mouvement. Outre les indications pour le départ régata (sur 10' pour Bulgari, 6' et 10' pour Hamilton), les deux montres offrent la possibilité, grâce aux indications inscrites sur leurs lunettes et leurs cadrans, de déterminer la position des autres marques du parcours, en connaissant la position de la première (Hamilton seulement pour les parcours Match Race – comme dans l'*America's Cup*). D'autre part, pour connaître le meilleur cap à tenir en naviguant au près, les deux montres l'indiquent par une simple triangulation (tourner la lunette de sorte que la direction du vent soit lisible à 12 h. Les degrés indiqués par la lunette en correspondance des flèches rouges et bleues, à 10 h 30 et à 1 h 30, signaleront les meilleurs caps, tribord et bâbord amures. Enfin, la Scuba Regatta peut aussi vous donner la position optimale à tenir sur la ligne de départ, en fonction de la direction du vent.



SPORTSPORTSPO

Les maîtres du vent. Il y en a qui sponsorisent des bateaux: Audemars Piguet, Girard-Perregaux, Omega, TAG Heuer. Ou alors Hamilton, co-sponsor du *Ventilo M2* du Silverarrow-sailing team. Ce dernier, barré par Vincent Huguenin et Nicolas Othenin-Girard, régate dans le championnat suisse. D'autres sponsorisent des compétitions pour parler de leur marque: Rolex. Certains enfin sponsorisent des compétitions tout en lançant un nouveau modèle: Hublot, Officine Panerai, Richard Mille. Tout cela est une question de philosophie. Pour les uns, il s'agit d'un défi plus ou moins ponctuel lié à des hommes. Pour les autres, il s'agit de ne pas associer la marque à un gagnant ou à un perdant. Question marketing, apparemment, personne n'a tort !

Le fait est qu'il est difficile, aujourd'hui, de ne pas rencontrer un horloger suisse dans un événement qui se déroule sur

un plan d'eau. Quelques exemples ? La Panerai Classic Yachts Challenge, une compétition durant laquelle les plus beaux yachts d'époque se retrouvent dans les lieux mythiques de la Méditerranée et des Caraïbes. La Perini Navi Cup en Sardaigne, pour laquelle Richard Mille a été choisi, en 2006, comme chronométrateur officiel. C'est à cette occasion que le *Maltese Falcon*, le plus grand voilier privé (88 mètres de long) entièrement automatisé, construit par le chantier italien Perini, a franchi sa première ligne de départ d'une régate. La Giraglia et la Sardinia Rolex Cup, la Maxi Yacht Rolex Cup, la Rolex Farr 40 world Championship, la Rolex Swan Cup ou le Bol d'Or sur le lac Léman... La Hublot PalmaVela, la Monaco Classic Week ou la Solitaire Afflelou Le Figaro, pour lesquelles Hublot a été chronométrateur officiel.

La liste est encore longue... mais la mer assez grande.



Corum comme la mer. Entre Corum et la mer, c'est une véritable histoire d'amour. Une histoire qui dure. Depuis 1981, les deux partenaires croisent leurs destins. Corum parraine des régates, Corum sponsorise des bateaux, Corum s'intéresse au tour du monde, aux matchs-racing, aux épreuves olympiques.

Parce que la maison suit les airs et maîtrise les marées, tout en parlant d'heures avec les fanions nautiques.

Et sa collection *Admiral's Cup* évolue chaque année. Il n'y a qu'à jeter un coup d'œil à la nouvelle montre marée 48 mm !

SPORTSPORTSPORTS

Breitling comme le chronomètre.

S'il y a une marque qui connaît les airs, c'est bien Breitling. Partenaire du monde de l'aéronautique depuis toujours, Breitling a fait de la chronométrie et de la précision ses mots d'ordre. Dans ce créneau, il ne pouvait manquer une montre régates, l'air du temps oblige.

Sorti il y a peu, le chrono Avenger M1, dans sa version Yachting, cumule les performances d'un chronographe étanche et fonctionnel à 1000 m de profondeur (il faut quand même y aller!) et un module régates.

Le boîtier, en titane, est équipé d'une couronne vissée et d'une

soupape de décompression. Les poussoirs du chrono n'ont pas de contact direct avec le mouvement : la commande s'effectue à travers le métal du boîtier.

Le calibre, Superquartz B73 sur base ETA 251.262, intègre un module compte à rebours. L'indication en est confiée à une aiguille centrale rouge. Au fur et à mesure que le temps passe, elle marque (entre 10 h et 12 h, où les index des minutes sont en couleur : cinq traits bleu et cinq traits rouges) l'écoulement des dix minutes qui précèdent le départ d'une régates, style *America's Cup*.



DE LA TRUELLE AUX BRUCELLES



Photos: Mirei Lehmann

FORMATIONFORM

Francis Gradoux

Coincée dans le bec d'un héron qui s'apprête à l'avaloir, une grenouille se retient en étranglant l'oiseau; « N'abandonne jamais! » crie la légende. Ce dessin accueille les élèves dans l'atelier de Michel Pluess, au Centre de formation en horlogerie de Tramelan, au cœur de l'Arc jurassien, terre promise de l'horlogerie suisse authentique. Sa vocation: transformer des chômeurs en horlogers. Depuis 1995, les classes se succèdent, si bien que près de 200 personnes sans emploi sont maintenant salariées dans des entreprises recherchant désespérément de la main-d'œuvre qualifiée. Car l'horlogerie mécanique suisse a de plus en plus de succès. En l'an 2000, elle exportait 2,5 millions de montres; en 2005 ce nombre a bondi à 3,4 millions! Surtout, la valeur moyenne de ces montres convoitées dans le monde entier est passée de 1783 francs suisses en 2000 à 2114 en 2005. Ce qui signifie que ces montres sont également de plus en plus compliquées, et demandent plus d'horlogers pour les fabriquer. Aussi, une enquête de la Convention patronale montre que, d'ici à 2010, l'industrie recherchera 30% d'horlogers supplémentaires. Il faut donc former des apprentis, et reconverter des chômeurs. Cette formation dure trois ans.

Elle est difficile, exigeante, et il arrive que des apprenants se découragent; le message de la grenouille leur est destiné.

« N'abandonne jamais » est aussi la devise de Michel Pluess. Son parcours professionnel en témoigne: il grandit à Moutier, une petite ville du Jura bernois. Son père et sa mère sont horlogers: « *Souvent, ils rapportaient du travail à la maison, pour la soirée.* » Pas vraiment attiré par cette activité minutieuse et épuisante, il fait un apprentissage de dessinateur en bâtiments. Puis il veut découvrir d'autres horizons: « *J'ai été au Club Med, comme barman l'été et moniteur de ski l'hiver.* » Après quatre saisons, il revient au pays. Il entre dans une entreprise locale de maçonnerie. Là, pendant vingt ans, il travaille comme maçon, tout en continuant une formation pour devenir grutier. « *Et puis l'entreprise a fait faillite* », et Michel est licencié. Il est connu comme un bon travailleur, efficace et volontaire: une autre entreprise du bâtiment l'engage comme maçon. Six mois après, cette entreprise fait également faillite. Devenu chômeur, Michel entend parler d'une formation d'horloger. « *J'ai pensé à mon père, qui travaillait au chaud, alors qu'à l'époque je commençais à redouter le froid sur les chantiers...* »

NO

UV EL

HORIZON

FORMATION

Un as de la précision. Michel Pluess va passer une année dans le centre de formation de Tramelan, réussissant le module de base, qui fait de lui un opérateur horloger, le plus simple des métiers de l'horlogerie. Il est bien noté, et il est aussitôt engagé dans la grande usine ETA (groupe Swatch) de Granges. Même ses grosses mains rugueuses de maçon ne le gênent pas: «*Quand on monte un mur d'un mètre, on travaille au millimètre... C'est le même genre de tolérance que dans l'horlogerie. Lorsqu'on est habitué à travailler précisément, on est précis partout. Et puis, on ne touche pas les pièces avec les doigts, on a des outils.*»

Donc, Michel, à 44 ans, passe aisément de la truelle aux brucelles et il y prend goût. Il retourne à Tramelan, puis au

Locle pour s'appliquer à réussir d'autres modules: posage-emboîtement, assemblage, achèvement-réglage et enfin, le couronnement, le module terminal qui fait de lui un horloger complet, muni d'un certificat fédéral de capacité, obtenu au bout de trois ans d'efforts. Et cela, tout en continuant à travailler chez ETA, suivant des cours le soir et le samedi matin. «*Il faut faire des sacrifices.*» Trois heures et demie de train, quatre heures de cours et huit heures de travail par jour. De plus, il paye ses cours (3300 francs suisses par an). Il est marié, et ses deux enfants commencent à réagir comme il réagissait lorsque ses parents passaient leurs soirées à l'établi. Michel Pluess se passionne ensuite pour la formation. Il devient donc formateur et, au centre de Tramelan, prépare dé-

sormais des horlogers qualifiés, très convoités par l'industrie. En ce moment, toutes les entreprises cherchent du personnel... «*C'est magnifique pour un formateur de savoir que les apprenants trouveront du travail en sortant.*» Et cette reconversion exemplaire n'est pas terminée: dans quelques mois, il aura 53 ans et deviendra le directeur de ce centre. «*J'ai de la chance: tout ce que j'ai fait m'a plu. Et ça continue.*»

C'est l'aventure d'un homme. Mais elle est exemplaire: elle révèle la face cachée de l'horlogerie suisse. Non seulement elle témoigne de l'excellence d'un système de formation, mais surtout, Michel Pluess fait partie, typiquement, de ces travailleurs exemplaires si fidèles à une industrie à succès: ils n'abandonnent jamais.



Les mains de Michel Pluess se sont pliées aux exigences de l'horlogerie.

74 PORTRAITPORT

Femmes de tête à La Neuveville



Photo: Olivier Daehler

Bernadette
Richard

Jolie bourgade des bords du lac de Biemme, La Neuveville abrite un quartier industriel où deux usines voisines sont dirigées par des dames. Toutes deux sont au service de l'horlogerie, non pas en pleine lumière mais dans l'ombre de celle-ci : l'équipe de Catherine Frioud Auchlin s'occupe de polissage haut de gamme, celle de Lucia Bonadei tricote à sa manière... des paniers pour le lavage des pièces. Maillons secrets de l'hyper précision dont personne ne parle jamais et qui pourtant se révèlent indispensables à la bonne manufacture des montres.

L'une saute l'autre pas. Si Catherine Frioud Auchlin a tâté du parachutisme, Lucia Bonadei avoue en rigolant ne pas être tentée par un tel sport... elle préfère le théâtre, hobby de ses enfants, et la danse. En commun, elles endossent le rôle de chef d'entreprise : *« Ça n'est pas facile pour une femme, souligne la brune Lucia, d'assumer cette charge. Il y a des clients qui ne vous prennent pas au sérieux, sous prétexte que les dames n'y connaissent rien en technique. Le monde de l'horlogerie est très macho, le beau sexe, c'est pour la figuration. »* La blonde Catherine précise pour sa part qu'elle a découvert *« la solitude du patron »*. Toutes deux sont affables, dynamiques, et ce qui frappe, c'est le lien quasi maternel qui les unit à

Mains de fer et gants de velours. Si en privé Lucia Bonadei (à gauche) et Catherine Frioud Auchlin s'entendent comme larronnes en foire, dans leur entreprise respective, l'une et l'autre sont avant tout des cheffes.

TRAITPORTRAITPOC

leurs employés. Elles les connaissent et n'ignorent en rien leurs problèmes: «*Je joue la maman, reconnaît Lucia Bonadei, je crois que j'aime ça!*»

Une histoire différente. A La Neuveville, on a tordu le cou au dicton populaire qui prétend que les femmes de pouvoir ne s'entendent pas: si Lucia s'y est installée, c'est grâce à Catherine. Aujourd'hui pétries de responsabilités, l'une et l'autre ont pourtant un parcours fort différent.

Avant de devenir la grande dame d'Auchlin SA polissage, Catherine Frioud Auchlin, née à Montbéliard, a suivi des études de droit à Strasbourg. Après avoir travaillé à Winthertour, elle est retournée sur les bancs d'école, à Neuchâtel, car «*jusque-là, je n'avais pas de diplôme suisse*». Très branchée formation, elle a passé ensuite quatre mois aux USA pour peaufiner ses connaissances. C'est donc une diplômée en économie qui devient Madame Auchlin. Son beau-père dirige l'usine de polissage, créée en 1945. Elle entre chez lui début 1990, s'occupe des finances et de la gestion du personnel, tandis que son mari est directeur technique, «*très compétent*», apprécie-t-elle. Ici, on polit la moindre pièce qui entre dans les entrailles d'un garde-temps. «*Nous formons nous-mêmes nos polisseurs. Depuis soixante ans, notre travail est constitué de risques et de rigueur.*»

Le millénaire à peine entamé, les Auchlin construisent une nouvelle usine, plus grande, plus belle, plus pratique, et, malgré un divorce survenu au moment de la crise économique de 2002, Catherine a dû affronter les licenciements. «*C'était un dur apprentissage, j'ai compris que j'étais bonne dans l'adversité*», sourit-elle. La tempête dépassée, elle entame le violon, car cette battante qui assume diverses responsabilités sociales pratique la plongée, la voile, la moto, et entretient avec ses plantes vertes des rapports très privilégiés.

