

LA DICTATURE DE LA NOUVEAUTÉ...

Comment ça, il n'est pas frais mon poisson! Les poissonniers ne sont pas les seuls à subir le regard mauvais du client suspicieux reprochant au plus sérieux des marchands de lui refiler un produit déjà à l'étal depuis quelques lunes. Les détaillants horlogers vantant les mérites de leur dernière nouveauté entendent aussi cette pénible remarque: «*Mais, ma parole, c'est un modèle de l'année dernière!*»

La dictature de la nouveauté à tout prix exerce depuis toujours une énorme pression sur les marques horlogères, stimulante pour les créateurs, excitante pour les vendeurs, mais parfois dévastatrice pour la fiabilité des produits mis trop tôt sur le marché, avec l'effet boomerang garanti (si l'on ose dire) du retour courroucé à l'expéditeur.

L'addiction à la nouveauté fait partie d'un jeu accepté ou subi jusqu'ici par tous les protagonistes, pour le bonheur expansif de la branche. Mais les règles sont en train de changer avec un effet pervers à la clé et un paradoxe.

Sans parler du changement de couleur d'un cadran qu'on fait passer pour le renouvellement d'une collection, les vraies percées novatrices sont fatalement l'exception dans la production régulière des «manufactures». Lorsque enfin on en tient une, il faut le faire savoir très vite pour occuper le terrain. Ce n'est qu'un projet? Peu importe, on a des images de synthèse.

Et pour diffuser le dossier virtuel complet, une confiance à l'oreille d'un webmaster suffit. L'exclusivité confiée pour 24 heures à un animateur de site rebondit dans les forums et fait le tour du monde. Le modèle existe désormais à l'échelle planétaire. Il sera révélé sous forme de prototype lors d'une *preview* offerte à des agents exclusifs de marchés-tests, soumis dans la foulée au regard critique de spécialistes, présenté publiquement dans un salon au bout d'un an. Deux ou trois saisons plus tard, étonnez-vous qu'au terme de ce battage, quand il est enfin chez l'horloger-bijoutier, le sentiment de déjà-vu l'emporte chez le client...

Cette frénésie se conçoit pour les montres *fashion*, mais elle relève du paradoxe pour la haute horlogerie, qui prétend offrir des produits toujours plus performants, dans les matériaux les plus résistants et avec des mécanismes ne méritant une correction qu'en l'an 2100!

Promouvoir des modèles conçus pour défier le temps et craindre qu'en les présentant six mois plus tard ils ne soient déjà obsolètes... Nous pouvons les rassurer, nous parlerons toujours dans ce magazine de ceux qui tiennent vraiment la route, avec le recul nécessaire. Pour nous, le temps est le plus sélectif des juges, et nous entendons ne jamais confondre l'écume et les vagues de fond.

Jean-Philippe Arm



La nouvelle **donne** des salons



Christian Etienne

Les portes de la haute horlogerie sont désormais ouvertes tout au long de l'année.

Jean-Philippe Arm Voici venu le temps des salons... Franchement, la formule a pris un sacré coup de vieux. Elle ne signifie plus que les hirondelles sont de retour au 47^e degré de latitude nord... Le printemps et les salons horlogers ne sont plus indissociables. Ils sont même en passe d'être carrément dissociés. Le deuxième semestre de l'année dernière a été marqué coup sur coup dans ce domaine par la montée en puissance du rendez-vous donné à Singapour à l'enseigne de «Tempus», tandis que Paris accueillait en décembre la première édition d'un salon «Belles Montres» qui a comblé d'aise tous les participants. Et l'on annonce déjà pour septembre prochain le lancement d'un ambitieux «Pan-Asian Watch Salon», à Macao, qui a le double avantage d'être à deux pas de Hong Kong et d'être un port franc, sans taxes d'import, ni d'export... Attention, il ne faut pas tout confondre, ni se tromper d'échelle. Ces manifestations-là, comme celles qui

se déroulent traditionnellement en Italie ou en Allemagne et plus récemment dans tous les marchés qui comptent, n'ont pas du tout l'envergure des happenings annuels de Bâle et de Genève. Leur prolifération et leur développement ne bouleversent pas le paysage, mais le modifient toutefois sensiblement.

Changement en vue. Cette année, les nouvelles pousses horlogères sortiront à Bâle juste après Pâques, puis à Genève, selon l'ordre chronologique et d'importance communément admis. Mais l'édition suivante du SIHH genevois (le Salon international de la haute horlogerie) est d'ores et déjà programmée pour l'hiver, en janvier 2009, trois mois avant Baselworld... Et les satellites qui gravitent autour de Palexpo seront aussi présents en janvier, ayant déjà réservé des suites dans les hôtels genevois aux mêmes dates pour leurs propres exhibitions. On notera en passant cette forme



La représentation du mouvement des planètes occupe les esprits depuis la nuit des temps.

de tolérance obligée dans la cité de Calvin, alors que, sur les rives du Rhin, Baselworld chasse les marchands du temple en demandant aux hôteliers de choisir leur camp. Il faut dire que les rapports de force avec leur environnement socio-politique immédiat ne sont pas comparables ici et là.

Baselworld fait une fleur à la bijouterie cette année. Après avoir offert à ce secteur une First Avenue, elle lui accorde 8500 m² supplémentaires dans la halle 3 et accroît la surface dévolue à chaque stand dans la halle 2. Sachant qu'elle fait le plein d'un côté en accueillant 95% de l'industrie horlogère suisse, la direction entend donner une importance croissante à son deuxième pilier, en stimulant la présence de la bijouterie mondiale à Bâle. On n'oubliera pas la sensibilité et les contacts de Sylvie Ritter, qui était responsable de ce secteur avant de devenir la patronne de l'ensemble.

Une piqûre de rappel en quelques chiffres pour mesurer la dimension de la manifestation bâloise : 160 000 m² de surface brute d'exposition (111 000 de surface nette), plus de 100 000 visiteurs l'an dernier, 2100 exposants, 2750 journalistes accrédités. Tous ces chiffres sont attendus à la hausse pour l'édition 2008.

Le SIHH en restera cette année à ses 16 exposants, qui se partagent les 24 000 m² feutrés mis à leur disposition et à celle de leurs invités. L'organisateur explique ce statu quo en invoquant des exigences techniques qui l'ont empêché de répondre positivement au souhait exprimé par certaines marques de le rejoindre. Pour 2009 en revanche, les dates immuables du Salon de l'auto et des contraintes liées à d'autres manifestations occupant Palexpo obligent officiellement le SIHH à jouer la carte hivernale et à lâcher la main de Baselworld. Et après, et après, et après ? Zorro était intervenu en 2001 pour éviter le split de l'agenda entre les deux rendez-vous helvétiques. La paix des braves avait été signée pour sept ans, accord arrivé à son terme l'an dernier. Zorro a disparu de la circulation pour une retraite sans doute méritée. Que sera 2010 ? Tout le monde se pose la question aux quatre coins de la planète horlogère. La réponse découlera naturellement de l'expérience de l'exercice 2009 et fera l'objet de bien des conversations durant cette première quinzaine d'avril déjà. Dans tous les cas, le contexte a changé et de nouvelles habitudes ont d'ores et déjà été prises.

Détour par Singapour. Ils avaient tous répondu à l'invitation de Hour Glass en octobre dernier à Singapour pour la grande exposition Tempus mise sur pied trois ans après la première édition de 2004. Tous ? Toutes les marques représentées par l'importante maison de détail, bien sûr, de nombreux créateurs indépendants auxquels une vitrine asiatique unique était ainsi offerte, bien des concurrents aussi, mais en visiteurs, car la manifestation était publique. L'Asie a un pouvoir d'attraction quasi magnétique sur les horlogers, même si le marché américain demeure leur premier débouché. Symétriquement, la clientèle pointue de cette véritable plaque tournante régionale était là, les fous, les fans et les férus de l'horlogerie mécanique. Et ils ne furent pas déçus, car même si cela n'a rien à voir avec l'avalanche de nouveaux produits

présentés en Suisse, quelques premières mondiales leur avaient été réservées. Réservées vraiment ? Disons qu'elles étaient prêtes à ce moment-là... Toute plaisanterie mise à part, c'était pour certaines pièces coûteuses l'occasion d'être présentées directement au client final. La vocation de l'organisateur étant de vendre des montres, Tempus est, d'une certaine manière, une vaste boutique multimarques dont le tiroir-caisse n'est pas là pour la décoration. S'ajoutent des débats, des démonstrations et des soirées thématiques dont la mission est de laisser un souvenir impérissable à la communauté des aficionados.

On retiendra évidemment de Tempus la première présentation d'un exceptionnel objet horloger, le Planétaire de Richard Mille. La deuxième occasion de voir ce planétarium du XXI^e siècle, développé à La Chaux-de-Fonds avant d'être assemblé dans le Jura suisse, a été offerte deux mois plus tard au Carrousel du Louvre à Paris. Aucune autre apparition publique n'était alors prévue avant sa vente aux enchères à partir de 5 millions d'euros... Aux dernières nouvelles, en février, on signalait sa présence au Japon.

Avant de décrire cette réalisation emblématique, un mot encore sur le salon Belles Montres, qui a franchement épaté durant trois jours quelque 7000 visiteurs, mais aussi les exposants eux-mêmes. Ils étaient tous logés à la même enseigne, des stands au mobilier de verre, ouverts, très classe, sobres, débarrassés de tout clinquant promotionnel dans une noire sobriété mettant en valeur l'essentiel dans de telles circonstances : le produit horloger. Les participants ? Une quarantaine de marques et des créateurs indépendants de forte réputation, ayant eux aussi passé par Singapour. En prime, une exposition consacrée aux chronographes, fort bien dotée et proposée par la Fondation de la haute horlogerie, qui même en ses terres genevoises n'avait pas encore bénéficié d'une telle visibilité. Tous étaient ravis de la qualité des échanges avec le public. La France n'est pas un marché horloger de premier plan et il y a encore fort à faire pour que le virus des belles mécaniques y déploie les mêmes effets qu'en Italie, historiquement, ou qu'en Asie, désormais. Mais Paris est une adresse privilégiée pour les produits de haut de gamme et un tel salon y avait naturellement sa place. Il y a fort à parier qu'il ne lâchera pas Paname de sitôt et que sa recette pourrait en inspirer d'autres.



Emblématique, le deuxième OVNI de MB&F, Max Busser et ses amis, emmenés cette fois par Jean-Marc Wiederecht, a été aperçu ailleurs avant de se poser en Suisse.



Conçu et réalisé en Suisse, lancé en Asie, vu à Paris, signalé au Japon, le planétaire de Richard Mille est désormais sur orbite.

Astronomie et horlogerie. L'histoire du Planétaire de Richard Mille tient évidemment de l'épopée, comme toutes les aventures créatrices hors normes qui jalonnent la confrontation des hommes aux mystères de l'univers et à la mécanique céleste. La représentation physique du ballet permanent des astres dans le ciel occupe les esprits depuis la nuit des temps et les plus grands horlogers ont trouvé là un espace stimulant pour rivaliser d'ingéniosité au fil des siècles. L'horloge astronomique de Giovanni Dondi, qui remonte au XIV^e siècle (dont l'original a disparu au XVI^e, mais dont une reconstruction par Luigi Pippa est visible au MIH de La Chaux-de-Fonds) témoigne de cette incroyable et ancienne inventivité. Plus près de nous, en 1988, une des pièces de la trilogie astronomique d'Ulysse Nardin, due à Ludwig Oechslin, mettait au poignet les positions relatives des cinq principales planètes par rapport au soleil... La messe était dite, pensait-on, la suite appartenait au quartz et

au laser... Cependant, pour les planétaires considérés comme des maquettes du système solaire, dont la plupart étaient actionnés manuellement ou étaient fondés sur des mouvements mécaniques marqués par leur temps, peut-être y avait-il encore quelque chose à faire... Certains y ont songé, rêvant de tirer parti du développement de la connaissance astronomique et de la technique horlogère. Mais de là à se lancer dans l'aventure...

Il aura fallu sept ans de gestation pour que le délire horloger de Greubel & Forsey et le grain de folie incubateur de Richard Mille conduisent à ce pur chef-d'œuvre de technicité. Il aura fallu encore trois ans pour que l'accoucheur de la Clinique Horlogère (c'est le nom de sa société), l'horloger-rhabilleur de Porrentruy Christian Etienne, assemble ses 1400 composants... Il était à peine habillé quand il fut présenté le 6 septembre 2007 à Singapour. Il laissa pantois les observateurs les plus blasés.

Qu'a-t-il donc de si exceptionnel ? Il offre toute une série de représentations et d'indications astronomiques d'une précision inédite et pour la première fois un planétarium est associé à un quantième perpétuel. Equipé d'un échappement à détente plus performant qu'un échappement à ancre, son mouvement est truffé de caractéristiques techniques assurant la performance chronométrique et la fiabilité. De dimensions relativement modestes (50 cm sur 40 cm, pour une hauteur de 30 cm), il a été conçu pour offrir la meilleure compréhension des phénomènes et des mécanismes en jeu. Les planètes, réalisées par le graveur genevois Olivier Vaucher, sont évidemment surdimensionnées par rapport au soleil, pour des raisons pratiques et esthétiques, voire didactiques. Ce qui ne change rien à la représentation de leurs mouvements relatifs parfaitement conformes et d'une précision absolue.