A quelques pas de chez Auchlin SA, UMC SA appartient à Lucia Bonadei. Fille d'immigrés, elle évoque son grand-père, marchand de moutons. Née à Bergame, dans le nord de l'Italie, elle passe douze ans à Bellinzone avant de franchir les Alpes pour se retrouver en Suisse romande, où l'intégration n'a pas été facile. Après un apprentissage dans un bureau d'avocats, elle épouse un serrurier, et, engagée dans une assurance, elle s'occupe en plus de l'administration de l'entreprise de son mari. En

1990, ils achètent l'usine mécanique UMC qu'elle reprendra à son nom quelques années plus tard, après leur divorce: «*Nous nous occupons de lavage de pièces, pour lesquelles nous fabriquons des paniers, du sur mesure, j'adore la transformation des matériaux: les objets naissent du métal brut.*» Une patronne qui aime à préciser que, chez elle, «*à travail égal, salaire égal*». Active sur tous les fronts — elle cherche elle-même les nouveaux clients — elle est actuellement présidente de l'association des PME de la région.

Comme sa voisine, elle sait prendre le temps de parler, d'écouter. On regrette dès lors que si peu de femmes soient nommées à la tête des entreprises.

HUM
A
NI
TE...

76 ENTREPRISE SE

Le dentellier du décolletage



Michel Bühler Chaque manufacture s'enorgueillit de repousser les limites du possible à chacune de ses créations. Toujours plus précis, plus fin, plus fiable. Avec des composants fabriqués à l'interne, bien sûr ? Si vous obtenez un murmure embarrassé en réponse à cette question, il ne vous reste qu'à prendre votre bâton de pèlerin et à vous rendre au cœur des Franches-Montagnes, à Saignelégier. Demandez Swiss Finest, usine de décolletage, et son patron Fabrice Thüler. Il est évidemment prudent de prendre rendez-vous, car le gaillard est souvent sur les routes. Usine flambant neuve, mais bonne vieille odeur d'huile de machines. C'est ici, sur des outils faits maison ou modifiés, que se fabriquent les prototypes et les petites séries des pièces les plus délicates dont l'horlogerie puisse rêver. La liste des clients de Fabrice Thüler est évidemment confidentielle, mais elle est suffisamment impressionnante pour que sa banque lui prête une poignée de millions, moins de deux ans après la création de son entreprise.

Equilibre. C'est à croire que la haute horlogerie n'attendait que lui. L'aventure a commencé en effet il y a juste trois ans. En février 2004, Fabrice Thüler et son beau-frère Stéphane Jeanbrun installent une décolleteuse dans un garage à Courfaivre. Après trois semaines, ils croulent déjà sous les commandes et cherchent de nouveaux locaux

Fabrice Thüler affirme qu'à 1000 mètres d'altitude les gens ont un esprit plus solidaire.

à Saignelégier. Dix-huit mois plus tard, en novembre 2005, les Hewlett et Packard jurassiens emménagent dans leur propre usine, 6 millions de francs d'investissement pour le bâtiment, 3 millions pour les machines. En 2006, Swiss Finest devient société anonyme avec un actionnaire unique, son patron.

Une croissance aussi fulgurante demande explication, alors que les crêtes du Jura sont constellées d'ateliers de mécanique de précision qui percent, fraisent et polissent depuis des lustres. « *Swiss Finest est la seule entreprise de mécanique en Suisse à pouvoir fabriquer toutes les pièces d'une montre* », avance Fabrice Thüler. Mais encore ? « *Nous avons établi un bon équilibre entre les aspects techniques et commerciaux. Il faut aussi dire que j'avais bien préparé le terrain avant de me lancer. Je ne voulais faire que du spécial.* »

Travailler à 1000 mètres. Fabrice Thüler a enchaîné apprentissage de décolleteur chez Tornos, école technique à Neuchâtel, d'où il est sorti ingénieur en mécanique, et brevet fédéral de cadre technico-commercial. Après deux ans chez Dixi, au Locle, il a réalisé que nombre de clients ne savaient pas où sous-traiter la fabrication des pièces les plus acrobatiques. « *Mon beau-frère, Stéphane Jeanbrun, est un décolleteur exceptionnellement doué, j'avais les contacts chez les horlogers, nous nous sommes lancés.* »

Il faut ajouter à cela une espèce de monomaniaquerie pour le travail bien fait, un goût prononcé pour les défis et une confiance presque mystique dans les qualités des Francs-Montagnards. Quand l'entreprise naissante a dû quitter son garage de Courfaivre pour raison de succès précoce, Fabrice Thüler s'est décidé pour Saignelégier parce qu'il voulait être « *à 1000 mètres d'altitude* ». Courfaivre n'est qu'à 400 mètres. « *A 1000 mètres les gens sont autres, assure-t-il. Ils sont concentrés sur l'horlogerie depuis des générations, ils ont un esprit différent, attaché au travail et à la solidarité.* » Pour mieux faire comprendre la clé de son succès, Patrice Thüler ouvre des petites boîtes à casiers, en extrait ponts, rouages et pignons, associés aux maisons les plus prestigieuses. « *Prenez cette roue et son axe. La manufacture qui nous l'a commandée produisait jusqu'ici deux éléments,*

ENTREPRISESENT

la roue et l'axe, puis les emboîtait. Pour gagner en précision, elle a voulu l'avoir en un seul bloc. Mais elle était incapable de la fabriquer. Nous y sommes arrivés.» Cette capacité a un prix : des investissements massifs en informatique, la création des outils, la modification des machines, dont une décolleteuse unique au monde, et un personnel aux petits soins. « Dans une usine qui fait de la série, il y a un décolleteur pour dix machines, ici on en a quatre pour sept machines », explique encore le patron. « Notre personnel n'est constitué que de spécialistes. Avec l'actuelle formation de polymécaniciens, les jeunes sont trop généralistes, cela nous pose des problèmes. » Du coup, il a engagé un apprenti.

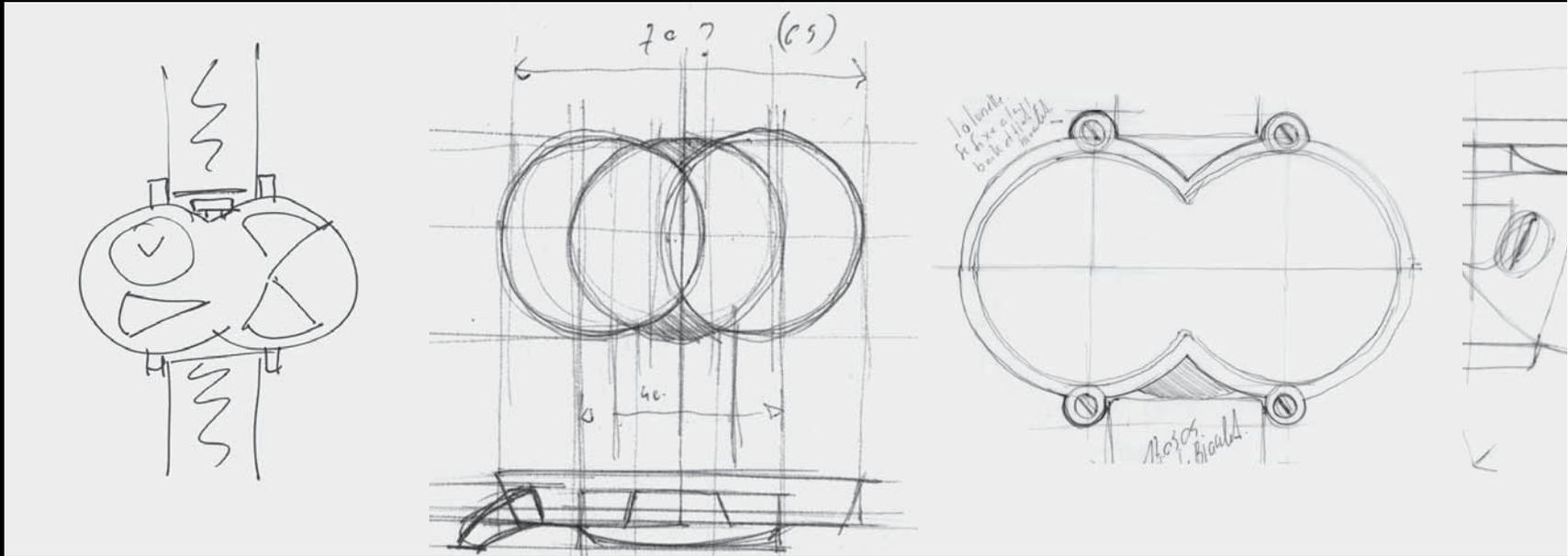
Rester petit. Patron comblé à 33 ans, Fabrice Thüler revendique une fidélité à l'esprit de sa région, même au volant de sa Porsche Cayenne, et à ses idées. Le côté commercial est en train de grignoter son temps, mais il se veut mécanicien avant tout, et fuit autant que possible le monde du marketing horloger « *qui ne connaît rien à la technique* ». Son plus grand défi, aujourd'hui, c'est... de ne plus grandir. Avec trente salariés, il estime que son entreprise a atteint la taille optimale. Le fait de pouvoir réaliser toutes les opérations au même endroit, du décolletage à la taille en passant par l'usinage et l'électroérosion, avec une petite équipe, lui permet une très grande réactivité. « *Nous sommes condamnés à l'horlogerie et aux petits volumes* », aime-t-il à répéter. Non seulement il a décliné plusieurs propositions de rachat, mais il refuse aussi la fabrication de séries supérieures à 3000 pièces. Elles absorberaient trop de capacités au détriment de la véritable plus-value et du service. « *Nos clients savent qu'ils peuvent compter sur nous en cas de pépin, même si nous devons y passer des nuits blanches.* » Résultat du contrat de confiance : les trois quarts des commandes sont passées sans appel d'offre et les prix ne sont pas discutés, affirme-t-il.

Alors qu'on se le dise : si Swiss Finest double un jour sa superficie de production et son personnel, c'est que Fabrice Thüler aura totalement raté son coup.

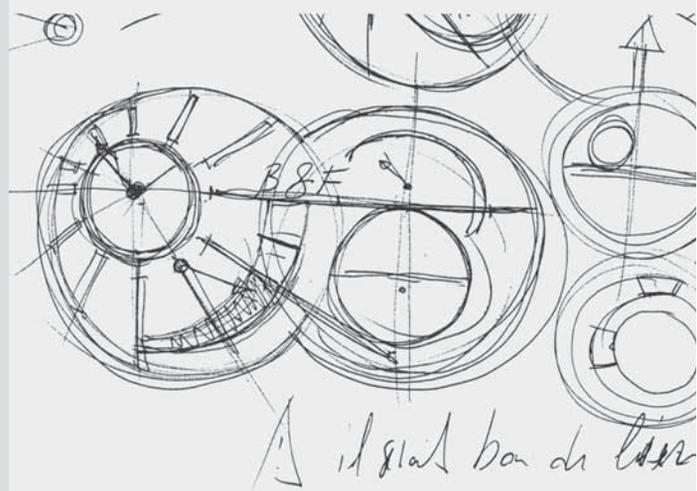
SP
EC
IAL
ISE. ■

80 LES COULISSES

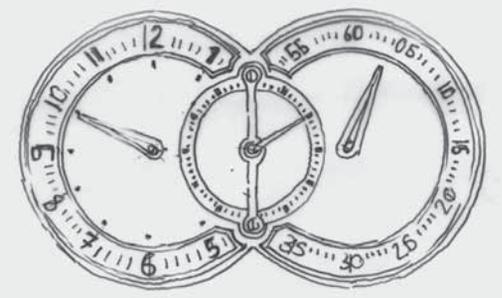
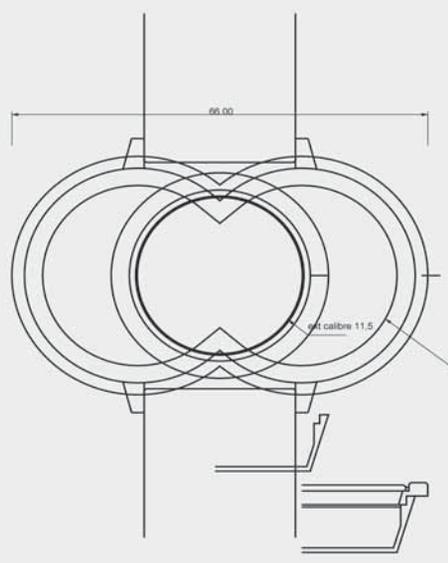
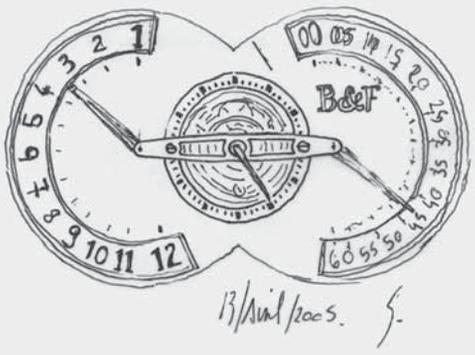
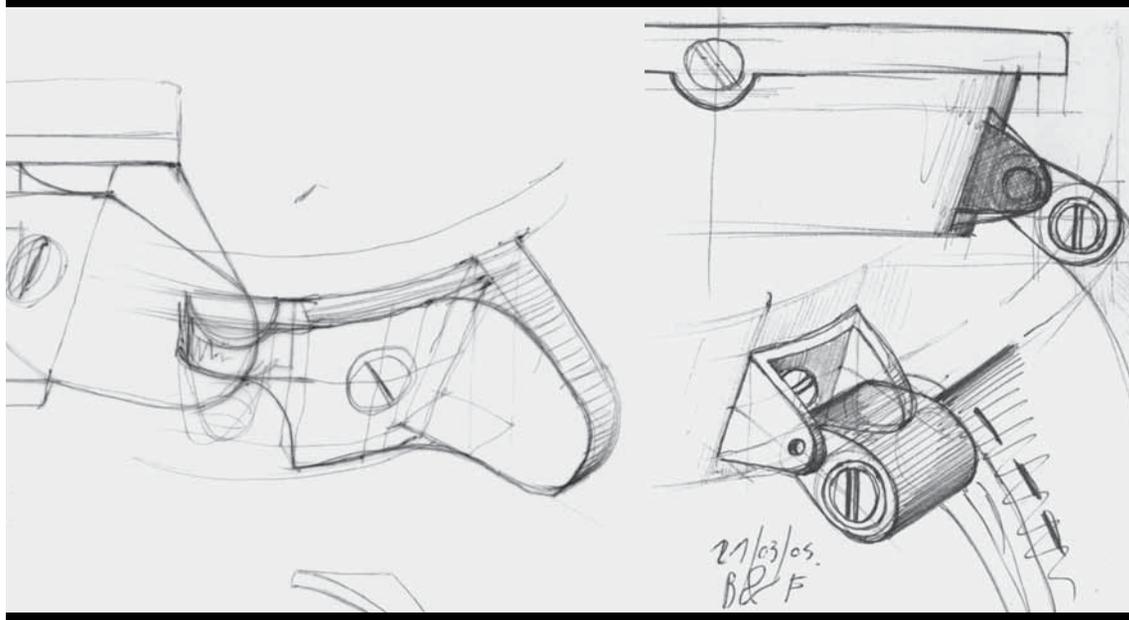
Goldorak et le Rotor



Avant de voir le jour grâce aux mains expertes des horlogers et des fournisseurs de composants, un nouveau modèle naît dans l'esprit d'un créateur, d'un designer, d'un concepteur ou d'un rêveur. Cette période de gestation, qui fait la part belle à l'imagination tient un peu du mystère, de l'intuition, de l'art. Maximilian Büsser a conservé les traces de cette démarche créative, partagée avec son complice Eric Giroud, qui a précédé la naissance de HM1, la première Machine Horlogère de MB&F. En voici des extraits commentés qui évoquent les storyboards chers aux réalisateurs.



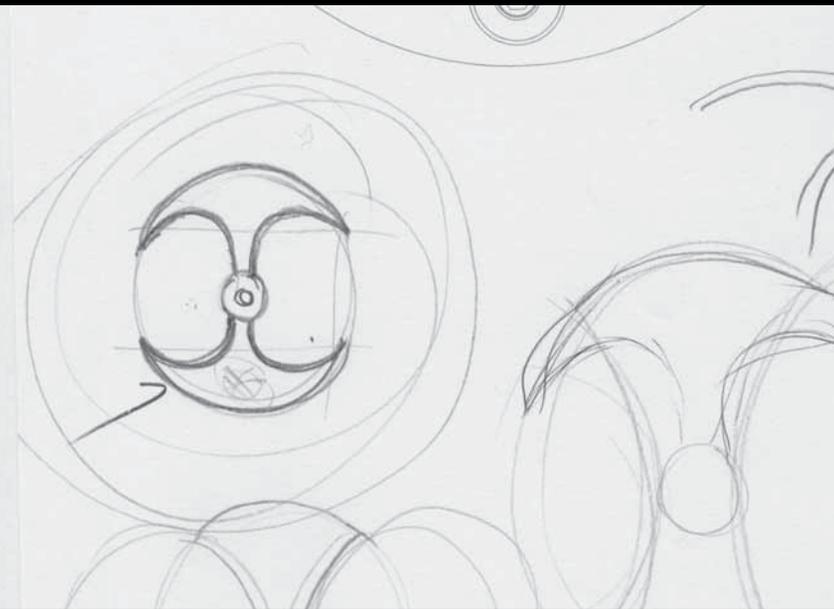
BLESCOULISSESCC



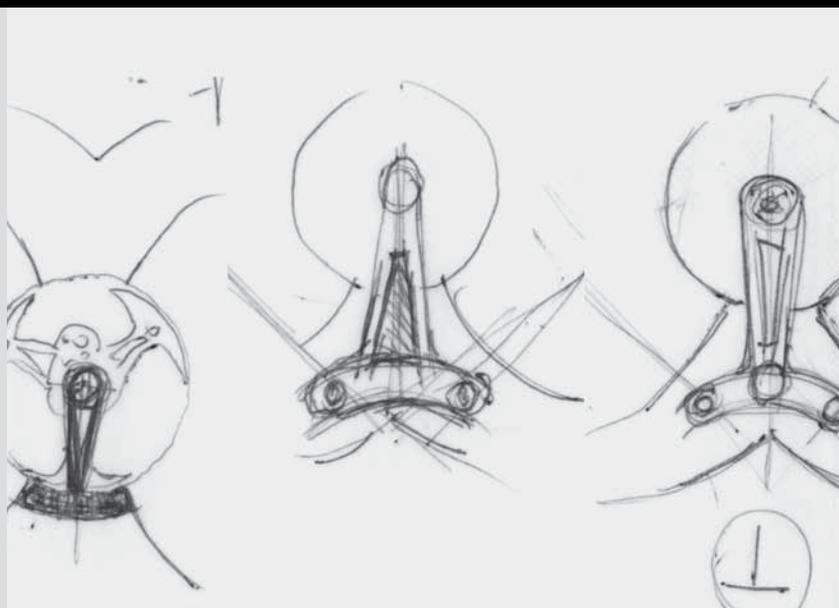
LESCOULLISSE



Toei Animation

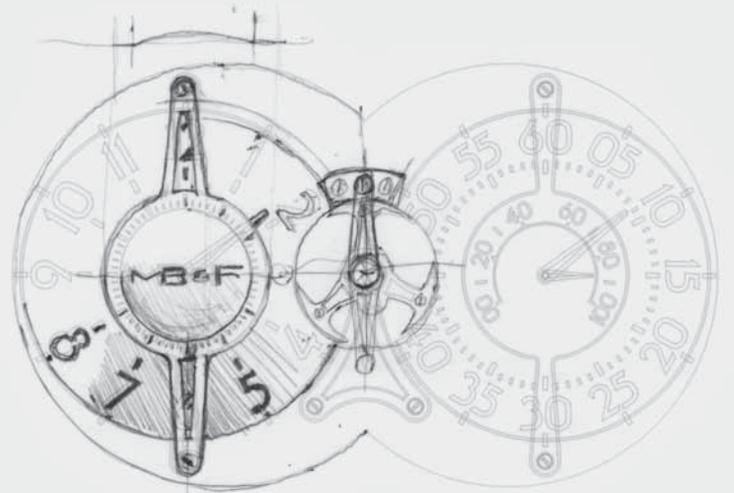
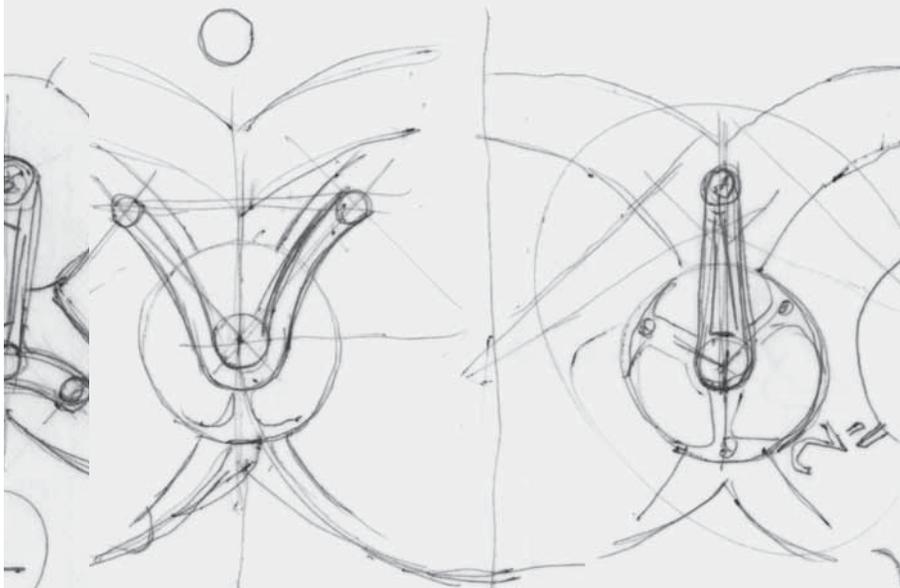


Exigence technique pour la lunette : disposer d'assez de matière pour accueillir vis et joints d'étanchéité. « Il faudra cinq prototypes de boîte pour trouver la finition idéale. Les cornes auront droit à 30 variantes et le cadran à 70 versions ! Pour la masse oscillante, le dessin animé qui avait bercé mon enfance a refait surface, Goldorak et son astéro-hache, qui inspire aussi le pont de la cage. Celui du tourbillon se réfère à une montre de poche d'Abraham-Louis Breguet, pour le contraste et le mélange des repères, la tension voulue entre les époques. »

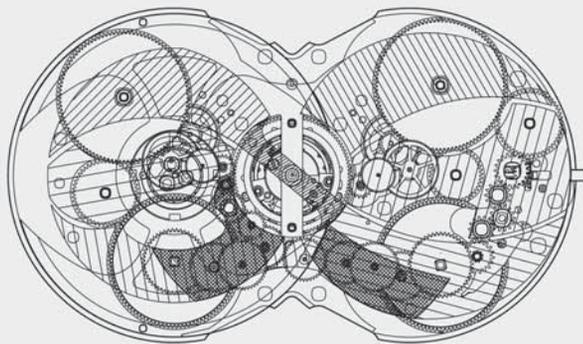
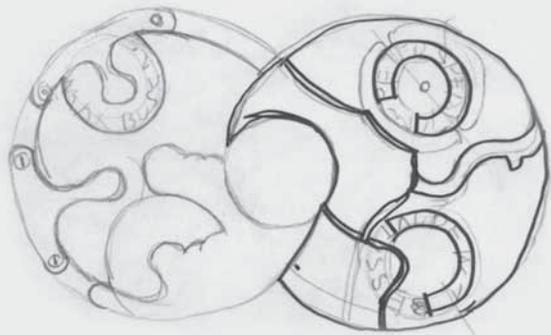


ESCOULISSESCO

L'idée de base de MB&F étant d'offrir à un maître horloger invité un espace et une structure, Max tenait à une symbolique forte pour lancer son concept original, d'où les deux cercles, deux mondes qui se rejoignent. «*Les premiers croquis ont été dessinés en 2003 dans un avion, au retour de Singapour. Dès le départ, un profil architectural comme une construction en pyramide inversée s'impose. Et l'objet doit être facile à porter pour un petit poignet comme le mien et assez grand pour accueillir une technologie complexe, novatrice et fiable.*»



LESCOULISSE



A partir de la forme en huit, le mouvement a été développé en parallèle avec le boîtier, avec quelques migraines à la clé pour la synchronisation du développement. « Nous voulions la symbiose, l'ensemble devant conserver un côté machine et un côté Gol-dorak. Au-delà des contraintes techniques, Patrick Lété, jeune constructeur horloger formé aussi au design industriel, a vraiment su capter l'esprit de la pièce. A noter les barres anti-torsion sur le côté pour rigidifier la platine très longue et garantir un fonctionnement optimal du tourbillon central. »

Photos: DR



86 HERITAGE GEHERIT

Les régulateurs, un temps de référence

Grégoire Baillod

Le régulateur a longtemps été l'instrument horaire le plus précis créé par l'homme. Véritable garde-temps au sens propre, il servait de référence et d'étalon pour la mise à l'heure des montres. Avec son cadran si particulier, il est aujourd'hui remis au goût du jour par de nombreuses marques horlogères, qui proposent grâce à lui des pièces originales et chargées d'histoire. Pourtant, au premier coup d'œil, on se demande s'il ne manque pas une aiguille à cette montre un peu spéciale. Mais en y regardant de plus près, on découvre que tout y est : aiguilles des heures, des minutes, des secondes. Elles ne sont simplement plus rassemblées sur un même axe (le canon) comme d'habitude, chacune ici a son propre cadran, son espace-temps à elle. Et malgré cette apparente liberté, elles suivent leur portion du temps de manière tout à fait synchrone, pour donner au final une indication de l'heure extrêmement précise, mais inhabituelle : c'est l'aiguille des minutes qui domine et anime le cadran de sa marche rapide, entraînant dans sa course les heures et les secondes, installées respectivement à 12 et 6 h. – ou plutôt à 60 et 30 mn.