Bien sûr, dans la durée, la simulation proposée s'éloignera peu à peu de la réalité, selon les calculs effectués par un astrophysicien. Ainsi, l'angle de l'axe de la terre sera décalé d'un degré par rapport à la réalité tous les 7,7 ans et devrait donc être corrigé. Mais il faudra attendre 168 ans pour observer une variation d'un degré dans la rotation de la lune autour de la terre et 2 millions d'années, environ, dans le cas de la rotation de la terre autour du soleil... Une marge d'erreur qui ne devrait pas traumatiser le commun des mortels. ●

Investir dans l'outil



WA/Arm

Signée Jean Nouvel, l'ancienne usine Cartier de Villeret est l'objet d'un bras-de-fer surréaliste.

Jean-Philippe Arm L'actualité horlogère continue à être régulièrement marquée en Suisse par des annonces qui soulignent une transformation permanente de l'outil de production et signalent une recomposition de ce tissu industriel mâtiné d'artisanat. Dans un dossier publié en novembre dernier, nous avons fait l'inventaire des réalisations récentes et des projets immobiliers en cours dans l'Arc jurassien. Une quarantaine de cas passés en revue témoignait de l'effort considérable de cette industrie pour se doter des capacités de production capables de répondre à une forte demande.

Sans que nous en fassions notre dada, un suivi de ce dossier s'impose à nous, car les enjeux sont de taille, au même titre que ceux de la formation, et l'avenir du secteur passe par ces investissements à long terme qui sont beaucoup plus éclairants sur la santé, la crédibilité et les intentions réelles des acteurs que bien des coups d'éclat ou autres effets d'annonces sans lendemain. Mine de rien, pour ceux qui dépensent une fortune en mettant à leur poignet une usine à gaz hypercompliquée, le souci du long terme manifesté ou non par leurs chers horlogers n'est pas anecdotique.

Une multitude d'extensions. Nous sommes toujours épatés dans nos balades entre Le Brassus et Saignelégier, sans parler de Plan-les-Ouates, par ce dynamisme de la construction horlogère. Il y a bien sûr les usines clés en main qui sortent de terre comme les bolets des dessins animés. Celles-ci font souvent l'objet d'informations préalables, parfois d'une inauguration officielle. Difficile de les rater, quoique... Mais il y a surtout la multitude des rajouts, extensions et développements tous azimuts de structures existantes dont l'addition est colossale.

Et cela va parfois très vite. Etrange sentiment en décembre dernier, comme une perte de repères, en parcourant la manufacture **Daniel Roth** au Sentier, pourtant pas très grande et visitée pour la dernière fois un an plus tôt à peine. Cela ne collait pas avec notre souvenir. Alzheimer? Sourire des horlogers pour une explication: entre-temps, une aile complète avait été réalisée sur trois étages, en neuf mois, du dépôt des plans à l'installation des établis. Bon exemple de la réactivité bienveillante des autorités communales. C'est souvent le cas dans l'Arc jurassien, où les horlogers, pourvoyeurs



Cartier n'y est plus, Nivarox pas encore. Coquille vide ?

d'emplois et bon contribuables, sont considérés avec reconnaissance et voient leurs besoins spécifiques volontiers pris en considération.

Ce n'est pas toujours le cas cependant, notamment parce que les citoyens ont leur mot à dire en Suisse et qu'au nom de la défense de trois pieds de vigne ou de quatre sapins sur une crête, ils peuvent mettre le bâton écologique dans les roues industrielles. C'est fort bien pour éviter les abominations observées dans les systèmes sans foi ni loi, c'est rageant pour les entrepreneurs, et c'est parfois totalement surréaliste. A cet égard, le destin chaotique de l'usine **Cartier** à Villeret, mérite d'être conté. L'étrange œuvre architecturale réalisée en 1993 par Jean Nouvel avait beaucoup de mérites, mais souffrait d'un défaut majeur : ses grandes surfaces vitrées posaient de graves et coûteux problèmes thermiques, qui sont encore cuisants dans la mémoire de ses anciens occupants. L'usine à l'emblématique toit « en casquette » a été désertée en 2003 par les horlogers quand Cartier a préféré regrouper ses forces à La Chaux-de-Fonds, dans son nouveau site du Crêt-du-Loche. Stupeur dans la région, puis

soulagement. Demeuré vide durant plusieurs années, le bâtiment a en effet été racheté par **le groupe Swatch** qui entendait y installer une unité de production de **Nivarox-FAR**. Il fallait cependant corriger ses défauts et l'adapter aux exigences écologiques et énergétiques d'aujourd'hui. Logique et légitime ? Evidemment, mais tel n'était pas l'avis des défenseurs du patrimoine qui ont déposé une opposition et bloqué le projet, sous prétexte qu'il ne fallait pas toucher à la façade d'un bâtiment témoignant de la richesse architecturale de la région... On en est là. L'issue du bras-de-fer procédurier est prévisible car personne n'a vraiment intérêt à ce que la fabrique, quelles que soient ses vertus, demeure une coquille vide.

Péripéties. Entre-temps, le groupe Swatch, qui en a vu d'autres, a pu démarrer en décembre 2007 la production sur son nouveau site de Cormondrèche après 18 mois de travaux précédés de longues péripéties juridico-démocratiques. Toutes les activités de bijouterie et de joaillerie du groupe y sont désormais regroupées au sein de DYB (Dress Your Body) et occupent quelque 140 personnes.



Avec l'arrivée de Harry Winston, la zone industrielle et horlogère de Plan-les-Ouates affiche bientôt complet.

Au chapitre des investissements dans l'outil de production, on peut signaler le déménagement en janvier de **BNB Concept**. Dans sa villa de Crans-près-Céligny, plus de 50 calibres originaux avaient été développés et réalisés en quelques années pour différentes marques. Les nouveaux mouvements verront le jour désormais à Duillier, près de Nyon, dans une usine qui est aussi un concept maison... Egalement sur la côte vaudoise, **HD3** a inauguré ses nouveaux locaux à Luins, où l'on retrouve Jörg Hysek et ses complices designers Valérie Ursenbacher et Fabrice Gonet, manifestement inspirés par un environnement exceptionnel. C'est fait et l'opération a été rondement menée, à une allure qui correspond au rythme soutenu de son développement. Comme on le laissait entendre en novembre, **DeWitt** ne sera resté qu'un an à Veyrier. La marque a trouvé son bonheur dans la zone de Meyrin-Satigny où elle occupe depuis janvier 90 personnes dans un bâtiment lui offrant 4500 m² de surface opérationnelle, avec de substantielles réserves pour l'avenir. La fabrication des cadrans est en cours d'intégration. Parallèlement, la marque s'est dotée des moyens nécessaires à

sa croissance, en renforçant notamment ses structures de management.

En attendant **De Grisogono**, qui a acquis l'une des dernières parcelles libres dans la plus horlogère des zones industrielles et s'y installera en 2009, Plan-les-Ouates vient d'accueillir **Harry Winston**. Cent personnes travaillent désormais dans un bâtiment qui regroupe dans une aile la fabrication des boîtiers, l'assemblage et le sertissage, dans l'autre la conception et l'administration. En décembre dernier, **Chopard** a annoncé pour sa part de gros investissements avec l'achat d'un immeuble et 2500 m² de terrain à côté de sa manufacture de Fleurier. Parallèlement, un bâtiment et un terrain de 9800 m² ont été acquis dans le voisinage immédiat de son site de Meyrin, où la marque a son siège. Dans les deux cas, aucun projet précis, à court terme, n'est encore formulé, mais il y a là une volonté affirmée d'anticiper un développement sans doute inéluctable.

A La Chaux-de-Fonds, **Patek Philippe** avait pris le contrôle en 2001 du fabricant de boîtes **Calame**, dont elle avait triplé les infrastructures, puis racheté l'entreprise de polissage **Poly-Art** et



La verticalisation du groupe Bulgari passe par la colline du Mail à Neuchâtel.

acquis également une partie du capital de la société de sertissage **SHG**. En novembre dernier, la marque genevoise a jeté son dévolu sur un terrain de 18 000 m² au Crêt-du-Loche, à deux pas du complexe Cartier. Elle entend y édifier très vite une usine de deux étages, qui accueillera dans un premier temps le sertissage de son partenaire, en rupture de bail. Pour le surplus, là encore l'esprit est à l'anticipation.

A La Chaux-de-Fonds toujours, le chantier de l'extension du complexe LVMH abritant **TAG Heuer** n'est pas achevé que l'on prête déjà à la marque sportive, mais dans le Jura cette fois, l'intention d'investir encore dans son propre outil industriel, soit à Cornol où sa filiale Cortech produit notamment des boîtiers.

Verticaliser. Une autre série d'investissements jalonnant l'actualité horlogère s'inscrit à l'enseigne de la verticalisation, le plus souvent par le rachat de fournisseurs. C'est ainsi que le groupe **Richemont** a repris en novembre la totalité du capital du fabricant de boîtiers et de cadrans

Donzé-Baume, qui occupe 300 personnes aux Breuleux. **Le groupe Swatch** de son côté a pris le contrôle de **H. Mœbius** dont les huiles appartiennent à la mythologie des ateliers horlogers. Le communiqué officiel précise que les produits continueront à être proposés aux clients actuels, ce qui signifie à toute l'horlogerie. Reste que l'opération est un joli clin d'œil à tous ceux qui rêvent de mouvements sans lubrification. Le message de Swatch est à peu près celui-ci : « *Comme vous tous, nous rêvons de la montre mécanique sans huile et nous travaillons dans ce sens, mais en attendant nous aurons tous encore besoin de lubrifiant...* »

Un bel exemple récent de verticalisation est sans conteste celui de **Bulgari**. Un pas décisif avait été franchi par la marque italienne en 2000 au moment du rachat de **Daniel Roth** et de **Gérald Genta**. C'était l'assurance, après de substantiels investissements au Sentier, de pouvoir disposer dans le haut de gamme horloger de ses propres mouvements, avec la maîtrise des plus grandes complications, jusqu'à la si rare et si complexe grande sonnerie. En 2005, nouvelle étape avec l'acquisition d'un cadranier,

Cadran Design à La Chaux-de-Fonds, une trentaine d'employés, puis une prise de participation majoritaire dans la société **Prestige d'Or**, à Saignelégier qui produit des bracelets avec une soixantaine de personnes.

Dernières étapes en date d'une stratégie implacable et cohérente, le rachat en décembre dernier d'un petit fabricant argovien de boîtiers haut de gamme, **Finger**, une quinzaine d'employés, opération qui avait suivi de très peu l'acquisition de **Leschot** à Neuchâtel. Derrière ce nom qui renvoie à l'histoire de l'horlogerie (Georges-Auguste, le bras droit agissant de l'automatier Jaquet Droz, et son fils Jean-Frédéric Leschot, figure de Vacheron et pionnier de l'interchangeabilité) se cache un outil de production de composants efficace et discret. Sur la colline dominant le site principal du groupe italien (et à deux pas de la rédaction de *Watch Around*), le bâtiment ne paie pas de mine, mais abrite une vraie petite manufacture qui a rendu les plus fiers services à de belles marques. D'un côté arrivent des tubes de métaux, de l'autre sort la panoplie presque complète des composants de mouvements horlogers... Il manquait une marque ? Même pas. Dans les années 1990, l'ingénieur Miro Bapic avait lancé Leschot Tourbillon, avec une spécialité unique. Le timing était mauvais : ce qui eût été deux ou trois ans plus tôt un formidable créneau allait devenir à ce moment-là un boulevard dans lequel tout le monde s'engouffrerait.

Controverses. Bulgari n'a pas racheté la marque, qui appartient toujours à la famille d'origine, mais le fabricant de composants. Dans ce cas comme dans les précédents, le groupe Bulgari achète des compétences, un savoir-faire, cherche des synergies,

assure son approvisionnement, mais se garde bien de museler ses anciens fournisseurs en les empêchant de continuer à servir leurs anciens clients. Tel est le credo.