Une lointaine histoire. Ce cadran déstructuré est caractéristique d'une montre exceptionnelle dans l'histoire horlogère, longtemps restée la gardienne du temps et la mère de toutes les horloges : le régulateur. Avec lui démarre une nouvelle ère de précision, qui voit l'avènement de la mesure du temps à la seconde près.

EXC
EN
TRI
QUE !

TAGEHERITAGE



Aujourd'hui plusieurs marques remettent cette pièce d'horlogerie particulière au goût du jour, telles que Jaquet Droz, Chopard, IWC, Alpina, Chronoswiss, Paul Picot ou Louis Erard. Toutes ont récemment édité des modèles régulateur, qui se démarquent par un affichage du temps très particulier et s'appuient sur une histoire intimement liée à la mesure du temps exact.

La pierre philosophale. Apparu à la fin du XVII^e siècle, le régulateur est l'aboutissement de la quête de la précision ultime, du temps parfaitement régulier et linéaire. Le régulateur, c'est la pierre philosophale de l'horlogerie mécanique. Aujourd'hui, cette fonction de référence temporelle est assurée par des horloges atomiques, dont la régularité quantique a remplacé la mécanique puis le quartz dans l'étalonnage ultra-précis du temps. Mais avant l'avènement du régulateur, les horloges ont délivré un temps approximatif, avec des variations quotidiennes de plusieurs minutes. Elles nécessitaient en outre des ajustements constants sur le temps de référence: la marche des corps célestes. Ce temps approximatif a longtemps suffi à la vie quotidienne, mais le besoin d'une mesure du temps plus précise s'est fait cruellement sentir à mesure que les sciences et les techniques s'affinaient. Ce sont les astronomes qui, les premiers, ont requis des garde-temps plus exacts, et surtout plus réguliers. Pour observer les astres et en mesurer les circonvolutions, ils avaient besoin d'un instrument

horaire qui conserve la précision de marche, jour après jour. Ce n'est pas un hasard si les horloges les plus précises ont fait leur apparition dans les observatoires astronomiques: d'une part, le ciel a toujours été la référence du temps (le mouvement des astres, notamment la lune et le soleil, déterminant les saisons, les mois et les jours); d'autre part, l'étude du temps demandait à son tour des instruments de mesure fiables.

Mais d'autres applications essentielles ne tardèrent pas à exiger à leur tour une chronométrie de pointe. En premier lieu, celle qui déterminera l'équilibre des puissances dans le monde: la navigation maritime. En effet, si l'observation des étoiles permettait depuis longtemps aux navigateurs de déterminer la latitude (position sur l'axe nord-sud), le calcul précis de la longitude (position sur l'axe est-ouest) est resté un problème insoluble jusqu'au milieu du XVIII^e siècle. Autant dire que les grandes découvertes maritimes de Christophe Colomb, Vasco de Gama ou Magellan sont dues plus à la chance et à la hardiesse de ces marins d'exception qu'à une quelconque fiabilité de leurs instruments de navigation. Henri le Navigateur, qui projeta la flotte portugaise au-delà des océans à la découverte de la route des Indes en contournant l'Afrique au XVI^e siècle, ne déclarait-il pas déjà que le pays qui découvrirait le moyen de déterminer avec précision la position en mer dominerait les océans, le commerce et le monde? L'histoire lui donna raison, et voulut que ce soit l'Angleterre

HERITAGE GEHERITAGE



qui résolut la première le dilemme longitudinal – et devint la puissance mondiale que l'on sait. Cette découverte fut encouragée par un drame maritime majeur, qui lança la course à la précision horlogère dont est issu le régulateur. Les recherches furent financées par les compagnies d'assurances maritimes et les gouvernements.

Pire que le Titanic. Le 22 octobre 1707, une flotte de la marine royale anglaise, de retour de Gibraltar, s'échoua corps et biens sur les rochers des îles Scilly, au sud-ouest des côtes anglaises, causant la perte de plus de 1600 marins. Pris dans la brume, les équipages n'avaient pas pu déterminer leur position. Un désastre de proportions plus terribles pour l'époque que le naufrage du Titanic, 205 ans plus tard, et qui frappa tout autant les esprits. Le 8 juillet 1714, le Parlement britannique adopta le « Longitude Act », par lequel il promettait la somme de 20 000 livres à qui trouverait une méthode permettant de déterminer la position exacte d'un navire en mer à moins d'un demi-degré de longitude. Une somme considérable, équivalant à l'époque à plus de dix vaisseaux et qui aujourd'hui correspondrait à quelque 2 millions d'euros. C'est John Harrison qui, en 1753, trouva la solution : il calcula la longitude avec précision, en utilisant comme principal paramètre dans les mesures des angles au sextant l'heure du port de départ. L'horlogerie et

la mesure du temps à la seconde près devenaient un enjeu planétaire. En 1761, il testa sa montre de marine H-4 lors d'un voyage aller-retour à la Jamaïque. De retour à Portsmouth, il découvrit que son garde-temps n'avait perdu que 1 minute 54,5 secondes depuis le départ d'Angleterre 147 jours auparavant. C'est ainsi qu'Harrison se vit attribuer le jackpot du « Longitude Act » – et la Grande-Bretagne la suprématie des mers. Jackpot qu'il n'encaissa qu'à son ultime souffle. Mais au-delà de cette découverte, l'heure précise devenait pour la première fois transportable et permanente, signant l'indépendance par rapport au temps de référence des observatoires. Jusqu'ici, ces derniers étaient la source du temps, où l'on venait littéralement puiser l'exactitude. C'était encore le cas au début du chemin de fer, par exemple dans le grand-duché de Baden en Allemagne. Un employé des chemins de fer allait chercher l'heure exacte à l'observatoire de Mannheim avant le départ du premier train, réglait sa montre de poche à la seconde près, puis l'utilisait pour mettre à l'heure les horloges dans toutes les gares le long de la vallée du Rhin ou de la Forêt-Noire. Il en était de même pour les horlogers à l'établi pour régler les montres qu'ils fabriquaient. Avec les progrès de la précision des chronomètres de marine, les horlogers, les chemins de fer ou les scientifiques qui en avaient besoin eurent accès à des horloges capables de conserver le temps avec

GEHERITAGEGEHERI



des écarts quotidiens de fractions de secondes, puis de centièmes de secondes ou même moins à la fin du XIX^e siècle. Ce sont ces horloges de référence permettant de régler avec précision les autres montres que l'on a appelées régulateurs. Leur extrême précision provenait d'un pendule bi-métallique à compensations sophistiquées permettant d'éliminer les imprécisions engendrées par les dilatations ou rétractions du métal en fonction des changements de température. Cette innovation se retrouve aujourd'hui dans les alliages spéciaux – ou maintenant le silicium – insensibles aux variations, utilisés pour la fabrication des balanciers spiraux qui règlent le tempo des montres mécaniques.

Mais pourquoi un cadran aussi étrange et déstructuré ? Simple question de lisibilité : une aiguille des heures centrée, en faisant lentement le tour du cadran, cache, ou pour le moins réduit pendant plusieurs heures, la lisibilité de l'aiguille des secondes sur son cadran à 6 h. En reléguant les heures sur un petit cadran à 12 h, et les minutes autour du cadran, la lisibilité de l'heure exacte en fraction de secondes est grandement améliorée. Cet agencement des aiguilles se retrouve sur certains chronomètres de marine, dont celui du célèbre amiral britannique Nelson, vainqueur de la bataille de Trafalgar. En remettant le régulateur au goût du jour, des marques horlogères offrent aujourd'hui aux amateurs de belles montres une « pièce maîtresse de l'histoire horlogère », comme l'écrit IWC à propos de son nouveau modèle Portugaise Régulateur. C'est en grande partie Jaquet Droz qui a relancé l'intérêt pour les régulateurs, « pour son importance historique et pour mettre en valeur les cadrans émaillés de la marque », explique Manuel Emch, son directeur général. La recherche de la précision extrême n'est qu'une référence symbolique : les mouvements qui battent dans ces régulateurs bracelets ne sont pas fondamentalement plus précis que les autres chronomètres. Il s'agit d'une petite complication supplémentaire. Mais par leur esthétique décalée, les régulateurs identifient leurs possesseurs comme des connaisseurs à même d'apprécier une pièce horlogère hors du commun.

Saut de **puce** pour mécanique

Francis Gradoux Dans les années 1970, beaucoup d'horlogers suisses ont craint que la montre mécanique soit enterrée par une nouveauté : la montre à quartz, précise et bon marché. Le contraire s'est produit : la technologie électronique et ses énormes séries a contribué à donner des montres à quartz l'image d'objets vulgaires. Ce qui, par contraste, a rendu un incontestable prestige aux montres mécaniques, celles qui font tic-tac.

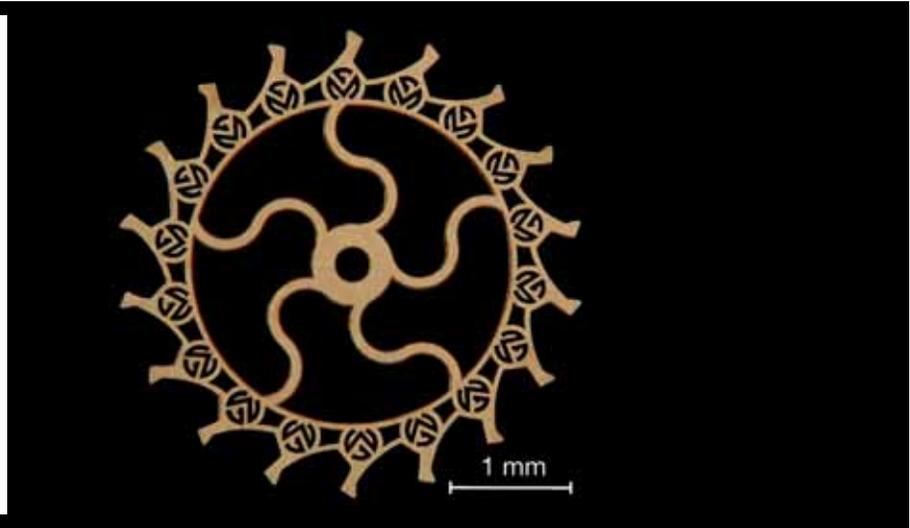
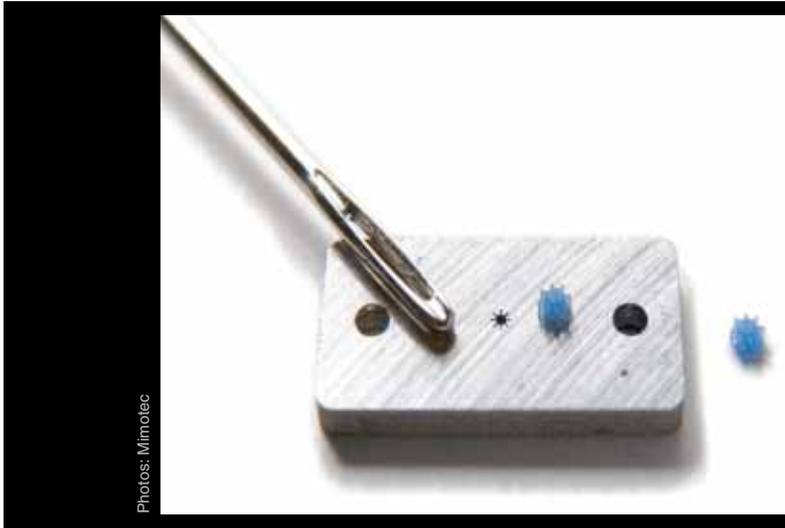
Un deuxième coup de théâtre se produit aujourd'hui : la haute horlogerie mécanique, dont le succès ne faiblit pas, fait désormais appel aux technologies développées pour les puces électroniques, cœurs des montres à quartz. Cette évolution renversante s'incarne en Suisse par une jeune compagnie au succès phénoménal : Mimotec, à Sion.

Les puces sont de sortie. Pour fabriquer en grande série les puces électroniques des montres (et aussi des ordinateurs et de mille gadgets numériques), on utilise la photolithographie. Une puce, au départ, c'est du silicium recouvert d'une résine *photoresist*, le transformant en une sorte de papier photo. Un masque, comparable à un négatif photographique, est posé sur le silicium et sa résine, puis exposé à une forte lumière. Partout où le masque ne l'a pas protégée des rayons lumineux, la résine devient soluble. En revanche, les zones restées obscures demeurent imperméables. Il suffit alors de plonger le silicium dans un solvant ou un acide pour que la surface touchée par la lumière soit en quelque sorte rongée. Ce schéma reste valable, même si les technologies n'ont pas cessé d'évoluer, et aboutissent à des puces de plus en plus petites et complexes.

A la fin des années 1990, Hubert Lorenz, un jeune étudiant de l'Ecole polytechnique de Lausanne, prépare son travail de doctorat en microtechnique, suivant une piste découverte en Allemagne dix ans auparavant. Pourquoi ne pas utiliser la photolithographie pour créer des objets microscopiques impossibles à usiner autrement ? Le problème ne peut se résoudre qu'en utilisant une couche relativement épaisse de *photoresist*. Dans ce cas, il faut aussi que la lumière soit très pénétrante. Seule

IN
NO
VAT
ION.

TECHNOLOGIETEC



Grâce aux techniques électroniques, Mimotec a pu réaliser ce micromoule qui paraît petit à côté d'une aiguille à coudre. Moule destiné à fabriquer en grandes séries des pignons de matière plastique pour les mouvements à quartz. Le pignon a moins d'un millimètre de diamètre.

Cette minuscule roue de nickel, ajourée pour gagner du poids, ne pouvait pas être fabriquée avec les techniques traditionnelles. Mais une cavité photoformée par ultraviolets permet toutes les formes.

solution : exposer la surface au rayonnement d'un synchrotron. Très complexe et coûteux.

Chance et rencontres. Lorenz rencontre un chercheur du laboratoire IBM de Zurich, qui lui raconte qu'il existe désormais une résine qui, même en couches épaisses, peut être exposée à une simple lumière ultraviolette. Déclic : Hubert Lorenz comprend que cette résine lui donne la clé d'un nouveau procédé. Si naguère seule la surface pouvait être modifiée, il devient possible de creuser plus profond.

Deuxième rencontre : Victor Bruzzo, fondateur d'Indtec, troisième fabricant mondial de mouvements à quartz, également basé à Sion. Il a besoin de millions de petits pignons en matière plastique moulés. Plus les mouvements sont miniaturisés, plus la confection des moules minuscules par les procédés habituels (fraisage et électroérosion) devient complexe, voire impossible. Il convainc

Hubert Lorenz de fabriquer des moules d'injection avec la photolithographie par ultraviolets. Il y parvient, produisant notamment un micromoule pour un pignon d'engrenage en plastique à huit dents, mesurant moins d'un millimètre de diamètre, à peu près la taille du point qui termine cette phrase.

A l'époque, Hubert Lorenz, doctorat en poche, vient de se marier. Il rêve d'un voyage de noces d'un an autour du monde, mais l'aventure entrepreneuriale le titille. Il renonce au voyage, persuade un collègue, Nicolas Fahrni, de se joindre à lui, racle les fonds de tiroir des deux familles, rencontre un business angel et, avec le soutien d'Indtec, qui sera son premier client, crée son entreprise en 1998.

Les années passent.

La croissance dépasse vite 20% par an. Mais la fabrication des micromoules pour les montres à quartz perd de l'importance à la fin des années 1990, notamment face à la concurrence chinoise qui utilise plutôt la main-d'œuvre quasi gratuite que

TECHNOLOGIETE



Photo: Marc Wetli, Zürich

Le coeur de la société Mimotec est sa salle blanche où est réalisée la photofabrication. A gauche, le CEO Hubert Lorenz discutant avec le CTO (chief technological officer) G.Genolet.

les technologies novatrices. Cependant, Hubert Lorenz a une autre idée en réserve.

Encore plus loin. La haute horlogerie mécanique suisse se vend de mieux en mieux, et les horlogers se lancent dans une course à l'innovation. Si bien que certaines pièces mécaniques deviennent impossibles à réaliser sur les machines traditionnelles. Lorenz refait le coup des micromoules, mais en adaptant le procédé pour fabriquer des pièces en nickel. Comme dans les micromoules, une cavité est d'abord photoformée par exposition aux ultraviolets, puis remplie de nickel par électroformage (déposition de métal dans un bain, grâce à un courant électrique). Ce procédé permet de faire des pièces minuscules, avec des tolérances très fines, prêtes à l'emploi sans autre usinage, et surtout suivant des formes inimaginables auparavant. Un exemple: des roues pourvues d'une centaine de dents, dont chacune d'entre elles est fendue, afin qu'un ressort intégré rattrape le jeu. Car il est plus facile de dessiner (par ordinateur) un masque transparent, qui peut être fortement réduit, que de

régler une machine qui usinera directement le métal. Et cette réduction optique permet de multiplier les masques, afin de réaliser en même temps une centaine de pièces, semblables ou différentes, sur une seule plaque de verre métallisé de 15 cm de diamètre. Grand succès. Aujourd'hui, l'activité Mimetal représente presque 90% des revenus de Mimotec, qui fournit la plupart des marques prestigieuses de l'horlogerie mécanique. De plus, l'entreprise, qui occupe désormais 25 personnes à Sion, se tourne vers d'autres secteurs, comme la biologie microfluidique, ou les connecteurs pour appareils électroniques miniatures.

Depuis la fondation de Mimotec, la croissance annuelle a oscillé entre 20% et 40% chaque année. Et ce n'est pas fini, puisque Mimotec explore actuellement une voie prometteuse: utiliser ses techniques pour fabriquer des pièces d'horlogerie mécanique en silicium, qui n'a pas besoin d'être lubrifié. C'est un autre clin d'œil à la microélectronique, fondée sur le silicium...

Et Hubert Lorenz n'a toujours pas fait le tour du monde.

RE VO LUT ION.

L'inspirateur de Mimotec reçoit un « Nobel ». Voici plus de dix ans que les techniques de photolithographie par masquage, qui permettent de graver des puces électroniques, titillent la haute horlogerie suisse. Car ces procédés permettent, en théorie, de fabriquer des pièces mécaniques microscopiques, généralement impossibles à réaliser avec des machines classiques.

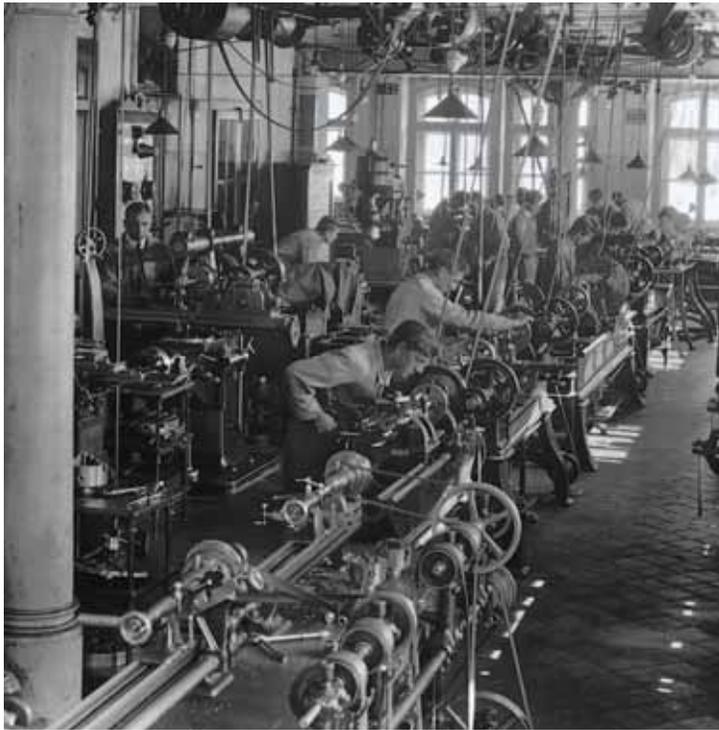
En 2001, le gourou d'Ulysse Nardin, Ludwig Oechslin, propose un échappement révolutionnaire pour la montre Freak, qui serait en silicium, le matériau utilisé pour les puces. Comme pour elles, l'usinage se ferait par masquage. Ce qui permettrait des formes incroyables. De plus, le silicium est léger et l'humidité de l'air suffit à le lubrifier. En parallèle, il étudie avec le Centre suisse d'électronique et de micromécanique (CSEM) la réalisation d'un spiral en silicium.

Dans la foulée, Patek Philippe, Rolex et Swatch s'attaquent aussi au développement de spiraux en silicium, mais butent sur un os : si la température augmente, le silicium se ramollit – ce qui n'est pas favorable pour un ressort. Alors qu'Ulysse Nardin tente de contourner le problème avec un spiral en diamant synthétique, lui aussi obtenu par masquage, Claude Bourgeois et une équipe de chercheurs de l'Institut de microtechnique de l'Université de Neuchâtel (IMT) et du CSEM, qui participent à ces recherches depuis le début des années 2000, découvrent une solution en oxydant le silicium pour former une couche insensible à la température. En 2006, les premières montres équipées de spiraux en silicium oxydé font leur apparition à Bâle et à Genève.

Depuis 1982, l'IMT est dirigé par le professeur Nico de Rooij, qui enseigne aussi à l'École polytechnique de Lausanne. Or Nico de Rooij a été le professeur d'Hubert Lorenz, le fondateur de Mimotec, qui se penche maintenant sur l'usinage du silicium par masquage, mais de manière industrielle, car aujourd'hui tous les prototypes ont été réalisés en laboratoire.

Ce petit monde vient de recevoir un hommage planétaire : la médaille d'or attribuée par l'IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers) à Nico de Rooij et son équipe. Ce « prix Nobel » des ingénieurs, doté de 20 000 dollars, sera décerné en juin aux États-Unis. Il marque l'avènement de l'ère du masquage pour la haute horlogerie.

LA CREATION DES ECOLES D'HORLOGERIE



Photos: Mémoires d'Ici

Apprentis de deuxième année dans l'atelier de mécanique de l'Ecole d'horlogerie de Saint-Imier, 1910-1920.

Les premières écoles d'horlogerie de Suisse ont été fondées au milieu du XIX^e siècle, dans le but de promouvoir la formation d'horlogers complets et de renforcer la qualité des montres. L'essor de l'horlogerie au cours du XVIII^e siècle avait mené à une forte division du travail, si bien que la plupart des jeunes gens qui se lançaient dans cette industrie n'avaient réalisé qu'un apprentissage de courte durée, limité à une partie seulement du processus de production.

Afin de réagir contre cette tendance, qui faisait craindre la disparition d'un savoir-faire technique collectif, certains fabricants d'horlogerie promeuvent la mise sur pied d'écoles destinées à la formation d'horlogers maîtrisant l'ensemble du processus de fabrication de la montre. Ces apprentissages, généralement organisés sur une durée de trois ans, allient enseignement théorique (physique, astronomie, dessin, mathématiques, etc.) et travail pratique en atelier. Ils permettent la

Pierre-Yves
Donzé

HISTOIRE HISTOIRE

Classe de l'Ecole d'horlogerie de Saint-Imier, 1910-1920.



formation d'une nouvelle élite horlogère destinée à prendre en main la direction des comptoirs et des ateliers de l'Arc jurassien. C'est ainsi que des écoles voient successivement le jour à Genève (1826), La Chaux-de-Fonds (1865), Saint-Imier (1866), au Locle (1868), à Neuchâtel (1871), Bienne (1873) et Fleurier (1875).

Ces institutions peinent cependant à donner satisfaction aux entreprises horlogères. Car celles-ci ont besoin, et rapidement, de visiteurs, chefs de fabrication, directeurs techniques, fabricants d'horlogerie. Ainsi, on dénonce la trop grande place faite à l'enseignement théorique et une durée d'apprentissage jugée excessive, raisons pour lesquelles de nombreux apprentis cessent leur formation avant son terme. Selon un rapport établi par le directeur de l'Ecole d'horlogerie de La Chaux-de-Fonds, parmi les 140 élèves ayant fréquenté son établissement entre 1865 et 1874, seuls 14 apprentis (10%) y ont étudié durant trois ans, tandis que 50 ont suivi les cours pendant moins d'un an (35%), 51 pendant moins de deux ans (37%) et 25 pendant moins de trois ans (18%).

Retour de Philadelphie. Lorsqu'il revient de l'Exposition universelle de Philadelphie, en 1876, l'ingénieur Jacques David, directeur technique de Longines à Saint-Imier, est bien décidé à moderniser l'horlogerie suisse. Aux Etats-Unis, il a visité les principales fabriques horlogères (Waltham Watch

et Elgin Watch). Organisées comme des entreprises industrielles, elles produisent des montres extrêmement bon marché, grâce à l'usage de machines et à la standardisation des produits, qui remettent en question la domination exercée jusqu'à par l'horlogerie suisse sur le marché américain, son principal débouché.

Jacques David veut adopter en Suisse le modèle américain et développer une politique active en faveur de ce projet. Il rédige un fameux rapport sur les entreprises horlogères américaines qui fait des vagues dans le milieu suisse, attaché à un mode de production plus artisanal. Il s'engage aussi au sein de la Société intercantonale des industries du Jura, dont il préside dès 1877 la sous-commission technique chargée de rationaliser certaines normes horlogères (adoption du système métrique, unification des grandeurs de vis, etc.). Enfin, il intervient dans le domaine de la formation professionnelle et fait des écoles d'horlogerie un élément central de son projet modernisateur. Nommé membre de la commission de l'Ecole d'horlogerie de Saint-Imier peu après sa fondation, il s'y impose comme l'une des personnalités de l'établissement jusqu'à son décès en 1912.