Au café du commerce et de la complainte horlogère, le thème de la verticalisation, quand il est au menu du jour, suscite la controverse. Les concentrations sont dénoncées : « *Il n'y a bientôt plus de fournisseurs indépendants.* » « *Etonnez-vous qu'on soit obligé d'acheter nos boîtes en Chine...* » « *C'est un autre problème, c'est une question de prix.* » « *De toute façon ceux qui dénoncent les concentrations sont les premiers à se laisser acheter.* » « *On nous a déjà fait le coup des aiguilles, maintenant ce sont les cadrans.* » « *Moi, en tout cas, ils peuvent toujours venir, d'ailleurs ils le font, mais c'est très clair et je le leur dis : vous n'avez pas les moyens de vous payer mon entreprise, elle vaut beaucoup trop cher. Elle vaut 100 millions ! Le pire, ce serait qu'ils les sortent !* »

Plus sérieusement, un fait vérifié nuance cette idée que la verticalisation réduit le nombre de fournisseurs indépendants : chaque rachat suscite de nouvelles vocations entrepreneuriales chez ceux qui ne supportent pas d'être intégrés dans de grandes structures. De nouvelles petites entreprises sont créées qui disposent d'emblée de l'expérience et du savoir-faire. Corollaire, certaines entités sont rachetées pour un savoir-faire qui peut filer très vite entre les doigts du repreneur. De toute façon, et au-delà du principe des vases communicants, l'effort réel déployé pour développer l'outil de production doit forcément s'accompagner d'un effort considérable dans la formation. Sur ce point, tous les acteurs de l'horlogerie sont d'accord. ●

La mémoire de Shanghai



Une ville, deux mondes : une ruelle de Huangpu District et l'intérieur de la Jin Mao Tower à Pudong.

Jean-Philippe Arm Pour présenter un nouveau mécanisme, qui fera date dans son histoire, Maurice Lacroix a convié en novembre dernier une trentaine de journalistes du monde entier à Shanghai... Pourquoi Shanghai ? Parce que le centre du monde n'est plus forcément Londres, New York, ni Genève, évidemment, et que le centre de gravité de la planète horlogère a tendance à se déplacer en Asie. Cela ne doit pas déplaire à une marque née des relations étroites que sa maison-mère zurichoise, Desco von Schulthess, entretient depuis le XIX^e siècle avec ce continent. Elle y est presque comme chez elle.

Tradition et modernité. Les horlogers raffolent des symboles et cette ville est celle par excellence du dynamisme explosif et sidérant du monde asiatique, tous domaines confondus. Pour accueillir ses nouveaux habitants au rythme désormais d'un million par an, la ville est projetée à chaque instant

dans l'avenir. Elle incarne en grandeur nature et en temps réel un processus de création et de développement permanent. A leur manière, mais à l'échelle du micron, les créateurs et constructeurs horlogers de l'Arc jurassien sont inspirés par une démarche qui, elle aussi, tient de la quête perpétuelle. Une autre antienne chère aux horlogers tournés vers le futur est de rappeler les vertus du passé et leur propre souci de conjuguer la tradition et la modernité. La Chine évoquant spontanément une civilisation millénaire, Shanghai allait offrir cette dualité féconde, malgré la tendance lourde des bulldozers à ruiner les vestiges des derniers siècles. Il s'en est fallu de peu, mais dans un réflexe salvateur, quelques zones ont été sauvées de la disparition et sont désormais sous protection. Ainsi, ce village de pêcheurs à l'origine de l'agglomération, dont la visite fournira un nouveau symbole. Pour le rejoindre en bus, il faudra deux heures

QUALITEACTUALITE



Les trois affichages – heures, minutes, secondes – sont chacun dotés d'un mécanisme «mémoire».



Le mouvement complet de la Mémoire1 compte 537 composants.

et demie depuis le centre de Pudong, le retour en train à sustentation magnétique prendra sept minutes... Vitesse de croisière : 431 km/h.

Le décor planté, le spectacle horloger pouvait commencer. Servi par une mise en scène ambitieuse, dépouillée, efficace, il allait tenir en haleine ce public habitué des générales, parfaitement mis en condition et alléché, connaisseur certes, mais parfois blasé. Les horlogers étaient là, les constructeurs, les designers, tous les équipiers réunis par Philippe C. Merck, le boss, et Sandro Reginelli, le chef du projet. Occupant l'espace d'un atelier éclaté en îlots et soumis à la question, ils sont peu avares d'explications et de démonstrations. Mais attention, pas de véritables produits finis, non, le lancement de Mémoire1, ce sera pour Baselworld, cinq mois plus tard. Là, on est au cœur d'un mécanisme, à l'enseigne d'un processus en cours, avec arrêt sur l'image de sa gestation. Il ne

manque que le panneau *Work in progress*. Et déjà, avec quelques brevets à la clé, l'anticipation de développements futurs, qui s'étaleront sur des années.

Le propos est simple et totalement inédit : voici un mouvement chronographe automatique, doté d'une mémoire... Concrètement, vous lisez les heures, les minutes et les secondes, affichées par un disque et deux aiguilles. Mais il n'y a pas de compteurs. Quand vous passez en mode chrono, les mêmes éléments d'affichage décomptent le temps mesuré. Vous pouvez repasser en temps réel, tandis que le chrono poursuit sa mesure. Dans les deux sens, le mécanisme se souvient du temps écoulé et affiche instantanément la bonne heure ou le temps mesuré. La commutation s'opère en pressant sur un poussoir intégré dans la couronne.

Cette simplicité apparente, qui est celle d'une montre trois aiguilles, cache une grande complication



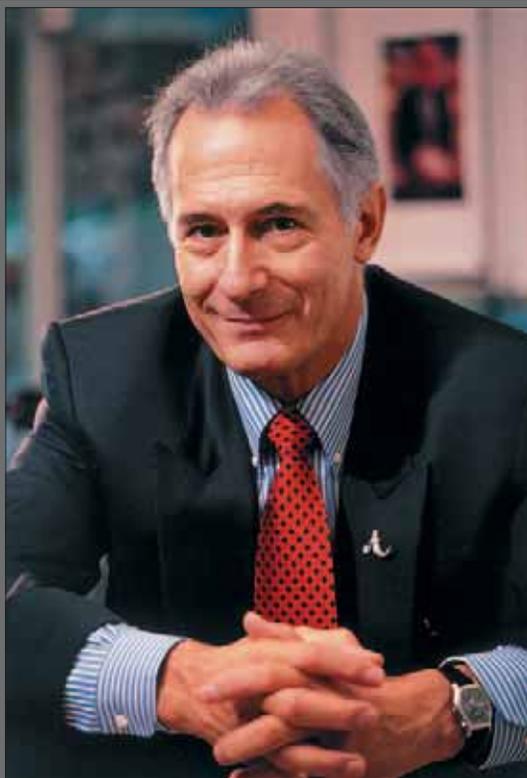
Le cadran de la Mémoire1, avant son intégration dans un boîtier, indique ici 10 h 10 et 43 secondes.

nécessitant pas moins de 537 composants. Le mouvement de base automatique est remonté par un petit rotor en tungstène, un métal lourd. Il a une autonomie de quatre jours et bat à 28 800 alternances. Conception classique avec quelques notes originales, comme la forme des bras du rouage, un design épuré ou l'esthétique du réglage fin. Mais l'essentiel est ailleurs, avec les trois mécanismes mémoire, soit un par affichage heure, minute et seconde, chacun permettant d'embrayer ou de débrayer le chrono, de le remettre à zéro et de changer de mode. Pincés, marteaux et cœurs jouent leur partition chronographique en association avec une bascule d'embrayage, une commande des marteaux et une bague de déclenchement qui agit d'un seul coup sur les trois mécanismes pour passer du mode time à la fonction chrono ou l'inverse. Sans jamais perdre la moindre information. Cette mémoire-là n'est pas une passoire.

Le cadran prolonge la percée novatrice. Le centre est une assiette creuse dont le flanc est parcouru par le disque du quantième, qui apparaît dans un guichet incliné à 12 h. L'indication du mode choisi apparaît sur le fond à 3 h, tandis qu'une ouverture à 6 h offre une vue plongeante sur l'un des mécanismes de mémoire. Le rebord plan de l'assiette est occupé par le disque des heures ouvert de 8 h à 4 h avec une pointe de référence à 12 h pour sa lecture. L'aiguille squelettée des minutes fait un tour classique du cadran, tandis que celle des secondes est courbée pour balayer verticalement le pourtour du cadran en proposant une lecture latérale.

Partant de la tradition horlogère mécanique, l'équipe de Saignelégier a bel et bien conçu et développé un objet tourné vers le futur. Dans le chantier permanent de Shanghai, il était parfaitement à sa place et dans son temps. Et même en avance. Vérification faite dans la rue, il n'était pas encore copié. ●

Antiquorum : l'après Patrizzi



Le fondateur Osvaldo Patrizzi et le nouveau président Yo Tsukahara de Tokyo.

Olivier Broto Séisme l'an dernier dans l'univers des ventes aux enchères horlogères : la maison Antiquorum, à l'origine de l'engouement sans précédent des acheteurs pour l'horlogerie de collection, a vraiment passé aux mains du Japonais Artist House Holdings (www.artisthouse.co.jp/en/). A ses débuts, dans les années 1970, elle était l'un de ces outsiders avec lesquels on n'avait pas encore conscience qu'il fallait compter. Puis, elle s'est imposée, son business a inspiré ses séculaires et prestigieuses concurrentes. Malgré ses 30 ans d'âge, elle a su rester sans cesse sur le qui-vive, se permettant des souplesses qui ont redéfini les équilibres dans ce secteur. Ici un délai repoussé, là une trouvaille à inoculer la fièvre acheteuse. Fondée par la foi d'un seul homme, issue d'une passion contagieuse, Antiquorum semblait à jamais liée au destin de son créateur, Osvaldo Patrizzi. Même après son rachat.

La finance au pouvoir. Les premiers contacts entre repreneur et fondateur ont lieu durant l'été 2005. Début décembre, la vente est bouclée. Au pas de charge ! Deux ans plus tard, été 2007, Osvaldo Patrizzi (www.osvaldopatrizzi.com/) est débarqué. Sur toutes les lèvres pointe la question de la survie de l'enseigne sans celui que collectionneurs et aficionados considèrent comme l'instaurateur de l'engouement pour les montres-bracelets de collection. Impossible de savoir ce qu'il en est réellement ni de jouer les arbitres, les langues se lient. Celle d'Osvaldo Patrizzi se délie un peu : « *Je regrette qu'Antiquorum soit passée en des mains peu aguerries au monde des enchères. Une fois de plus, ce sont des financiers qui prennent en main la destinée d'une entreprise. Dans le monde des enchères, il faut savoir créer le suspense, l'émotion. Pour acquérir cette compréhension du marché, il*

ENCHÈRES ENCHÈRES ENCHÈRES

faut plus que de bonnes études dans une école financière. Si l'argent est le nerf de la guerre, ce n'est pas lui qui régit tout, bien heureusement. » Comprendons, entre les lignes, qu'il pourrait exister certains désaccords entre lui et le nouveau président, à signature individuelle, l'administrateur Yo (John) Tsukahara de Tokyo.

Selon Brandon Thomas, expert horloger au sein de l'entreprise, le courroux et les bouderies compréhensibles de certains clients à la suite de l'éviction du fondateur ne pourront que s'estomper face à la qualité des montres proposées lors des prochaines ventes. Le chiffre d'affaires annoncé pour 2007 est un peu supérieur à 100 millions de francs. *The show must go on...* Au deuxième semestre 2007, le rythme des ventes prévues a été maintenu. Les premières modifications débarquent début 2008 : la traditionnelle vente d'avril, à l'orée du SIHH à Genève, est avancée au mois de mars. Quant au principe des ventes simultanées, il n'est plus à l'ordre du jour. En 2009, le nombre annuel des ventes devrait être revu.

S'il emporte avec lui nombre d'astucieux secrets, Osvaldo Patrizzi laisse heureusement des reliefs et des racines qui devraient lui survivre. Ceux de la connaissance et du savoir, dont il disposait certes, mais qu'il a su nourrir par l'apport de compétences pointues. Historiens, spécialistes et experts n'ont cessé de le rejoindre, transformant l'entreprise en véritable label référence, en niche de données phares. Ces talents habitent encore la société et, passé l'agacement du marché, pourront maintenir le cap, si le nouveau management leur en laisse le loisir. Peut-être même un jour reconquerront-ils cette première marche du podium des enchères horlogères, occupée désormais par Christie's. La géante a su s'inspirer du meilleur des

recettes Patrizzi, sans jamais se départir d'une sérénité à la hauteur de ses moyens.

Le nom de Patrizzi passe à la postérité. Il a créé de toutes pièces ce marché des ventes aux enchères de montres-bracelets. Avant lui, seules les montres de poche et les horloges avaient droit de cité. Puis, en instaurant ses fameuses ventes thématiques, dès 1989, il emmène quelques marques horlogères au nirvana de la reconnaissance, entre bonheur d'acquérir et raison d'investir, entre désir de posséder et valeur placement. S'il existait un système de royalties, ces ruisseaux de plus-values qu'il a générés durant sa carrière, par marque ou par modèle, le placeraient à l'embouchure d'un fleuve de revenus réguliers, *ad aeternam...*

Il avait ce piment de l'expérience, l'instinctive connaissance des goûts – et donc des faiblesses – de ses pairs, les collectionneurs. Lors d'une vente, il traquait le regard flancheur, lui insufflant quelques ressources insoupçonnées, redynamisait le découragé, l'embarquant dans quelque excentrique espoir, débusquait les péchés mignons, excitait l'hésitation qui, comme piquée au vif, se muait en pulsion d'achat. Il manipulait la matière première, le rêve, lui érigeant une manufacture où se fabriquent encore émotion et degrés Celsius.