Sous son impulsion, une importante réunion des directeurs des écoles d'horlogerie de Suisse a lieu à Neuchâtel en 1877, afin de débattre de l'éventualité « *d'apporter une modification dans l'enseignement théorique et pratique donné actuellement*

REHISTOIREHISTOI

dans nos écoles [...], ensuite de la concurrence [des] grands établissements américains travaillant par des procédés mécaniques». En clair, il s'agit de réorganiser et d'unifier la formation des horlogers en Suisse, en développant les connaissances dans le domaine mécanique et en introduisant des machines dans les ateliers. Aucune décision n'est prise durant cette réunion, qui révèle surtout des positions tranchées quant à l'adoption du modèle américain.

Les écoles de Genève, de La Chaux-de-Fonds et du Locle se montrent les plus réticentes. Pour elles, seule la promotion d'une horlogerie qualitative et produite de manière artisanale est à même de combattre la concurrence étrangère. Pour ce faire, il est nécessaire de disposer d'écoles promouvant l'excellence technique d'un savoir-faire traditionnel. Les administrateurs des écoles d'horlogerie s'avèrent peu favorables au projet de Jacques David. C'est donc seul, dans le cadre de «son» établissement, qu'il met en œuvre son projet modernisateur.

Un établissement pionnier. La création et le développement de l'École d'horlogerie de Saint-Imier sont intimement liés à la principale fabrique d'horlogerie de la localité, Longines. Issue d'un comptoir horloger fondé en 1832 et repris vingt ans plus tard par Ernest Francillon, cette fabrique entreprend à la fin des années 1860 un processus de rationalisation qui va en faire l'un des géants de l'industrie horlogère suisse. En 1867, Francillon bâtit une fabrique et fait appel à l'ingénieur Jacques David pour le seconder dans l'organisation de cette nouvelle manufacture. Au cours des années 1870-1900, ses dirigeants concentrent leur main-d'œuvre au sein de l'entreprise et y introduisent des machines. Le nombre d'employés passe de 170 personnes en 1870 à 850 en 1905, date à laquelle Longines est la seconde entreprise horlogère du pays, derrière Langendorf SA, avec 1098 ouvriers en usine. Quant à la production, elle connaît aussi une très forte croissance : la production annuelle passe ainsi de 20 000 pièces en 1885 à 93 000 en 1901. Cette forte croissance nécessite l'engagement de visiteurs, chefs d'ateliers et cadres techniques disposant des connaissances permettant l'essor d'une entreprise industrielle d'horlogerie, raison pour laquelle Ernest Francillon et Jacques

RET
IC
EN
CE !

HISTOIRE HISTOIRE

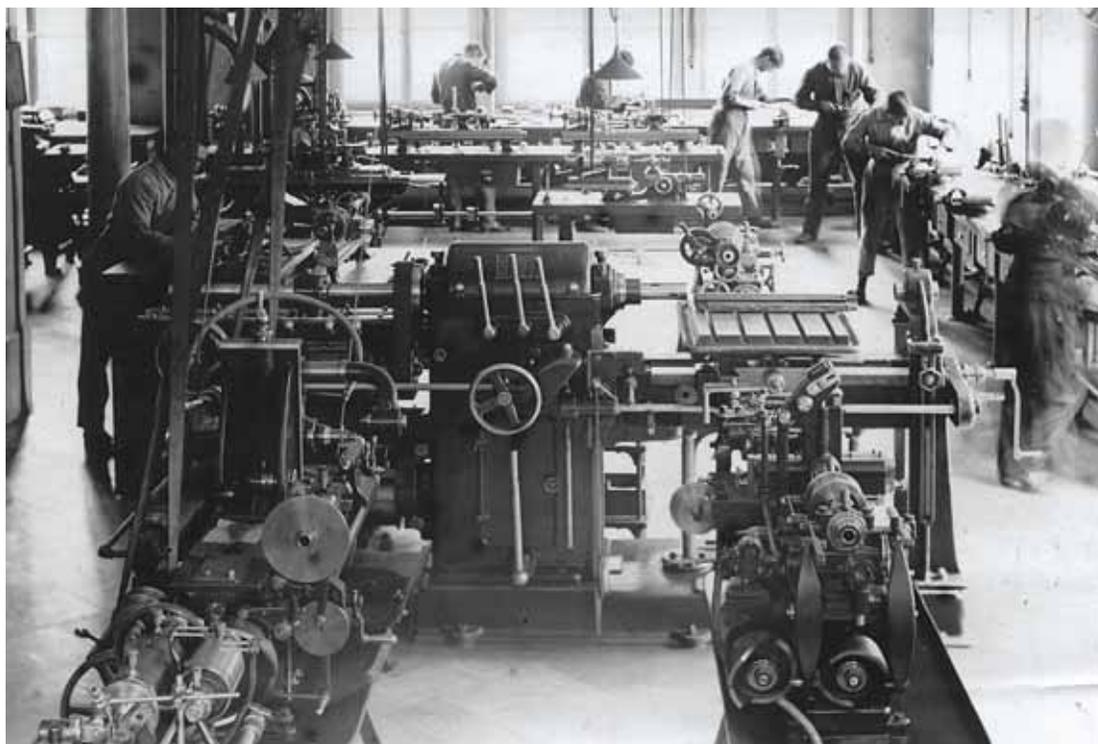
David soutiennent dès sa fondation l'Ecole d'horlogerie de la localité.

L'établissement est ouvert en 1866 et fonctionne dans ses premières années selon un modèle classique : l'apprentissage complet de trois ans comprend une formation à la fois pratique et théorique. L'école connaît alors un certain succès, le nombre d'élèves passant de 12 en 1867 à 27 en 1870. Pour faire face aux critiques qui jugent la durée de formation trop longue, la commission autorise dès 1869 que certains enfants ne suivent que les cours pratiques et le caractère pragmatique de l'apprentissage est accentué. Le directeur Heinis, ancien maître à l'Ecole d'horlogerie de Besançon, met en place en 1874 une nouvelle organisation du travail dans les ateliers proche du travail à la chaîne : chaque apprenti occupe une place déterminée dans le processus de fabrication selon son degré d'avancement et ne réalise qu'une opération spécifique dans la fabrication de la montre. Cette réforme

rend l'école populaire : on dénombre une trentaine d'apprentis dans les années 1875-1877.

Le triomphe de la mécanique. La modernisation de la formation des horlogers intervient véritablement après le retour de Jacques David. Elle s'opère à divers niveaux : il s'agit d'abord de renouveler l'outillage utilisé par les apprentis. L'école acquiert ainsi deux tours en 1879 et reçoit, la même année, un premier don de Francillon « *pour être employé spécialement au perfectionnement de l'outillage* ». Cette politique de modernisation de l'équipement est très présente durant toutes les années 1880. On assiste aussi à une ouverture plus large de l'école, dans le sens d'une démocratisation du recrutement, grâce à la baisse de l'écolage. Enfin, l'école diffuse auprès de ses élèves des connaissances relatives à l'horlogerie américaine. En 1887, la commission demande à la Société intercantonale des industries du Jura « *de bien vouloir distribuer*

Atelier de mécanique de troisième et quatrième année, Ecole d'horlogerie de Saint-Imier, 1910-1920.

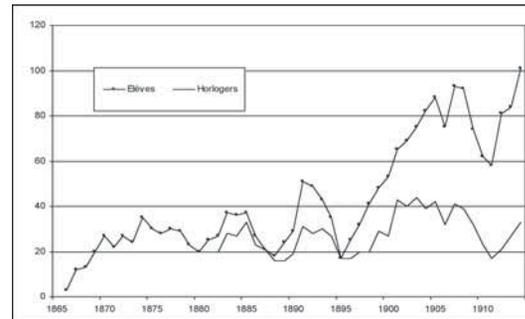


sa collection de mouvements américains aux Ecoles d'horlogerie; placés dans les collections, ces mouvements rendraient encore des services». A l'interne, cette modernisation est prise en charge par un nouveau directeur, James Reymond, nommé en 1880. En provenance de la Fabrique d'horlogerie de Montilier, l'une des entreprises horlogères les plus modernes de Suisse, il reste à la tête de l'établissement de Saint-Imier jusqu'en 1916 et joue un rôle déterminant dans sa modernisation. Cette réorganisation des programmes d'enseignement n'a toutefois pas d'effets chiffrés en termes de recrutement des apprentis.

La principale caractéristique de cette école d'horlogerie à la fin du XIX^e siècle reste l'ouverture de nouvelles filières de formation qui répondent à la demande des entreprises de la localité, Longines en premier lieu. Une classe pratique d'échappements, dont la durée est prévue sur 18 mois, est introduite en 1882. Elle fait suite au « *changement qui s'est produit ces dernières années dans le système de fabrication de l'horlogerie par la création de fabriques de montres occupant de nombreux ouvriers à des parties brisées (courtes parties de la fabrication)* ». Elle rencontre un vif succès, occupant en moyenne une douzaine d'apprentis par année jusqu'en 1916.

Mais surtout, c'est l'ouverture d'une classe de mécanique, en 1896, qui caractérise la modernisation de l'établissement. Destinée « *à devenir une pépinière de bons ouvriers et de contremaîtres mécaniciens dont le besoin se fait sentir actuellement* », elle est également axée sur la formation pratique des élèves. Elle fournira même, dans les années 1910, des machines à tailler aux entreprises de la région, telles que Cortébert Watch Co ou Berna Watch Co. La filière des mécaniciens est sans conteste celle qui connaît le plus de succès durant la première partie du XX^e siècle. Le nombre d'apprentis dans cette branche est d'ailleurs en constante croissance jusqu'au début des années 1920: 17 apprentis mécaniciens en 1900, 25 en 1910 et 35 en 1920. Sur l'ensemble de la période 1896-1920, les mécaniciens représentent 32% des apprentis.

Enfin, une quatrième filière est créée en 1912 avec l'ouverture d'une classe de régleuses. La commission de l'Ecole explique que « *l'introduction de ce cours dans notre école est une conséquence de*



Nombre d'élèves de l'Ecole d'horlogerie de Saint-Imier, 1866-1914.

HISTOIRE HISTOIRE

Atelier des régleuses,
Ecole d'horlogerie de
Saint-Imier, 1910-1920.



la diminution du travail à domicile, du développement de la fabrication mécanique de la montre et du manque d'ouvriers dans cette partie importante de l'horlogerie». Cette filière prévoit deux possibilités d'apprentissage, à 12 et à 18 mois. Elle comprend une dizaine de jeunes filles (12% des élèves de l'école entre 1912 et 1918).

On a donc affaire à une école extrêmement dynamique dans les années 1880-1920, qui s'adapte aux différents besoins en main-d'œuvre des entreprises de la région, et qui développe ainsi sa capacité de formation. Le nombre des élèves est en très forte hausse: il passe de 20 en 1880 à 53 en 1900 et 104 en 1920. Toutefois, ce ne sont plus uniquement des horlogers complets maîtrisant l'art de la montre dans toute sa complexité qui sortent de l'établissement, mais une main-d'œuvre diverse aux savoir-faire élargis. Au décès de Jacques David en 1912, l'établissement de Saint-Imier est une école d'horlogerie d'avant-garde, qui s'est développée en répondant aux besoins en main-d'œuvre d'une région horlogère et s'est imposée comme un lieu de transmission de nouveaux savoir-faire et de modernisation d'une culture technique régionale.

Diffusion du modèle. Le modèle de cette école rencontre un certain succès auprès des autres établissements qui s'étaient montrés réticents à une transformation en profondeur de leur rôle en 1876-1877. Caractérisé par la prédominance d'un

enseignement pratique et proche des besoins de l'industrie, le modèle de Saint-Imier s'impose rapidement à l'ensemble des écoles d'horlogerie de Suisse.

L'intégration de l'enseignement de la mécanique dans le cursus des apprentis est un excellent révélateur de la modernisation de ces divers établissements. Ainsi, à La Chaux-de-Fonds, un certain nombre de patrons modernisateurs, emmenés par le fabricant Arnold Grosjean, interviennent déjà en 1878 auprès des autorités municipales, arguant qu'*«il faut en nos temps non seulement de bons horlogers mais il faut des mécaniciens horlogers»*. Faisant référence à l'Ecole de Saint-Imier, ils demandent que l'établissement de leur localité modernise l'enseignement prodigué, sur fond de crainte de la concurrence américaine. Ils doivent toutefois encore patienter quelques années, mais finissent par l'emporter, avec l'ouverture d'une classe de mécaniciens (1886), suivie de la mise sur pied d'un enseignement sur la fabrication mécanique des ébauches (1889).

L'évolution est similaire à Bienne, où, malgré le caractère traditionnel de l'école, la commission n'est pas insensible aux besoins nouveaux des industriels horlogers. Elle crée en 1880 des cours pratiques de réglage d'une durée de deux à trois semaines, afin de former rapidement cette main-d'œuvre féminine dont les fabriques de la ville ont besoin. Mais surtout, elle décide de moderniser la

REHISTOIREHISTOI

formation des horlogers en introduisant un enseignement de mécanique. Quant à l'Ecole d'horlogerie de Genève, elle inclut déjà un enseignement de fabrication mécanique des montres en 1879. Enfin, les nouvelles écoles d'horlogerie ouvertes à Porrentruy et à Soleure en 1884 voient toutes deux le patronat industriel local prendre en main la destinée de ces établissements pour ses besoins propres.