Dès l'âge de 14 ans, ce Milanais plus que Genevois, né en 1945, restaurait des pendules. En 1974, il ouvre à Genève sa galerie d'horlogerie ancienne, baptisée en 1981 Antiquorum. L'alchimiste-artisan de la collectionnite, le titilleur de fièvres, le propagateur de virus horlogers prédit une année à venir excellente pour le monde des enchères, en général : « *J'ai pu vérifier par le passé une accélération du taux de rotation des belles pièces en période d'instabilité économique.* » Puissent les marteaux l'entendre. •

Bruits de marteau



Chronographe Patek Philippe en acier.



Montre de poche Breguet. Chronographe à rattrapante, calendrier perpétuel, double fuseau horaire, répétition minute.

montre de poche répétition minute – c'est la complication tendance – de marque Breguet, datant d'environ 1908, qui sera mise à l'encan. Son calendrier perpétuel, ses phases de lune, son indication de deux fuseaux horaires et sa seconde sautante risquent fort d'échauffer les esprits et de faire grimper son estimation, entre 80 000 et 100 000 CHF.

Prix élevés. Pour les plus fortunés, notons la présence d'un chronographe Patek Philippe (Réf. 530A), au boîtier légèrement plus grand que le boîtier ordinairement utilisé, estimé entre 700 000 et 900 000 CHF.

Autre particularité digne d'intérêt et de foi renouvelée, une collection de montres anciennes des XVII^e et XVIII^e siècles, comprenant une montre crucifix en cristal et argent, signée Fonnereau de la Rochelle. Elle est évaluée entre 90 000 et 120 000 CHF. Une rareté qui tranche avec l'omniprésence des Patek Philippe qui rafleront peut-être encore cette fois quelques records. Il y aura une référence 1526 R, une montre-bracelet calendrier perpétuel et phases de lune, en or rose (estimation entre 150 000 et 200 000 CHF), une montre-bracelet chronographe à calendrier perpétuel et phases de lune (référence 3970P) en platine, (estimation de 100 000 à 150 000 CHF), ainsi qu'une référence 130, un chronographe rare, en acier, encore enroulé dans son certificat d'origine (estimation entre 80 000 et 100 000 CHF).

Espérons que les fans auront gardé quelque argent, car le 12 mai Christie's tentera de conserver son titre de désormais numéro un dans le domaine des ventes horlogères. Ses marteaux adjudgeront bien sûr quelques Patek Philippe, dont cette valeur sûre, une autre référence 130, dont l'estimation est supérieure à celle de Sotheby's: entre 120 000 et 180 000 CHF. Elle serait la propriété d'un descendant direct de son premier propriétaire, le genre de détail qui a son importance. Capable de susciter quelque accès de fièvre enchérissante, ce garde-temps Patek Philippe en or rose (référence 2497), datant d'environ 1935, risque lui aussi d'embraser les porte-monnaie, avec ses phases de lune, son calendrier perpétuel et son ouverture sur le cadran. Estimation : entre 450 000 et 650 000 CHF. Mais il y aura aussi cette rareté, un chronographe Rolex en or jaune (référence 6238) fabriqué aux alentours de 1965. ●

Olivier Broto

Sur le plan mondial, les prémices d'un grand ralentissement économique se font sentir. Côté ventes aux enchères, ce genre d'annonce ne peut que nourrir les catalogues des maisons spécialisées et réjouir ceux dont la collectionniste aiguë croît autant que les moyens. Car elle fait remonter à la surface de nombreux modèles dont on ne se serait jamais défait en période de vaches grasses. Le bonheur des uns... S'il est encore trop tôt pour déceler la rareté qui fera frémir les parterres des grands hôtels genevois, où se réunissent les argentés du monde entier, la moisson 2008, plus particulièrement celle de mai, s'avère prometteuse. Chez Antiquorum, seules les dates sont déjà annoncées: les 10 et 11 mai. L'attention des aficionados se concentrera sur une collection privée de montres-bracelets. A qui appartient-elle? Motus. On n'en saura pas plus. Impossible donc, en fonction d'une provenance ou d'un rang donnés, de tenter les pronostics. Sotheby's est mieux en mesure d'annoncer la couleur. A Genève, le dimanche 11 mai (donc avant la vente Christie's), à l'hôtel Beau-Rivage, c'est une

36 MANUFACTURE

De la précision... des mots



Ulysse Baillod, horloger, Le Locle, 1890.

Gil Baillod

« *Nous sommes une manufacture de mouvements mécaniques pour des marques horlogères haut de gamme. Pour notre département d'ébauches, nous recherchons un mécanicien régleur CNC.* » Les offres d'emplois à l'enseigne de manufactures se multiplient dans cette phase de haute conjoncture horlogère.

Manufacture, le refrain des sirènes... Ou des six reines de l'horlogerie suisse qui n'en compte guère plus, selon l'extrême rigueur avec laquelle on sert la définition.

Comme toujours en horlogerie, il y a de tout en matière de manufacture, du meilleur au plus mince, faute d'une définition claire de l'activité manufacturière. Elle peut tenir en trois mots : société horlogère autonome, à quoi il faudrait ajouter : qui produit des montres... Et encore préciser ceci et cela pour quitter le flou d'une définition.

Les vrais seigneurs. Pour les plus rigoristes, ne mérite le titre de manufacture que l'usine ou l'atelier qui conçoit et produit toutes les pièces constitutives d'une montre, en particulier la ligne d'échappement, clé de voûte du mouvement et, pourquoi pas, l'habillage. Alors oui, les doigts d'une main suffisent à dénombrer les seigneurs de l'art horloger. Mais est-ce bien réaliste, alors qu'en fait l'ensemble de l'industrie horlogère suisse est une

gigantesque manufacture, tant il est vrai que l'interdépendance de centaines d'usines et d'ateliers est patente ?

A quoi tient l'aura d'une manufacture ? Peut-être à une méprise liée à l'origine du mot. Le terme manufacture date du milieu du XV^e siècle et signifie d'abord construction, puis « *action de faire à la main, fabrication* » (1537). Dès 1597, il sert à désigner « *une grande fabrique, un grand établissement industriel* ». Manufacture est un emprunt au latin médiéval *manufactura*, construction, *manu factura* étant dérivé de la locution *manu facere*, faire à la main.

Le dictionnaire *Robert* précise l'acception moderne du terme : « *Etablissement industriel où la qualité de la main-d'œuvre est primordiale* »... Ce qui convient bien pour une définition de la manufacture horlogère... Mais contredit Colbert qui, de 1663 à 1672, établit chaque année plusieurs manufactures en constatant que : « *Les machines sont utiles pour l'économie du travail et de la dépense comme pour les progrès des manufactures qui approchent d'autant plus la perfection qu'elles laissent moins à faire aux mains des hommes.* »

Fabrique ou manufacture ? Les deux termes paraissent être synonymes car, constate le *Littré*, il n'est guère possible, par exemple, de saisir une différence entre fabrique d'armes et manufacture d'armes. Seulement, dans manufacture se trouve

MANUFACTUREMA

l'idée d'une opération faite à la main, tandis que fabrique s'étend « à tout ce qui peut se faire quand même la main n'y serait pas ». De plus, l'usage établi arbitrairement des différences entre fabrique et manufacture. Le dernier sonne mieux et paraît plus important. On dit fabrique et jamais manufacture de chandelles, mais on parle de manufacture de Sèvres ou des Gobelins, jamais de fabrique.

Quid de la manufacture horlogère ? La définition qu'en donne le dictionnaire professionnel de l'horlogerie de G.A. Berner (1961) auquel se réfère la Fédération horlogère, prévaut toujours malgré son ambiguïté : « *Manufacture, vaste établissement industriel (...). On désigne sous ce nom les fabriques qui font la montre à peu près entièrement, par opposition aux ateliers de terminage dans lesquels on ne fait que le remontage, le réglage, le posage d'aiguilles, l'emboîtement.* »

« *Qui font la montre à peu près entièrement* », sauf quoi ? Sauf le cœur de la montre, la ligne d'échappement qui échappe précisément, dans la majorité des cas, à ceux qui s'autoproclament manufacture et qui, souvent, n'ont qu'un calibre manufacturé.

La définition la plus simple serait : « *société horlogère autonome* ». La plus réaliste vient d'Antoine Simonin, véritable gourou horloger manufacturé par une longue expérience pratique : « *Entreprise horlogère qui fait elle-même des calibres, les conçoit, les construit et les produit, ce qui ne veut pas dire que l'entreprise fait toutes ses pièces, notamment les parties réglantes.* » Voilà qui permettrait un ralliement plus ouvert au club très fermé des manufacturiers, lequel s'est élargi à la suite de la décision de la grande manufacture de base, le groupe Swatch, de ne plus livrer, d'ici à 2010, que des mouvements remontés à sa clientèle.

Flou juridique. L'inscription d'une société horlogère à l'Office fédéral du Registre du commerce se fait par voie d'avocat ou de notaire. Le but de la société doit correspondre à ses statuts. De fait, il n'y a pas d'investigation de la part de l'Office qui s'en remet à la responsabilité du notaire et du requérant. La mention manufacture ne fait l'objet d'aucun contrôle. Le voudrait-on que l'on serait bien en peine, aucune définition n'étant juridiquement établie. L'extrait du Registre du commerce fait foi pour inscrire la société à la Fédération horlogère qui, gardienne du *Swiss made*, n'entre pas en matière s'agissant du label manufacture.



« *L'horloger et sa famille* », Fritz Zuber-Bühler, seconde moitié du XIX^e siècle.

Musée international d'horlogerie, La Chaux-de-Fonds, Suisse

MANUFACTUREMA

Aux horlogers de se surveiller entre eux et, le cas échéant, d'intervenir. A ce jour, il n'y a eu aucune plainte, lors même que sont connus ceux qui tentent de picorer dans le jardin du haut de gamme sans légitimité.

En France, du XVII^e au XVIII^e siècle, alors que fleurissait, de même qu'en Suisse, l'horlogerie artisanale, la manufacture constitua la forme supérieure de la production industrielle, à l'exemple de l'Angleterre. Son originalité, par rapport à l'atelier artisanal, était de rassembler sous une direction unique un grand nombre d'ouvriers exerçant le même métier, ce qui permettait une spécialisation des tâches, une division du travail et une augmentation de la force productive. Mais si la manufacture coordonnait ainsi les activités, il était assez rare qu'elle les concentrât, comme nos grandes usines modernes, sous un même toit. Elle se superposait au travail artisanal, elle ne le faisait pas disparaître, tout au contraire, elle l'utilisait. La manufacture du XVII^e siècle n'était, le plus souvent, qu'un organe administratif central qui passait

ses commandes, donnait ses directives, fournissait la matière première aux petits ateliers et aux ouvriers à domicile disséminés dans toute une région. Les produits fabriqués étaient ensuite rassemblés par la manufacture pour la vente.

Ce schéma est très précisément celui qui préside au rapide et fabuleux développement de la production industrielle de montres dans le Jura suisse dès la fin du XVIII^e siècle, avec les établisateurs et les comptoirs.

En s'installant à Genève, en 1554, l'horloger-orfèvre français Thomas Bayard savait trouver là un terrain favorable à son art, car Genève était un centre d'orfèvrerie réputé dans toutes les cours d'Europe depuis le XIII^e siècle.

La cité, sous l'austère férule de Calvin, en mal d'ouvrage pour l'orfèvrerie religieuse, réserva bon accueil à l'horlogerie en habillant ses mouvements de boîtes finement ouvragées, ce qui, d'entrée de cause, constitua une première division du travail! Les réfugiés huguenots ne tarderont pas à augmenter l'effectif horloger, l'enrichissant de leur savoir et de leurs capitaux.

A Genève, l'ensemble des métiers liés à l'horlogerie et à la bijouterie, dispersés dans de nombreux petits ateliers, est nommé... La Fabrique. Il n'est point fait mention de manufacture alors même que, jusqu'à la fin du XVIII^e siècle, la montre s'établissait à la main. Sous l'effet de la réussite commerciale en Europe, le corporatisme étroit de Genève s'ouvre à l'approvisionnement extérieur de pièces constitutives, en Savoie, à la vallée de Joux, dans le canton de Vaud, tout en conservant le terminage et l'assemblage de la montre par des horlogers.

Tous en réseaux. Vers 1770, Voltaire ouvre, dans la banlieue de Genève la... « Manufacture royale des montres de Ferney », qui fera long feu. Il fut l'un des premiers à utiliser le terme de manufacture en horlogerie.

L'autre foyer naissant de l'horlogerie pré-industrielle, au milieu du XVII^e siècle, se situe dans les hauts du Jura chez d'habiles serruriers, armuriers, penduliers, taillandiers et autres faiseurs d'outils, d'une part, et à la Neuveville, au XVIII^e siècle, grâce à l'immigration d'horlogers genevois d'autre part. Deux pôles créatifs et productifs vont se rejoindre, formant de fait une vaste manufacture en réseau. Le Val-de-Travers, centre d'outillages, Le Locle et La Chaux-de-Fonds

DIV IS ION

MANUFACTURE MAN

d'une part, La Neuveville et Bienne d'autre part, vont se rejoindre dans le Vallon de Saint-Imier et dans les Franches-Montagnes. Le début du XIX^e marque dans ces régions vouées à l'agriculture et à l'élevage, l'avènement de l'atelier familial rural et urbain. Ce n'est pas par hasard que la première manufacture s'installe à Saint-Imier, au bas du champ des Longines, au bord de La Suze, source d'énergie, en 1866.

Dès la fin du XVIII^e, l'artisanat horloger s'organise en réseau sous la direction d'un comptoir d'achat-vente ou d'un établissement, les deux étant plus ou moins rapidement confondus. L'établissement dispose à peu de frais d'un vaste réseau de fournisseurs indépendants dans les villages des Franches-Montagnes et le Jura neuchâtelois, où l'on garde un peu de paille aux pieds sous l'établi. Quelques vaches et cochons à l'écurie, des poules et lapins au jardin restent une assurance contre la malice des temps troublés du XIX^e siècle secoué par les révolutions, et dont l'ouvrier urbain aura à souffrir jusqu'à la misère. C'est aussi l'établissement

qui distribue la matière première et un outillage élémentaire aux ateliers familiaux, ruraux et urbains indépendants, spécialisés chacun dans la production de l'une ou l'autre pièce constitutive, ce qui ne nécessite pas de formation particulière. L'établissement collecte ces pièces et fait assembler le mouvement par un horloger qui l'emboîte. La vente du produit fini s'effectuera par lui-même ou il en confiera le soin à des comptoirs. La séparation entre production et vente est assez rapide, ce qui fera dire que les horlogers savent faire des montres mais ne savent pas les vendre ! Or, c'est dans la vente qu'a, de tout temps, résidé le plus grand profit, raison pour laquelle la verticalisation production-vente a pris de l'ampleur à l'enseigne de la manufacture.

La manufacture est le conservatoire du savoir horloger rassemblé depuis des siècles. C'est pourquoi ce label d'excellence ne saurait être galvaudé.

La question reste posée : tout sous le même toit ou manufactures en réseaux ?

A suivre : de l'établi à l'usine ●



Roger-Viollet

Voltaire (1694-1778), écrivain français. Papier découpé de Jean Huber, dit Huber-Voltaire (1721-1786).

39

Aciers et laitons n'ont pas dit leur dernier mot



Pont supérieur de cage de tourbillon, acier et laiton avec un rubis antichoc au centre (Zenith).



Pont en or d'un tourbillon (Girard-Perregaux).

On parle beaucoup du silicium ou de l'Alusic, qui promettaient des montres légères et fiables. Dans la réalité, la plupart des montres de qualité sont toujours fabriquées en laiton, acier et maillechort. D'autant plus que ces antiques alliages ne cessent de rajeunir, tout en conservant une continuité dans la tradition.

Les mouvements des premières montres du XVII^e siècle étaient fabriqués en laiton (alliage de cuivre et de zinc), comme tous les appareils scientifiques de l'époque. Au XIX^e siècle, l'apparition de l'acier (fer et carbone) a permis de concevoir des mouvements plus solides et plus efficaces.

Aujourd'hui encore, les horlogers savent que le couple pignon d'acier/roue de laiton offre le meilleur coefficient de frottement. En fait, ces deux alliages restent indispensables dans la fabrication d'un mouvement horloger. Boîtes et cadrans peuvent être élaborés avec une infinité de matériaux, de l'or au platine en passant par le fer prélevé sur l'épave du Titanic, le granit, la météorite ou l'aile de papillon. Mais un mouvement, composé de 200 à 500 pièces différentes, soumis à quantité de contraintes mécaniques et d'usinage, reste le plus souvent fabriqué en laiton et en acier. « On a aussi fait des mouvements en or, rappelle un vieil horloger de la vallée de Joux. Mais une roue en or use un pignon en acier... Le couple acier-laiton reste bien meilleur. » L'or, relativement mou, retient en effet des micropoussières qui le transforment progressivement en râpe.

Il existe aujourd'hui au moins 3000 aciers différents et presque autant de laitons, sans parler des maillechorts (alliage de cuivre, nickel et zinc, inventé par les Français Maillot et Chorier en 1819), des invars (fer et nickel, élaborés par le Suisse Guillaume, prix Nobel en 1920) et des bronzes (cuivre et étain).

« Est-ce que, dans 100 ans, on saura réparer un mouvement en Truconium ? demande malicieusement l'horloger de la Vallée. Un mouvement en laiton vieux de 200 ans fonctionne encore, et on sait toujours l'entretenir et le réparer. »

Matériaux exotiques. Avec le nouveau siècle, les labos ont vu apparaître des matériaux beaucoup plus exotiques. En premier lieu le silicium monocristallin, très prometteur pour la microtechnique et l'horlogerie mécanique, parce qu'il est léger, élastique, amagnétique et n'a pas besoin d'être lubrifié. Et il permet, par des méthodes fondées sur le masquage photolithographique, de réaliser des formes impossibles à usiner autrement. Plusieurs marques, notamment Ulysse Nardin et Patek Philippe, fabriquent actuellement quelques rares mouvements comportant des pièces en silicium.

Voulant réaliser la montre la plus légère du monde, Richard Mille fait appel à l'Alusic pour le boîtier, un alliage d'aluminium et de carbure de silicium utilisé par l'industrie spatiale et aéronautique. Le mouvement est quant à lui usiné en AG5, alliage d'aluminium et de lithium (avec des traces de titane,

Francis Gradoux



Composants en acier poli (Richard Mille RM 008), de haut en bas : ressort de levier de tirette, frein de chronographe, sautoir de roue à colonne, cliquet de marteau, ressort de tirette, ressort de pince de rattrapante.

zirconium, zinc et manganèse !) utilisé dans la fabrication des satellites. Avec sa RM 09, qui ne pèse que 30 grammes, Richard Mille veut « *prouver que le poids d'une montre peut être inversement proportionnel à sa valeur* ». Autrement dit, démontrer aux clients exigeants que la lourde montre en or est passée de mode.

D'autres marques misent également sur la légèreté. Ainsi Zenith a déniché un alliage de titane, niobium et aluminium et l'a baptisé Zenithium, pour fabriquer un mouvement à la fois léger et résistant, « *pratiquement incassable* ». Hublot, qui avait déjà ébranlé la planète horlogère vers 1980 en montant des bracelets en caoutchouc sur des boîtiers en or massif, a décliné sa célèbre Big Bang en une Mag Bang dans un boîtier fait d'un alliage d'aluminium et de magnésium (évidemment nommé Hublonium), renfermant un mouvement conçu en titane. Et la plupart des grands groupes horlogers s'activent à trouver un alliage maison, plus rare, plus précieux, plus léger ou plus facile à travailler que le laiton et l'acier.

Sauver le plus possible. Cette évolution, née de la curiosité des hommes autant que des impératifs du marketing, effraie nombre d'horlogers traditionnels. Ils rappellent joliment : « *Un garde-temps est gardé longtemps.* » Message claironné depuis dix ans par les publicités de Patek Philippe : « *Jamais vous ne posséderez complètement une Patek Philippe. Vous en serez juste le gardien pour les générations futures.* »

L'un des restaurateurs du Musée international de l'horlogerie (MIH) de La Chaux-de-Fonds, Daniel Curtit, confirme : « *Les montres et les pendules que je restaure ont presque toutes des mouvements en laiton. On sait les entretenir et les réparer sans problème.* » Daniel Curtit montre une roue d'une vieille pendule : une dent cassée a été remplacée par une prothèse de laiton, assez grossièrement soudée. « *Ce n'est pas du très beau travail, mais ça fonctionne.* » La dent rapportée a été taillée dans un laiton moderne, plutôt rose, alors que la roue est en laiton du XVIII^e siècle, de nuance plutôt jaune-vert. La devise de la corporation des horlogers-restaurateurs, « *sauver le plus possible* », persuade Curtit de retirer la dent moderne et de la remplacer par une dent finement taillée dans du laiton ancien. Il ouvre un tiroir, en retire une pièce



Platines en laiton (Girard-Perregaux).

verdissante du XVIII^e: « *Pas de problème, j'ai des réserves de vieux laitons.* »

Il n'est évidemment pas certain que dans 50 ou 100 ans les horlogers auront des réserves d'Alusic ou de Hublonium dans un tiroir de leur établi. Et comme ces matériaux sont très difficiles à usiner (certaines opérations doivent être réalisées sous vide), il n'est pas sûr que les horlogers de demain pourront tailler une simple dent prothèse ; et pourront-ils la souder ou la river ?

« *C'est très bien d'essayer de nouveaux matériaux* », conclut Ludwig Oechslin, le conservateur du MIH, créateur de la Freak d'Ulysse Nardin, comportant de nombreuses pièces en silicium. Le pionnier de l'utilisation de ce matériau moderne avoue aussi : « *Mais aujourd'hui, les alliages traditionnels ont énormément évolué.* »

Il suffit de feuilleter le catalogue d'un marchand d'aciers ou d'alliages cuivreux pour s'en persuader. Celui de Boillat à Reconvilier par exemple, fournisseur des horlogers suisses depuis 1855. (Désormais,

ET
APR
ES ?



Embrayage d'un chronographe, acier et laiton
(El Primero de Zenith).

« La Boillat » comme on l'appelle dans la région, est intégrée au groupe Swissmetal, qui est d'ailleurs en train de démanteler l'outil de production jurassien, au terme de l'un des plus durs conflits sociaux que la Suisse ait connu). En 2007, l'entreprise proposait près de 40 alliages à base de cuivre, en précisant leurs qualités spécifiques, exemple : « *Boillat 59B, CuZn39Pb3, fabrication de pièces à parois minces type barillet ou balancier.* » Comme les horlogers, les gros producteurs et les artisans ont tous leur laiton favori pour usiner telle ou telle pièce, Boillat fabrique en fait une centaine d'alliages différents, dont certains discrètement développés et réservés pour une seule marque. La référence la plus courante est le Boillat 58A, mais certains préfèrent le 58S, qui contient, en plus du cuivre et du nickel, d'infimes quantités d'aluminium, de silicium et de plomb.

« *Ce qui a changé dans notre métier, c'est que, depuis trente ans, on maîtrise les impuretés* », explique Jean-Pierre Tardent, métallurgiste de l'Ecole polytechnique de Lausanne, devenu chef de la recherche à l'usine Boillat de Reconvilier. Il est désormais possible de réaliser des alliages selon une composition très précise, adaptée à chaque cas. Là aussi, la qualité et la précision suisses font merveille : « *Les décolleteurs estiment que les alliages cuivreux de Boillat sont les meilleurs du monde, estime Tardent, sans vaine modestie. L'entreprise a été fondée par des horlogers, et nous conservons l'horlogerie dans nos gènes. On dit parfois que la Boillat est à la métallurgie des alliages ce que Rolex ou Audemars Piguet sont à l'horlogerie.* »

Règlements sanitaires. Mais Swissmetal ne fournit pas uniquement les horlogers. D'autres marchés se sont ouverts, notamment celui des connecteurs pour l'industrie électronique. Et ces nouveaux clients ont des exigences nouvelles. Ainsi la connectique a incité Swissmetal à développer un nouvel alliage solide et élastique, le NP6, contenant du cuivre, du nickel, de l'étain et du plomb. Au même moment, l'horlogerie était confrontée à un problème : dans de nombreux pays, les règlements sanitaires réproouvent l'utilisation du cuivre au béryllium (CuBe, utilisé pour certaines pièces devant être très résistantes) parce que les vapeurs et les poussières de béryllium peuvent



Mobile de grande moyenne avec roue en laiton et pignon en acier (Richard Mille RM 008).

PO LE MI QUE

être cancérigènes. Swissmetal leur a donc signalé que son nouvel alliage NP6 pouvait remplacer le CuBe, et un nombre croissant d'horlogers a franchi le pas.

Nuances d'aciers. Même histoire avec l'acier, cet alliage du XIX^e siècle qui sert aussi bien à construire des ponts d'autoroute que des ponts d'horlogerie. Chacune de ses utilisations a évolué, poussant les aciéristes à créer des alliages de plus en plus spécialisés. Aujourd'hui, il en existe au moins 3000, servant aussi bien à fabriquer des vilebrequins d'auto que des boîtes de conserve. Certains sont même secrets et spécialement surveillés, comme les aciers *maraging* utilisés pour construire les centrifugeuses enrichissant l'uranium.