Somme toute, c'est l'ensemble des écoles horlogères du pays qui adopte au cours des années 1880 le modèle développé à Saint-Imier. Elles sont encouragées par l'inspecteur fédéral des écoles d'horlogerie, le fabricant d'horlogerie local et conseiller national Charles-Emile Tissot, qui s'oppose « à ce que l'on fasse beaucoup ou à ce qu'on aille trop loin en théorie, cela charge par trop l'esprit des jeunes gens ». Bien plus que par la défense d'un idéal d'excellence technique, c'est par sa capacité à remettre en question et à moderniser son appareil de production que l'horlogerie suisse parvient à reconquérir sa place de leader sur le marché mondial.

PO

LITI

QUE



NOUVEAUTÉS 107



Audemars Piguet Ce modèle de la collection Millenary Ciel Etoilé est en or blanc serti de diamants. Hommage à la voûte céleste avec ses poussières d'étoiles et ses astres brillants. Cadran décentré et zone demi-lune en nacre, réserve de marche à 12 h, quantième à aiguille à 6 h et phases de la lune à 10 h. Mouvement automatique visible par le fond saphir. Bracelet satin avec boucle déployante. 65710 CHF HT



Blancpain La qualité du son d'une sonnerie est-elle compatible avec un boîtier vraiment étanche? Une réponse concrète est apportée par le modèle Lemano Aqua Lung, qui sonne à la demande les heures, les quarts et les minutes en supportant une pression de 10 atmosphères. L'innovation réside dans le système d'armage de la répétition. Mouvement automatique extraplat. Boîtier de 40 mm en or rouge. 165 000 CHF

Breitling Voici la nouvelle déclinaison de la Bentley Flying B, une version chronographe. Mouvement automatique. Compteurs à 3 h, 6 h et 9 h. Calendrier à 12 h à grands guichets. Boîtier acier rectangulaire, couronne vissée. Cadran dans l'esprit Bentley. Index romains en nacre, décor central moleté, compteurs en creux. Deux poussoirs à bascule intégrés. Étanche à 100 m. Certifié COSC. Bracelet cuir. 15 000 CHF

Bulgari La Diagono Professional Scuba Chrono est une nouvelle création spécialement conçue pour les plongeurs professionnels. Mouvement chronographe mécanique à remontage automatique. Boîtier or jaune. Cadran noir, marqueurs luminescents, date à 4 h 30, fonction flyback, lunette tournante. Étanche à 300 m. Certifié COSC. Bracelet en caoutchouc naturel avec maillons en or jaune. 20 000 CHF



NOUVEAUTES NOU



Daniel Roth Le nouveau Quantième perpétuel Equation du temps offre dans un secteur à 2h le nombre de jours que compte le mois en cours. L'écart entre le temps solaire vrai et moyen lui fait face avec la phase de la lune au milieu. Jour de la semaine, mois, quantième et années bissextiles se partagent la moitié inférieure du cadran très ouvragé en or, guilloché en spirale. Mouvement automatique décoré. Boîtier en or gris. 104 250 CHF



Ebel Dernière née de la ligne du même nom, la 1911 Discovery est avant tout sportive. Mouvement chronographe automatique. Boîtier hexagonal en acier 43 mm. Couronne vissée, poussoirs à protection crantée. Cadran noir, trois compteurs appliqués à la main, guichet jour et date à 3h. Tachymètre sur la lunette en aluminium. Certifié COSC. Étanche à 100 m. Bracelet acier et boucle déployante. 4300 CHF

Graham Chronographe lié au monde du sport automobile. Cette Grand Silverstone Woodcote tire son nom du fameux circuit anglais. Acier poli. Cadran en fibre de carbone. Deux compteurs, 30 minutes à 3 h et 60 secondes à 9 h. Date au guichet à 6 h. Heure GMT au centre. Echelle tachymétrique. Mouvement chronographe bicompaix automatique, fonction rattrapante. Bracelet caoutchouc profil pneu. Série limitée de 250 pièces. 8850 CHF

Harry Winston La nouvelle Excenter Perpetual Calendar est une version restylisée du modèle lancé il y a 18 ans. Mouvement automatique. Boîtier or blanc 41 mm, orné de trois arches. Cadran anthracite, guilloché, indication rétrograde des mois et des jours, second fuseau horaire. Calendrier perpétuel bi-rétrograde. Ouvertures circulaires pour phases de la lune et années bissextiles. Bracelet alligator noir. 48 000 € TTC



NOUVEAUX



Gérald Genta Le nouveau modèle Gefica Safari évoque la topographie d'un volcan et les couleurs de l'Afrique. Boîtier en bronze. Mouvement automatique. Cadran multicouches, évasé, creusé. Heure au guichet à 12 h. Dans la partie supérieure du cadran, segment rétrograde des secondes (aiguille rouge) et des minutes. Aiguille rétrograde de la date à 6 h. Couronne perlée titane et bronze sablé. Bracelet alligator. 16 100 CHF



Girard-Perregaux Chronographe destiné aux hommes d'affaires internationaux, ce modèle ww.tc financial (World Wide Time Control) comporte deux disques mobiles qui donnent l'heure de 24 villes du monde. Must: périodes d'ouverture de quatre places boursières, New York, Londres, Hong Kong, Tokyo. Mouvement automatique. Cadran argenté. Boîtier acier, fond saphir. Bracelet alligator. Série limitée de 500 pièces. 14 200 CHF

Hermès Ce garde-temps, Cape Cod Phases de lune, affiche les phases de la lune avec précision pendant plus de 122 ans. Mouvement automatique Vaucher Manufacture. Boîtier or rose, 37 x 36,5 mm. Cadran opalin, index appliques or. Quantième rétrograde. Guichet à 6 h pour les phases de la lune. Étanche à 50 m. Bracelet alligator gold havane, boucle déployante or. Edition 170 exemplaires numérotés. 38 850 CHF

IWC Parallèlement à l'hommage rendu à son horloger Kurt Klaus qui inventa le calendrier perpétuel de la Da Vinci, IWC relance sa collection fétiche avec un boîtier de forme tonneau. Son premier chronographe automatique manufacturé propose dans un compteur à 12 h une indication analogique à deux aiguilles des temps longs. Remontage à quatre cliquets, réserve de marche de 68 heures, fond saphir. Version or rose. 26 500 CHF



NOUVEAUTES NOU



Jaeger-LeCoultre La nouvelle Master Compressor Extreme W-Alarm 46 associe les heures universelles, réglables par la couronne à 10h, et la fonction réveil dont l'affichage original par deux disques à 9h se règle par la couronne à 2h, laquelle permet en sens inverse le réglage rapide de la date. Mouvement automatique. Boîtier titane. Etanche à 100 m. Bracelet cuir et bracelet caoutchouc. Série limitée à 946 pièces. 15950 CHF



Jean Richard Avec son nouveau modèle GMT 2 Time Zones, JeanRichard lance une ligne sportive équipée d'un mouvement automatique manufacturé. Le 2^e fuseau apparaît dans un guichet à 12 h avec indication AM / PM. Guichet à 6 h pour 24 villes de référence, disque réglable par une couronne à 9h. Deux poussoirs permettent le réglage rapide de l'heure locale dans les deux sens. Date à 3h. Boîtier acier de 43 mm. 8500 CHF

Montblanc La montre féminine Ministar Automatic Diamonds scintille intégralement. Mouvement mécanique à remontage automatique. Boîtier or blanc, 32 mm. Lunette sertie de diamants et saphirs noirs. Cornes serties. Cadran nacre noire. Chiffes entrelacés les uns aux autres, sertis de diamants Top Wesselton. Couronne de remontoir en or, orné du diamant Montblanc. Bracelet satin noir, boucle déployante. 28000 CHF

Omega La collection De Ville Hour Vision met en valeur le nouveau calibre exclusif d'Omega grâce à une carrure en saphir permettant d'observer latéralement le mouvement automatique de tous les côtés. Echappement co-axial, rotor bidirectionnel, deux barillets, réserve de marche de 60 heures. Réglage de l'aiguille des heures indépendant. Boîtier acier de 41 mm, fond saphir, étanche à 100 m. Certifié COSC. 6900 CHF



NOUVEAUX



Longines Avec son cadran central mobile, cette Weems Second-Setting Watch rend hommage au système de navigation qui porte le nom de son créateur, Philip van Horn Weems, pour les 80 ans de l'invention. Modèle acier 47,5mm, mouvement à remontage automatique, cadran central mobile pour synchronisation de la seconde et signal horaire radiodiffusé, fond saphir, minuterie chemin de fer peinte. Bracelet alligator. 4000 CHF



Maurice Lacroix Le chronographe manufacturé à roue à colonne de la maison a trouvé un nouvel écrin avec ce modèle Masterpiece de 45mm. Mouvement à remontage manuel. Cadran argent, tachymètre, petite seconde à 9 h, compteur 60 minutes à 3h. Boîtier en acier réalisé à l'interne, fond saphir, aiguilles luminescentes. Couronne vissée d'un quart de tour, étanche à 100 m. Bracelet croco. 15000 CHF

Piaget La Piaget Polo Chronographe est le premier mouvement chronographe mécanique à remontage automatique manufacturé Piaget. Boîtier de 43 mm et lunette or rose. Fond saphir. Cadran argenté, index applique en or. Fonction flyback. Trois compteurs, 30 minutes à 3h, petite seconde à 6h, second fuseau sur 24 heures à 9h. Date à 12h. Etanchéité 50 m. Bracelet alligator, boucle déployante or rose. 24750 CHF

Pierre DeRoche La nouvelle SplitRock MDA se veut sportive et s'est enrichie d'un quatrième sectoriel. Mouvement automatique Dubois Dépraz. Boîtier acier poli, satiné. Fond verre saphir. Couronne et poussoirs double étanche. Cadran guilloché noir, compteur chrono à 3 aiguilles concentriques à 6h. Date à 12 h. Index acier poli. Aiguilles luminescentes. Bracelet caoutchouc, boucle déployante. 11 500 CHF



NOUVEAUTES NOU



Raymond Weil Le nouveau Chronographe Don Giovanni Cosi Grande est doté d'un mouvement mécanique à remontage automatique. Trois compteurs: 60 secondes à 3 h, 12 heures à 6 h et 30 minutes à 9 h. Guichet date à 12 h. Boîtier acier, fond vissé avec verre saphir. Cadran bicolore, aiguilles de forme losange, index luminescents. Bracelet maillons grains de riz. 3890 CHF



Richard Mille Avec un nouveau boîtier extra plat, la petite dernière de Richard Mille a perdu la forme tonneau emblématique de la marque sans renier son ascendance. Le modèle RMO 16 est animé d'un mouvement automatique intégré et toujours visible. Il est doté du rotor à géométrie variable développé avec Vaucher, qui adapte le remontage à l'activité de l'utilisateur. Date à 7 h. Boîtier en or rose. 39 000 €

Vacheron Constantin La Patrimony contemporaine day-date birétrograde propose l'indication rétrograde du quantième et du jour de la semaine. Dotée d'un nouveau mouvement automatique conçu et réalisé à l'interne, elle s'inscrit dans le sillage du 250^e anniversaire de la maison. Boîtier en or rose, glace saphir bombée, cadran opalin argenté, minuterie perlée. Bracelet alligator à boucle déployante en or rose. 36 580 CHF

Victorinox Pour célébrer le succès de ses modèles mécaniques dans le monde et l'ouverture de ses nouveaux ateliers, la marque fait un clin d'œil au haut de gamme avec un modèle Legacy en platine associé au caoutchouc naturel pour la lunette, les cornes et la couronne. Mouvement automatique Valgranges décoré visible par le fond saphir. Etanche à 100 m. Bracelet cuir swiss-made. 26 500 CHF



NOUVEAUTES NOUVEA



TAG Heuer La nouvelle Monaco Vintage rend hommage à Steve McQueen et à la voiture de course Porsche-Gulf 917K qui apparaissait dans *Le Mans*. Chronographe mécanique à remontage automatique. Boîtier acier 40.4mm, Cadran noir, bandes oranges et bleues, compteurs de secondes à 3 h et de minutes à 9 h. Date à 6 h. Edition 4000 pièces. Bracelet alligator noir avec couture orange. 4600 CHF



Ulysse Nardin Cinq ans après le lancement de la fameuse Freak, après le silicium et le diamant pour son échappement original, voici la Freak DIAMonSIL, qui allie les deux composants avec un cœur en silicium, pour la légèreté, recouvert de diamant nanocristallin pour l'éternité. Remontage manuel, réserve de marche de sept jours, boîtier de 44,5 mm en platine. Glace et fond saphir. Série limitée à 28 exemplaires. 118 000 CHF

Vogard Montre de voyage par excellence fondée sur son brevet unique offrant le réglage des heures du monde par la lunette, le modèle Super Traveller propose pas moins de 36 villes, avec l'heure d'été en prime. Cadran très lisible avec l'indication sur 24 heures par une seconde aiguille. Date à 4h30. Mouvement automatique. Boîtier acier avec levier de blocage de la lunette sur le côté. Étanche à 100 m. 7750 CHF