Les horlogers peuvent choisir la nuance d'acier la mieux adaptée aux pièces de leurs collections, ou à tel type d'usinage. Ce qui explique ces étranges dialogues parfois entendus dans les bistros de l'Arc jurassien : « *J'ai essayé le Durnico, c'est pas mal. Non, moi, je reste fidèle à l'AP20.* » Ces deux aciers, l'un ultramoderne, l'autre classique, donnent lieu à de nouvelles discussions dans les ateliers, entre progressistes et conservateurs, entre générations. Le tout brochant sur un vieux débat, entre les tenants des aciers traditionnels et ceux qui préfèrent les aciers inoxydables.

Retour dans l'atelier de la vallée de Joux. Le vieil horloger reçoit la visite d'un jeune artisan. « *J'utilise surtout de l'inox* », dit le jeune. « *Moi pas, répond le vieux. Il est difficile d'obtenir un beau poli noir avec l'inox.* » (Le poli noir ou poli bloqué est ce polissage parfait qui signale les plus beaux mouvements, et évite la corrosion de l'acier non inoxydable.)

On imagine mieux les querelles, aimables mais parfois passionnées, sur l'utilisation du silicium ou de l'Hublonium. Elles signifient, essentiellement, que l'horlogerie authentique alliant tradition et innovation reste formidablement vivante. ●



Ron DeCorte **décortique**

Le chronographe enfin libéré

Il y a une année environ, j'ai entendu dire que Jaeger-LeCoultre s'apprêtait à présenter un nouveau chronographe. Diverses allusions, laissant entendre qu'il serait très différent des chronographes conventionnels, ont attisé ma curiosité. J'ai fait sa connaissance quelques mois plus tard à l'occasion du SIHH de Genève et, depuis lors, je n'ai cessé de me demander pourquoi ce type de chronographe n'avait pas vu le jour précédemment. Plusieurs mois se sont écoulés avant que je puisse examiner en détail le Duomètre. Mais cette attente en valait la peine et c'est donc avec plaisir que je vous le présente aujourd'hui.

Le regard de Ron

Ron DeCorte était mécanicien dans l'Ohio avant de se passionner pour l'horlogerie et d'en faire son métier. Il a suivi des cours, fréquenté les ateliers de plusieurs horlogers suisses, mis la main à la pâte jusqu'à réaliser sa propre montre, avant d'opter pour la vulgarisation technique. Il a réalisé une série d'articles en Suisse pour des magazines spécialisés américains et des sites internet, tel TimeZone ou récemment Goldarths. Au bout de vingt ans, cet ancien président de l'American Watchmakers Institute en a eu marre de ses incessants allers et retours transatlantiques et s'est installé à Neuchâtel.

Watch Around lui a donné carte blanche, pour qu'il partage ses coups de cœur en plongeant son regard acéré au milieu des mouvements horlogers.



David Houncherger

La séparation des pouvoirs

Dès qu'ils sont enclenchés, les chronographes habituels présentent l'inconvénient majeur de retirer de l'énergie au mécanisme qui sert à indiquer l'heure et de porter ainsi préjudice à la précision de la marche. Le Duomètre surmonte allègrement cette difficulté en alimentant en énergie le mécanisme d'indication de l'heure et le chronographe par deux barillets séparés, une solution jusqu'à présent réservée à de rares montres à sonnerie qui carillonnent en passant les heures et les quarts.

Un code de couleurs

Le cadran fait une claire distinction entre les indications en or pour l'affichage de l'heure et celles en acier bleu pour les fonctions du chronographe. Sont en or l'aiguille de la seconde au centre, celles des heures et des minutes et l'aiguille de la réserve de marche du ressort principal. Les aiguilles bleues du chronographe sont celles de la grande seconde au centre, de la seconde foudroyante et des temps mesurés en heures et en minutes. Pour faciliter la lecture immédiate, les minutes apparaissent également dans un guichet, détaillant les unités écoulées entre deux index de 10 minutes. Une aiguille bleue indique enfin la propre réserve de marche du chronographe.



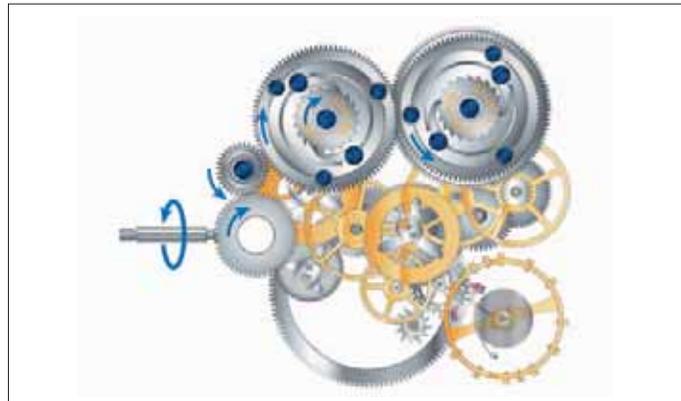
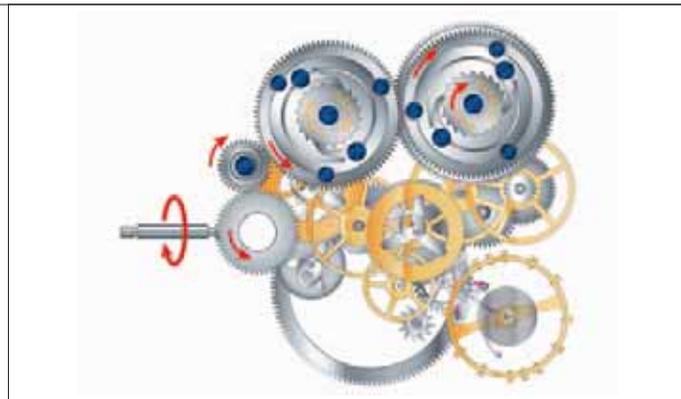
Les sixièmes de seconde

L'aiguille foudroyante des secondes tourne une fois par seconde par sauts précis d'un sixième de seconde, qui correspondent à la fréquence du balancier (3Hz). Le temps écoulé indiqué par le chronographe illustré est donc de 2 heures, 20 minutes, 38 secondes et 1/6^e.



Remontage dans les deux directions

Les deux barillets du Duomètre sont remontés séparément en tournant la couronne dans les directions opposées. Pour armer le barillet de l'affichage de l'heure (signalé par HEURES MINUTES), il convient de tourner la couronne dans le sens horaire. Inversement, il suffit de tourner la couronne dans le sens antihoraire pour remonter le barillet du chronographe (indiqué CHRONOGRAPHE). Les cliquets des rochets intégrés dans les roues séparées des barillets permettent aux ressorts respectifs d'être armés de manière indépendante. Même s'il est entièrement remonté, le chronographe ne se mettra pas en marche si le mécanisme d'indication de l'heure ne fonctionne pas, car ce dernier commande l'entraînement de l'échappement. Même s'il existe une séparation des pouvoirs entre les deux fonctions, le chronographe et l'indication du temps partagent les battements d'un seul échappement.

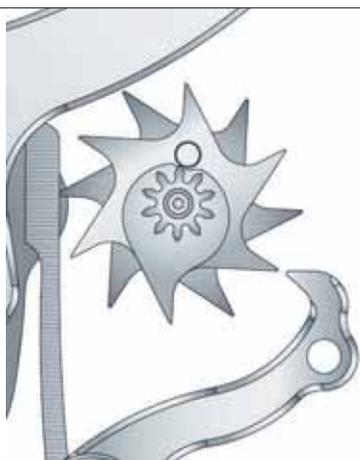


INSIDERINSIDERINSIDERIN



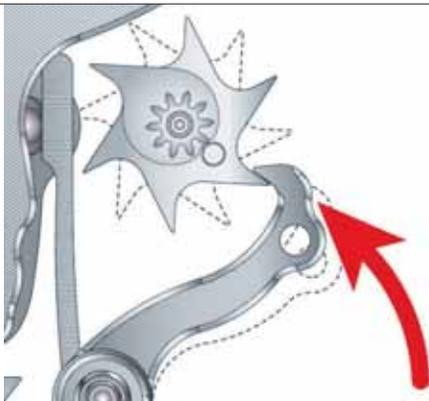
Un départ foudroyant...

Le Duomètre est un chronographe à un seul poussoir, un dispositif assez rare de nos jours mais très classique. Situé juste au-dessus de la couronne de remontoir, le poussoir du chronographe agit sur le levier visible en haut à gauche sur le schéma qui entraîne la roue à colonnes (en bas). Cette dernière contrôle un doigt qui engage l'étoile à six branches de la seconde foudroyante (agrandissement). La première pression sur le poussoir du chronographe libère le doigt afin de mettre en mouvement la seconde foudroyante, les secondes, les minutes et les heures du chronographe.



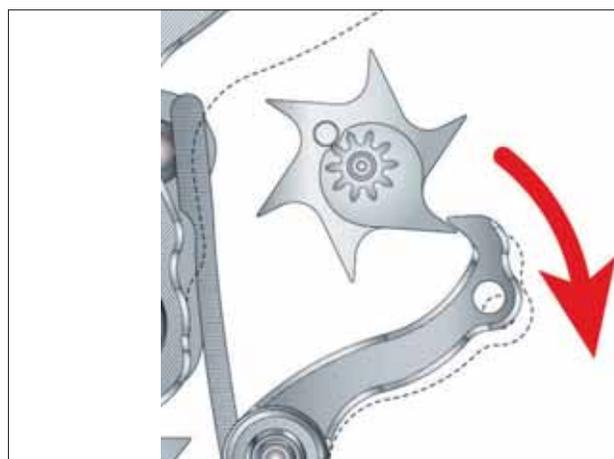
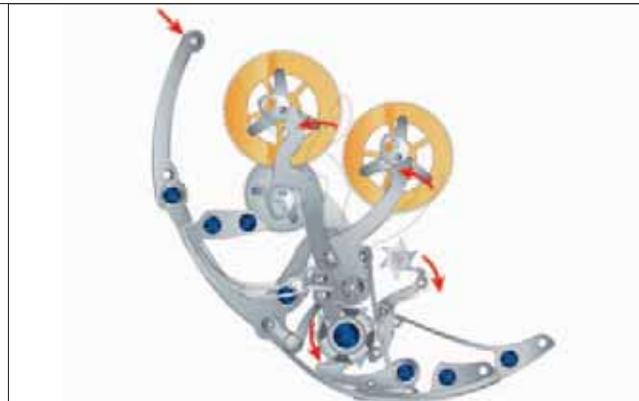
... un arrêt fractionné...

Une nouvelle pression sur le poussoir du chronographe arrête le chronographe en faisant tourner la roue à colonnes, ce qui conduit le doigt à s'engager instantanément dans une dent de l'étoile des secondes foudroyantes. Observez à ce propos que l'une des dents de l'étoile diffère des autres.



... et un retour intelligent

Une troisième pression sur le poussoir du chronographe pendant une durée approximative d'une seconde conduit lentement le doigt vers la roue à colonnes pour l'engager uniquement avec la dent spéciale de l'étoile des secondes foudroyantes, placée au-dessus des autres dents. Ce processus ramène la seconde foudroyante à zéro. Une fois cette étape accomplie et seulement à ce moment-là, les marteaux sont autorisés à s'abaisser fermement sur les cœurs des heures, des minutes et des secondes afin de permettre aux roues de revenir à zéro.



En conclusion

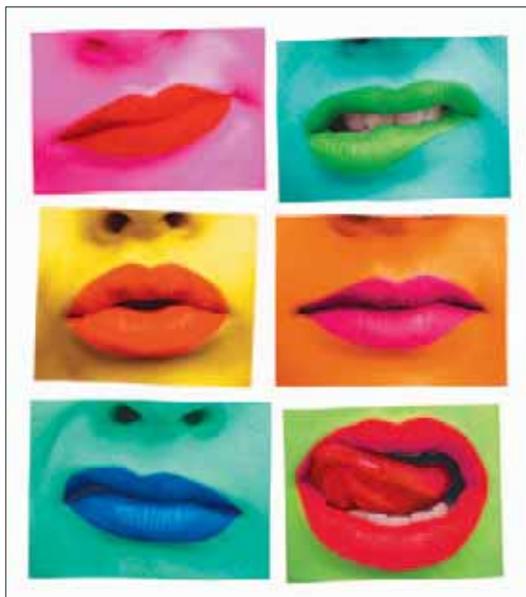
Sans nul doute, le Duomètre est un chronographe très différent et son diamètre de 42 mm est parfaitement adapté à mon poignet. Sa finition répond à des exigences élevées en la matière et j'ai apprécié les vis bleuies qui ponctuent les ponts rhodiés aux coussinets en rubis. Un motif soleil en lieu et place des côtes de Genève plus conventionnelles donne une touche de séduction à l'ensemble.

L'idée de recourir à deux sources d'énergie séparées pour l'indication de l'heure et les fonctions du chronographe m'apparaît judicieuse. La solution apportée à la question du remontage est d'une grande élégance et j'admire la manière à la fois innovante et précise, d'un point de vue mécanique, par laquelle la seconde foudroyante est ramenée à zéro.

Comparé à d'autres chronographes, le maniement du Duomètre est un vrai plaisir. Une certaine pratique est cependant requise pour maintenir le poussoir du chronographe enfoncé durant une seconde pour commander le retour à zéro. Mais que représente une seconde dans le cours d'une vie ?

Il m'a été dit que le concept « Dual-Wing » inauguré avec ce calibre se retrouverait dans de prochaines créations, associé à d'autres complications. J'attends donc avec impatience de les découvrir...

L'émotion contre le rire



Dutton/Getty Images

Nicolas Babey

Avez-vous déjà remarqué que la grande majorité des publicités vantant les mérites de produits bas de gamme cherchent à nous faire rire ? Quel que soit le média, tous les registres de l'humour sont exploités : caricatures de clients, vaudeville, burlesque. Publicitaires et designers franchissent allègrement les limites du bon goût pour emballer et diffuser des objets produits en masse. Tout passe à la moulinette de l'humour et de la caricature : du message véhiculé aux éléments typographiques, en passant par les codes couleurs criards, ou poliment appelés *fun*, et la matérialité même de l'objet. On rit plus volontiers d'objets en plastique que d'objets faits de matériaux nobles.

A l'inverse, combien de publicités pour des produits de luxe ont-elles pour vocation de faire rire ? Très peu. Et si c'est le cas, on peut en déduire que la publicité et le design de l'objet de luxe risquent l'échec.

Un grand silence. S'il est aisé de constater ce phénomène, il est plus ardu d'en proposer une interprétation. Aucun ouvrage consacré au design, à la communication ou au marketing n'offre une explication. Ce silence est d'autant plus étonnant que le rapport que nous entretenons avec le rire a des implications essentielles dans tous les domaines du *mix marketing* : en termes de fonctionnalité et de design du produit, de prix et de séries, en

matière de promotion et de distribution. Un exemple : c'est certainement notre rapport au rire qui arbitre aujourd'hui la vente ou non des objets de luxe sur internet. Tournons-nous vers la philosophie ; un petit ouvrage centenaire de Henri Bergson, intitulé *Le Rire*, nous offre les clés de compréhension les plus convaincantes.

Une femme arrive à un cocktail dînatoire très chic. Elle a consenti un gros sacrifice financier pour se parer d'un tailleur qui lui sied fort bien. Elle se sent belle. Elle s'imagine qu'elle va passer une bonne soirée. Survient alors une deuxième femme, vêtue du même tailleur, portant les mêmes chaussures. Leurs regards se croisent, mélange d'amertume et d'humiliation. L'une d'elles doit partir. Leur soirée est de toute façon gâchée. Arrive enfin une troisième femme habillée du même tailleur... Quelques gloussements moqueurs se font entendre dans l'assistance. Les trois femmes sont objet de risée.

Rire et répétition. Cette anecdote en dit long : comme l'explique fort bien Bergson, rire de quelqu'un ou de quelque chose consiste à « *plaquer du mécanique sur du vivant* ». Ce qui est mécanique présuppose une répétition ou une caricature. Une identité vestimentaire qui se répète agit comme un tic de langage qui détourne

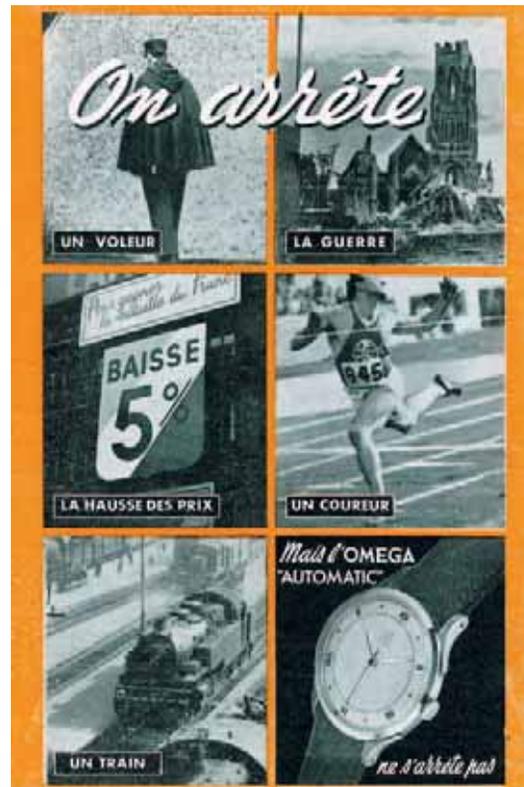
IEANTHROPOLOGI

l'auditoire du message que l'orateur voulait faire passer. Le phénomène de mode est de même nature. Qui n'a jamais vécu cette expérience douloureuse consistant à regarder des photographies de soi vieilles d'une quinzaine d'années ? Comment ai-je pu m'habiller et me coiffer de la sorte ? Une mode a toujours un potentiel comique, surtout quand elle a du succès. C'est d'ailleurs ce qui la tue. Une mode meurt simplement parce qu'elle répète à grande échelle les mêmes objets. Mais elle est rusée ; elle ne dévoile son potentiel comique qu'après sa mort. Nos photographies personnelles en témoignent : rares sont les rescapés !

Valeurs et rire. L'humour est une forme de contrôle social : on rit aux dépens de l'autre. On se moque d'un moment d'égarement, d'un physique disgracieux, d'un accent prononcé. Bref, de toute forme d'élément mécanique posé sur du vivant. Comment arrêter le rire ? On ne rit plus lorsque nos sarcasmes butent contre une souffrance ou une émotion positive, à moins d'être un pervers ou un désespéré. L'émotion face à un paysage grandiose ou le sentiment de compassion s'opposent à l'idée même d'humour. On ne peut pas considérer un spectacle comme impressionnant ou un objet comme sublime, dès lors que ceux-ci se répètent en tout lieu. L'émotion est fille de la rareté.

Emotion, authenticité, exclusivité, intemporalité sont les vertus cardinales du luxe. Créer un objet de luxe, gérer une marque chic, consiste à retourner la proposition de Bergson : il faut désormais plaquer du vivant sur du mécanique pour susciter chez le client une émotion et un sentiment de pérennité. Or, les dangers qui menacent l'essence du luxe et sa gestion sont nombreux. A commencer par le marketing lui-même.

Tout étudiant en gestion apprendra que l'élaboration d'une stratégie présuppose l'identification d'un public cible, à savoir dévoiler des éléments identitaires ou comportementaux qui se répètent chez un grand nombre de personnes : bobos, conservateurs extravertis ou nouveaux riches chinois. Ce travail de segmentation est le même que celui de l'humoriste désireux de stigmatiser toute forme de mécanisme identitaire ou comportemental : si la construction de ces stéréotypes est nécessaire pour vendre des produits de grande consommation, elle peut s'avérer catastrophique dans le



Musée Omega

En 1947, Omega se permettait de jouer sur les mots pour soutenir son ouvrage de précision.

ANTHROPOLOGIE



Audemars Piguet a su créer une campagne de pub, dont cet arrogant coq, qui faisait appel à l'humour. Mais ici, on est dans le sourire, dans la finesse, dans le subtil décalage.

domaine du luxe. Lorsque le client type d'une grande marque de luxe horloger est identifié, il peut aussitôt être caricaturé. Or, le client du luxe a horreur du ridicule ; la marque est donc en danger. Rire d'une marque de luxe est le meilleur moyen de l'écorner. L'augmentation forte de la demande pour des petites séries horlogères témoigne de cette aversion à l'égard du mimétisme et de la répétition de grandes séries, anti-chambres du rire. L'essence du luxe n'est pas de suivre les désirs d'identités déjà existantes, mais de susciter de nouveaux désirs en inventant de nouvelles identités.

Les stéréotypes contre le luxe. Se protéger du rire pour susciter une émotion, c'est organiser la rareté, ainsi qu'une rencontre réelle avec l'objet, tout en échappant à la temporalité des modes. Ce travail d'organisation de l'émotion touche non seulement l'objet de luxe mais également tout ce qu'on lui adjoint pour le valoriser. Le stéréotype devrait en être banni. Depuis une dizaine d'années, bon nombre de publicités horlogères ne se contentent plus de montrer leurs produits, elles figurent des petites scènes allégoriques représentant les valeurs et le territoire de la marque. Les produits sont dorénavant associés à des situations et à des identités censées leur correspondre. Observez attentivement certaines publicités horlogères consacrées à des produits féminins. Hormis quelques exceptions notables, le beau sexe y apparaît toujours sous forme de stéréotype : femme fatale, femme d'affaires, bimbo, ange de pureté. Ces clichés émeuvent les grands enfants ou les suiveurs, rassurés par un monde qui se répète. Certes, enfants et suiveurs représentent encore beaucoup de monde à séduire. Jusqu'à quand ? Pouvoir d'achat et émancipation du deuxième sexe sont en train de changer la donne. Agacées par les petites cases identitaires dans lesquelles on veut les ranger, il n'est pas étonnant que toujours davantage de femmes choisissent des modèles masculins. Signe d'un sens féminin aiguisé à l'égard du ridicule ? Ou faut-il en déduire que les bonnes publicités de produits de luxe n'ont pas de sexe ? ●

Henri Bergson : Le rire. Essai sur la signification du comique, Paris, Presses universitaires de France, 1940 (1^{re} éd. 1900).

Les trois **fées** de Marvin



Xavier Voirol/Strates

Bernadette
Richard

Certes, les fées du monde contemporain n'ont plus l'allure de leurs sœurs légendaires : adieu mousselines, baguette magique, chapeau pointu et sourire angélique. Aujourd'hui, elles parlent français, manient laptop, téléphone portable, voiture sportive, et, en se jouant de la technologie, rajustent leur maquillage. Mais elles restent passionnées, filles de cœur et femmes d'action, sachant se pencher sur le berceau de sujets qui leur semblent dignes d'intérêt. Ainsi Marvin, cause apparemment perdue, sauvée du grand déluge qui emporta bien des entreprises horlogères au cours des deux dernières décennies. Créée en 1850 à Saint-Imier par Emmanuel et Marc Didisheim, la maison déménagea à La Chaux-de-Fonds, employant dans les années 1950 jusqu'à 350 personnes dans le monde. Rachetée par MSR (Manufactures d'horlogerie suisses réunies), elle subit une lente éclipse et dut sa renaissance à la société Time Avenue SA, installée au pied du Château de Vaumarcus, dirigée par Cécile et Jean-Daniel Maye, qui exploite déjà la licence de Nina Ricci, côté horlogerie.

Marvin, le retour. Avec la Française Cécile Maye à gauche, la Québécoise Josée Bélanger...

TRAITPORTRAITPO



... et la Suisse Denise Streit.

Le temps des dames. Rachetée en 2002, Marvin avait besoin d'un sérieux dépoussiérage, relookage, d'une reprise en main. C'est ici que les fées entrent dans la danse. Cécile Maye s'adresse à la société de marketing et de design Toutmorrow à Genève, dirigée par... la Québécoise Josée Bélanger qui s'éprend de la marque ! Tant mieux : grâce aux visions de Cécile qui conçoit les modèles et à l'analyse de Josée qui cerne de près l'identité des montres en gestation, Marvin retrouve un deuxième souffle, une nouvelle personnalité fondée sur une longue histoire, s'affirmant dans une originalité que les deux femmes tiennent en laisse, afin de ne pas se perdre dans les limbes des potentialités du design. « *Nous voulions exprimer non plus le milieu de gamme, mais le cœur de gamme* », précise Josée Bélanger, qui aime jouer sur les mots. Le passé de Marvin intéresse la Canadienne, qui en retient la force mais non la nostalgie. « *Josée est très cohérente, relève Cécile Maye, et chacune doit sortir le meilleur de soi. Avec elle, on élabore des choses sensibles. Mais il nous fallait aussi quelqu'un qui*

les monte et les emboîte, ces modèles, quelqu'un qui travaille dans notre sens... J'ai pensé à Denise Streit, à La Chaux-de-Fonds. »

La troisième fée était trouvée, chaînon essentiel du destin de Marvin : « *J'ai beaucoup de boulot et nous avons très peu de temps, j'ai accepté ce mandat parce que j'avais à faire à des femmes* », précise Denise Streit, dont le regard vert est empreint de malice et de détermination.

Au confluent de trois cultures. Fin 2007. Les montres sont là. Trois destins se sont croisés afin de redorer le blason d'une marque chère à la mémoire des Chaux-de-Fonniers, chacun avec son parcours, ses désirs, sa capacité créatrice.