Zenith Avec la gamme Gold & Titanium, la Defy Extreme Open joue la carte de l'or rose associé au titane, au kevlar, à la fibre de carbone ou au caoutchouc. Mouvement chronographe automatique El Primero, bien sûr, aux 36 000 alternances. Boîtier en titane de 46,5mm. Aiguilles en or rose. Lunette tournante graduée en titane noir avec index or rose et titane. Valve hélium, étanchéité 1000 m. Bracelet titane et or rose. 43 200 CHF



NOUVEAUTÉS 107



Audemars Piguet Ce modèle de la collection Millenary Ciel Etoilé est en or blanc serti de diamants. Hommage à la voûte céleste avec ses poussières d'étoiles et ses astres brillants. Cadran décentré et zone demi-lune en nacre, réserve de marche à 12 h, quantième à aiguille à 6 h et phases de la lune à 10 h. Mouvement automatique visible par le fond saphir. Bracelet satin avec boucle déployante. 65 710 CHF HT



Blancpain La qualité du son d'une sonnerie est-elle compatible avec un boîtier vraiment étanche? Une réponse concrète est apportée par le modèle Lemano Aqua Lung, qui sonne à la demande les heures, les quarts et les minutes en supportant une pression de 10 atmosphères. L'innovation réside dans le système d'armage de la répétition. Mouvement automatique extraplat. Boîtier de 40 mm en or rouge. 165 000 CHF

Breitling Voici la nouvelle déclinaison de la Bentley Flying B, une version chronographe. Mouvement automatique. Compteurs à 3 h, 6 h et 9 h. Calendrier à 12 h à grands guichets. Boîtier acier rectangulaire, couronne vissée. Cadran dans l'esprit Bentley. Index romains en nacre, décor central moleté, compteurs en creux. Deux poussoirs à bascule intégrés. Étanche à 100 m. Certifié COSC. Bracelet cuir. 15 000 CHF

Bulgari La Diagono Professional Scuba Chrono est une nouvelle création spécialement conçue pour les plongeurs professionnels. Mouvement chronographe mécanique à remontage automatique. Boîtier or jaune. Cadran noir, marqueurs luminescents, date à 4 h 30, fonction flyback, lunette tournante. Étanche à 300 m. Certifié COSC. Bracelet en caoutchouc naturel avec maillons en or jaune. 20 000 CHF



NOUVEAUTES NOU



Daniel Roth Le nouveau Quantième perpétuel Equation du temps offre dans un secteur à 2h le nombre de jours que compte le mois en cours. L'écart entre le temps solaire vrai et moyen lui fait face avec la phase de la lune au milieu. Jour de la semaine, mois, quantième et années bissextiles se partagent la moitié inférieure du cadran très ouvragé en or, guilloché en spirale. Mouvement automatique décoré. Boîtier en or gris. 104 250 CHF



Ebel Dernière née de la ligne du même nom, la 1911 Discovery est avant tout sportive. Mouvement chronographe automatique. Boîtier hexagonal en acier 43 mm. Couronne vissée, poussoirs à protection crantée. Cadran noir, trois compteurs appliqués à la main, guichet jour et date à 3h. Tachymètre sur la lunette en aluminium. Certifié COSC. Etanche à 100 m. Bracelet acier et boucle déployante. 4300 CHF

Graham Chronographe lié au monde du sport automobile. Cette Grand Silverstone Woodcote tire son nom du fameux circuit anglais. Acier poli. Cadran en fibre de carbone. Deux compteurs, 30 minutes à 3 h et 60 secondes à 9 h. Date au guichet à 6 h. Heure GMT au centre. Echelle tachymétrique. Mouvement chronographe bicompa automatique, fonction rattrapante. Bracelet caoutchouc profil pneu. Série limitée de 250 pièces. 8850 CHF

Harry Winston La nouvelle Excenter Perpetual Calendar est une version restylisée du modèle lancé il y a 18 ans. Mouvement automatique. Boîtier or blanc 41 mm, orné de trois arches. Cadran anthracite, guilloché, indication rétrograde des mois et des jours, second fuseau horaire. Calendrier perpétuel bi-rétrograde. Ouvertures circulaires pour phases de la lune et années bissextiles. Bracelet alligator noir. 48 000 € TTC



NOUVEAUX



Gérald Genta Le nouveau modèle Gefica Safari évoque la topographie d'un volcan et les couleurs de l'Afrique. Boîtier en bronze. Mouvement automatique. Cadran multicouches, évasé, creusé. Heure au guichet à 12 h. Dans la partie supérieure du cadran, segment rétrograde des secondes (aiguille rouge) et des minutes. Aiguille rétrograde de la date à 6 h. Couronne perlée titane et bronze sablé. Bracelet alligator. 16 100 CHF



Girard-Perregaux Chronographe destiné aux hommes d'affaires internationaux, ce modèle ww.tc financial (World Wide Time Control) comporte deux disques mobiles qui donnent l'heure de 24 villes du monde. Must: périodes d'ouverture de quatre places boursières, New York, Londres, Hong Kong, Tokyo. Mouvement automatique. Cadran argenté. Boîtier acier, fond saphir. Bracelet alligator. Série limitée de 500 pièces. 14 200 CHF

Hermès Ce garde-temps, Cape Cod Phases de lune, affiche les phases de la lune avec précision pendant plus de 122 ans. Mouvement automatique Vaucher Manufacture. Boîtier or rose, 37 x 36,5 mm. Cadran opalin, index appliques or. Quantième rétrograde. Guichet à 6 h pour les phases de la lune. Étanche à 50 m. Bracelet alligator gold havane, boucle déployante or. Edition 170 exemplaires numérotés. 38 850 CHF

IWC Parallèlement à l'hommage rendu à son horloger Kurt Klaus qui inventa le calendrier perpétuel de la Da Vinci, IWC relance sa collection fétiche avec un boîtier de forme tonneau. Son premier chronographe automatique manufacturé propose dans un compteur à 12 h une indication analogique à deux aiguilles des temps longs. Remontage à quatre cliquets, réserve de marche de 68 heures, fond saphir. Version or rose. 26 500 CHF



NOUVEAUTES NOU



Jaeger-LeCoultre La nouvelle Master Compressor Extreme W-Alarm 46 associe les heures universelles, réglables par la couronne à 10h, et la fonction réveil dont l'affichage original par deux disques à 9h se règle par la couronne à 2h, laquelle permet en sens inverse le réglage rapide de la date. Mouvement automatique. Boîtier titane. Etanche à 100 m. Bracelet cuir et bracelet caoutchouc. Série limitée à 946 pièces. 15950 CHF



Jean Richard Avec son nouveau modèle GMT 2 Time Zones, JeanRichard lance une ligne sportive équipée d'un mouvement automatique manufacturé. Le 2^e fuseau apparaît dans un guichet à 12 h avec indication AM / PM. Guichet à 6 h pour 24 villes de référence, disque réglable par une couronne à 9h. Deux poussoirs permettent le réglage rapide de l'heure locale dans les deux sens. Date à 3h. Boîtier acier de 43 mm. 8500 CHF

Montblanc La montre féminine Ministar Automatic Diamonds scintille intégralement. Mouvement mécanique à remontage automatique. Boîtier or blanc, 32 mm. Lunette sertie de diamants et saphirs noirs. Cornes serties. Cadran nacre noire. Chiffes entrelacés les uns aux autres, sertis de diamants Top Wesselton. Couronne de remontoir en or, orné du diamant Montblanc. Bracelet satin noir, boucle déployante. 28000 CHF

Omega La collection De Ville Hour Vision met en valeur le nouveau calibre exclusif d'Omega grâce à une carrure en saphir permettant d'observer latéralement le mouvement automatique de tous les côtés. Echappement co-axial, rotor bidirectionnel, deux barillets, réserve de marche de 60 heures. Réglage de l'aiguille des heures indépendant. Boîtier acier de 41 mm, fond saphir, étanche à 100 m. Certifié COSC. 6900 CHF



NOUVEAUX



Longines Avec son cadran central mobile, cette Weems Second-Setting Watch rend hommage au système de navigation qui porte le nom de son créateur, Philip van Horn Weems, pour les 80 ans de l'invention. Modèle acier 47,5mm, mouvement à remontage automatique, cadran central mobile pour synchronisation de la seconde et signal horaire radiodiffusé, fond saphir, minuterie chemin de fer peinte. Bracelet alligator. 4000 CHF



Maurice Lacroix Le chronographe manufacturé à roue à colonne de la maison a trouvé un nouvel écrin avec ce modèle Masterpiece de 45mm. Mouvement à remontage manuel. Cadran argent, tachymètre, petite seconde à 9 h, compteur 60 minutes à 3h. Boîtier en acier réalisé à l'interne, fond saphir, aiguilles luminescentes. Couronne vissée d'un quart de tour, étanche à 100 m. Bracelet croco. 15000 CHF

Piaget La Piaget Polo Chronographe est le premier mouvement chronographe mécanique à remontage automatique manufacturé Piaget. Boîtier de 43 mm et lunette or rose. Fond saphir. Cadran argenté, index applique en or. Fonction flyback. Trois compteurs, 30 minutes à 3h, petite seconde à 6h, second fuseau sur 24 heures à 9h. Date à 12h. Etanchéité 50 m. Bracelet alligator, boucle déployante or rose. 24750 CHF

Pierre DeRoche La nouvelle SplitRock MDA se veut sportive et s'est enrichie d'un quatrième sectoriel. Mouvement automatique Dubois Dépraz. Boîtier acier poli, satiné. Fond verre saphir. Couronne et poussoirs double étanche. Cadran guilloché noir, compteur chrono à 3 aiguilles concentriques à 6h. Date à 12 h. Index acier poli. Aiguilles luminescentes. Bracelet caoutchouc, boucle déployante. 11 500 CHF



NOUVEAUTES NOU



Raymond Weil Le nouveau Chronographe Don Giovanni Cosi Grande est doté d'un mouvement mécanique à remontage automatique. Trois compteurs: 60 secondes à 3 h, 12 heures à 6 h et 30 minutes à 9 h. Guichet date à 12 h. Boîtier acier, fond vissé avec verre saphir. Cadran bicolore, aiguilles de forme losange, index luminescents. Bracelet maillons grains de riz. 3890 CHF



Richard Mille Avec un nouveau boîtier extra plat, la petite dernière de Richard Mille a perdu la forme tonneau emblématique de la marque sans renier son ascendance. Le modèle RMO 16 est animé d'un mouvement automatique intégré et toujours visible. Il est doté du rotor à géométrie variable développé avec Vaucher, qui adapte le remontage à l'activité de l'utilisateur. Date à 7 h. Boîtier en or rose. 39 000 €

Vacheron Constantin La Patrimony contemporaine day-date birétrograde propose l'indication rétrograde du quantième et du jour de la semaine. Dotée d'un nouveau mouvement automatique conçu et réalisé à l'interne, elle s'inscrit dans le sillage du 250^e anniversaire de la maison. Boîtier en or rose, glace saphir bombée, cadran opalin argenté, minuterie perlée. Bracelet alligator à boucle déployante en or rose. 36 580 CHF

Victorinox Pour célébrer le succès de ses modèles mécaniques dans le monde et l'ouverture de ses nouveaux ateliers, la marque fait un clin d'œil au haut de gamme avec un modèle Legacy en platine associé au caoutchouc naturel pour la lunette, les cornes et la couronne. Mouvement automatique Valgranges décoré visible par le fond saphir. Etanche à 100 m. Bracelet cuir swiss-made. 26 500 CHF



NOUVEAUTES NOUVEA



TAG Heuer La nouvelle Monaco Vintage rend hommage à Steve McQueen et à la voiture de course Porsche-Gulf 917K qui apparaissait dans *Le Mans*. Chronographe mécanique à remontage automatique. Boîtier acier 40.4mm, Cadran noir, bandes oranges et bleues, compteurs de secondes à 3 h et de minutes à 9 h. Date à 6 h. Edition 4000 pièces. Bracelet alligator noir avec couture orange. 4600 CHF



Ulysse Nardin Cinq ans après le lancement de la fameuse Freak, après le silicium et le diamant pour son échappement original, voici la Freak DIAMonSIL, qui allie les deux composants avec un cœur en silicium, pour la légèreté, recouvert de diamant nanocristallin pour l'éternité. Remontage manuel, réserve de marche de sept jours, boîtier de 44,5 mm en platine. Glace et fond saphir. Série limitée à 28 exemplaires. 118 000 CHF

Vogard Montre de voyage par excellence fondée sur son brevet unique offrant le réglage des heures du monde par la lunette, le modèle Super Traveller propose pas moins de 36 villes, avec l'heure d'été en prime. Cadran très lisible avec l'indication sur 24 heures par une seconde aiguille. Date à 4h30. Mouvement automatique. Boîtier acier avec levier de blocage de la lunette sur le côté. Étanche à 100 m. 7750 CHF

Zenith Avec la gamme Gold & Titanium, la Defy Extreme Open joue la carte de l'or rose associé au titane, au kevlar, à la fibre de carbone ou au caoutchouc. Mouvement chronographe automatique El Primero, bien sûr, aux 36 000 alternances. Boîtier en titane de 46,5mm. Aiguilles en or rose. Lunette tournante graduée en titane noir avec index or rose et titane. Valve hélium, étanchéité 1000 m. Bracelet titane et or rose. 43 200 CHF