Née à Paris de parents pieds-noirs, l'initiatrice du projet, Cécile Maye, a roulé sa bosse avant de se poser à Vaumarcus. Son éducation s'est déroulée entre Paname, Lyon, Genève. A 15 ans, pour se sentir plus libre, elle demande à rejoindre un pensionnat ! Elle se dirigera plus tard vers un master en marketing,

qu'elle obtiendra à Paris, mais comme elle n'a qu'un désir, vivre ailleurs, elle s'en ira à Miami, New York et Tokyo pour Cartier : *« J'ai été élevée sans conflit, j'ai appris à ne compter que sur moi, à gérer mes problèmes. Je suis donc un peu têtue. »* Elle rencontre son mari en Asie, s'installe avec lui à Hong-Kong, d'où elle parcourt les pays voisins pour son job. En 1997-1998, le mari doit partir en Argentine pour le groupe Swatch. Lentement mais sûrement, l'idée de fonder leur propre société les titille : ils connaissent l'horlogerie, les circuits, et savent parfaitement que les Suisses maîtrisent le monde de la précision. Ils renoncent à l'Amérique latine et s'installent dans le sein même du tic-tac helvétique, en terre neuchâteloise, une carte postale évoquant les beautés de la campagne, alors que Cécile confesse détester la nature : *« Je pourrais rêvasser place de la Concorde, pas à la montagne, qui me stresse. Mais je suis gourmande de la vie, j'adore les surprises... »* Très Française dans sa manière de s'exprimer, de se vêtir, un brin extravagante, Cécile Maye sait prendre le temps de recevoir, de papoter, d'exprimer le bonheur qu'elle éprouve, au-delà du travail harassant qui a précédé la renaissance de Marvin – et la naissance de son fils en 2002 – à développer une marque en toute liberté. *« Nous ne voulons pas devenir une grande entreprise, souligne-t-elle, je veux avoir du plaisir avec mes clients et avec les personnes qui m'entourent. »*

Venue du Québec. Josée Bélanger est née à Montréal, *« Huitième et neuvième d'une famille de dix enfants... oui, parce que j'ai une sœur jumelle, dit-elle, mutine, avec son accent resté fidèle au continent américain parlant français. J'ai failli mourir à la naissance, alors du coup, jusqu'à cinq ans, j'ai fait comme je voulais. On m'appelait la boîte à surprises. Mon père était entrepreneur, ma mère appliquait une vraie équité d'éducation entre filles et garçons, nous avons tous passé par l'université. Après mes études, je voulais faire du redressement d'entreprises, mais je suis tombée chez Procter & Gamble, les incontournables de la lessive. »* Lors d'un séminaire à Toronto, elle croise un Argentin qui devient son mari... quarante jours plus tard. Elle le suit à Genève, en Angleterre, à Neuchâtel pour Suchard-Tobler, ils quittent ensemble la branche du marketing quand Philip Morris rachète Suchard : *« Les cigarettes, je ne pouvais pas ! »*

CO
MP
LI
CI
T
E

Appréciant tous deux la Suisse pour son organisation, son sérieux, son respect de l'écologie, ils décident de créer leur entreprise à Genève, avec filiale à Zurich dirigée par l'époux. Entre-temps, elle a eu deux enfants qui vivent à Genève. Quand, en 2001, ils se recentrent au bout du lac, Josée a pris beaucoup de place dans la boîte. Elle se retire pour permettre à son époux de reprendre ses marques, suit des cours de psychologie, commence à enseigner dans la Cité de Calvin et à La Chaux-de-Fonds. Son mari vise une fusion pour travailler avec des grands noms, elle préfère les petites unités. Sans démarcher, des clients la relancent, elle se retrouve le pied à l'étrier, fonde Toutmorrow : « *Je bouscule les codes, précise-t-elle, et ce que j'aime avant tout, c'est transmettre des connaissances d'une génération à l'autre. L'horlogerie rejoint ma philosophie : le soin du détail.* » Folle du Mont-Blanc, grande sportive qui s'offre un jogging chaque matin aux aurores, Josée est passionnée par la famille, et la cuisine est son dada.

Boule d'énergie. Parce que sa plus jeune fille était victime d'arrêts respiratoires qui mettaient sa vie en danger à Bâle où elle habitait, Denise Streit a été contrainte en 1986 de chercher un havre à la montagne qui convenait à la petite. Elle avait en poche une formation d'horlogère acquise chez Ebauches SA, puis chez Bulova : « *J'avais eu comme maître d'apprentissage Frédy Reymond, un horloger de très haut niveau.* » Née à Fribourg, Denise entame ses classes en langue allemande et les termine en français. Enfant déjà, elle est fascinée par les montres. Elle entre dans le monde de la précision à l'âge de seize ans à Neuchâtel, mais suit bientôt son mari à Bâle, lui donne deux filles, s'occupe de défilés de mode. Quand l'heure est au changement, ce petit bout de femme rousse dont l'énergie boulerait le feu à la banquise, choisit La Chaux-de-Fonds, métropole horlogère, 1000 mètres d'altitude. Son vieil ami Frédy Reymond lui fournit du travail, elle se perfectionne, et décide de créer sa petite entreprise : « *Je me suis autofinancée, je n'ai eu aucune aide de personne. Les horlogers m'en ont fait voir... Mon parcours a été très dur dans ce milieu. Mais quand j'ai vu comment les mecs travaillaient, je n'ai plus craint personne.* » C'est tout de même un homme, un gentleman, qui lui fait confiance, Daniel Dreifuss de Zurich, qui achètera Maurice de Mauriac dans les années 1990. « *A l'époque, il faisait dans la publicité : montres Whiskas ou Cat, ABB, le tout emballé dans des boîtes en plastique. J'emboîtais, je posais les aiguilles, les cadrans, j'étais surqualifiée, mais il fallait se nourrir et payer les quatre employés. On faisait 500 pièces par jour. Aujourd'hui, on en sort 1000 à dix ou quinze, les temps ont changé!* »

Serrant les dents, soutenue par ses filles, dont l'aînée a fini par la rejoindre, elle a tenu le coup. Reconnue pour son ouvrage soigné, les délais qu'elle respecte, Denise Streit et son équipe – huit femmes, deux hommes, qu'elle forme elle-même – travaille pour de nombreuses marques, dont Girard-Perregaux, Fendi, Raymond Weil, Gucci, Marvin. Les plus grands noms ont eu recours à elle. « *Maintenant, je peux choisir mes clients* », fait-elle, sourire ironique aux lèvres.

Marvin a décidément la baraka : trois fées issues de trois cultures veillent à sa bonne santé et à sa singularité... sous le regard amusé de Jean-Daniel Maye qui endosse l'habit de l'inspecteur des travaux finis ! ●



Belles mécaniques *Swiss made* abordables

Swiss made à moins de 5000 francs. Pour figurer dans cette rubrique, une montre ne doit pas coûter plus de 5000 francs et doit répondre autant que possible à des critères de suissitude et de bienfacture horlogères : un mouvement mécanique helvétique, des caractéristiques techniques et esthétiques attractives et, plus difficile à appréhender, une éthique du *Swiss made* allant au-delà de la définition officielle (largement limitée au mouvement) pour s'étendre à l'habillage de la montre (boîtier, cadran, aiguilles, etc.). Une gageure, lorsqu'on sait que dans cette gamme de prix ces composants non stratégiques ne sont souvent pas produits en Suisse.

Une montre suisse peut en cacher une autre – un peu moins suisse ou un peu plus chère ! Cette sélection de garde-temps s'efforce comme à chaque édition de trouver un compromis – bien helvétique ! – entre la qualité garantie par le savoir-faire horloger suisse et l'accessibilité d'un prix abordable (voir les critères en encadré). Un équilibre loin d'être évident, au vu de certaines pratiques en cours dans l'horlogerie, et qui rend cette rubrique aussi délicate à compiler que – nous l'espérons – intéressante à lire ! Malgré les limites de l'exercice, nous cherchons à dégager pour chaque modèle présenté un juste équilibre entre les critères de sélection, un plus dans un domaine pouvant compenser des lacunes ailleurs.



Auguste Raymond : Chronographe Cotton Club. On trouve parfois de petites perles dans les marques indépendantes et peu connues. Auguste Raymond à Tramelan en fait certainement partie. La manufacture A. Raymond s'est fait un nom dès les années 1910 avec ses mouvements mécaniques fiables et avantageux, qui subsistent à ce jour sous la marque Unitas désormais produite par ETA. Plus modeste aujourd'hui, la marque relancée en 1989 emploie une dizaine d'horlogers, qui fabriquent avec soin et dans les règles de l'art près de 30000 montres par an, dont la moitié mécaniques. Fidèle à la philosophie de son fondateur de proposer des montres « sérieuses et avantageuses », elle focalise toute son énergie sur ses produits plutôt que sur son marketing. Résultat : des garde-temps classiques à des prix défiant toute concurrence. A l'instar de ce chronographe Cotton Club, avec boîtier acier et or jaune, calendrier complet (date à aiguille, jour, mois, phases de lune) et fonction chronographe sur mouvement Valjoux 7751. **3200 CHF**

Grégoire Bailod



Maurice Lacroix: Pontos Chronographe Valgranges. Beau chronographe d'une jeune marque, qui fête ses 33 ans. Maurice Lacroix s'est imposé par le sérieux de sa démarche et la créativité de ses modèles. Ce chronographe Pontos de 47 mm ne déroge pas à la règle: le design est contemporain en restant classique, les finitions sont impeccables, avec des touches particulières comme les larges poussoirs profilés ou la couronne vrillée. Sous le capot, il arbore un moteur Valgranges décoré main et remonté par une masse surdimensionnée. Maurice Lacroix développe et produit ses boîtiers de montres dans sa propre usine à Saignelégier. Une raison de plus pour figurer dans cette rubrique. **4400 CHF**

JEANRICHARD: Bressel Classic Grande Date.

Classique, esthétique, authentique: ce modèle épuré de la marque JeanRichard a tout pour plaire, à un prix vraiment raisonnable pour ce niveau de qualité. Il est animé par un mouvement de manufacture automatique sorti des ateliers de sa grande sœur Girard-Perregaux, affichant une grande date à double guichet et une élégante petite seconde à 6 h. Un produit horloger pur sucre d'une marque qui ne lésine pas sur la provenance helvétique de ses composants. Boîtier acier de 43 mm, fond vissé, bracelet en alligator avec boucle déployante. **4700 CHF**



Longines: Master Collection rétrograde réserve de marche.

Pour fêter les 175 ans de sa fondation, Longines a plongé dans ses racines historiques en éditant cette élégante montre classique. Cette collection met la fonction rétrograde à l'honneur: quatre petites aiguilles animent le cadran de leur course discontinue sur l'arc de cercle qui gradue leurs indications respectives (jour, date, second fuseau horaire sur 24 h et réserve de marche). Le cadran frappé grains d'orge ajoute au côté traditionnel de cette montre. Longines utilise un nouveau calibre ETA, le L697, développé et réalisé pour la marque. L'origine suisse de l'habillage n'est pas avéré. Existe en version six aiguilles sur bracelet cuir. **4990 CHF**





Universal Genève : Microtor UG 101. Universal Genève se fait un honneur et un devoir de fabriquer des garde-temps au pedigree 100% suisse, et munis généralement de calibres maison. C'est le cas de ce modèle Microtor simple et élégant, au moteur UG 101 automatique de conception propre fabriqué en exclusivité par des ateliers partenaires. A ce prix, cela devient presque une exception. D'ailleurs, Universal Genève prévient que les tarifs de ses montres devraient augmenter dans les prochains mois. Une dernière occasion de mentionner cette marque méritante dans notre rubrique avant que ses premiers prix dépassent 5000 francs. **4750 CHF**

Tudor : Chronograph. Un petit air de famille avec la mythique Rolex Daytona ? La lunette est quasi identique, avec son échelle tachymétrique caractéristique. Idem pour la disposition des compteurs sur le cadran, la couronne et les poussoirs. Mais le prix est divisé par quatre, et le symbole sur le cadran est un prince couronné plutôt qu'une couronne royale. Tudor est depuis 1926 la marque cadette de Rolex. Plus abordable et un brin plus décontractée. Tudor a toujours bénéficié de la qualité de fabrication, du réseau de distribution et de service après-vente de Rolex. Ce qui fait de ce chronographe un excellent produit horloger garanti production suisse. **2650 CHF**



TAG Heuer : Carrera Calibre 1 Vintage Limited Edition. Attention, il n'y en aura pas pour tout le monde ! Cette édition limitée de TAG Heuer (6000 exemplaires tout de même, mais une goutte d'eau à l'échelle de la marque) affiche des caractéristiques techniques à la hauteur de son esthétique sportive et racée : dans un boîtier de 43 mm bat un mouvement mécanique Unitas (ETA) à remontage manuel, utilisé dans les montres de poche des années 1960. A l'époque justement où le désormais mythique modèle Carrera de TAG faisait son entrée sur scène. Pour une collection spéciale comme celle-ci, TAG Heuer a fait appel à des fournisseurs locaux pour les éléments d'habillages. Sortie cet été. A vos marques... **4500 CHF**



Audemars Piguet La Millenary Pianoforte est dotée d'un calibre manufacturé à remontage automatique bidirectionnel. Boîtier ovale en or, 45 x 40 mm, satiné et poli. Fond saphir. Cadran à deux zones, nacre blanche et minuterie motif touches de piano noires. Chiffres romains or. Fonction quantième. Bracelet crocodile noir, grandes écailles carrées, boucle déployante AP en or. Série limitée à 500 exemplaires. 37 300 CHF



Bell & Ross Inspiré d'une horloge de cockpit d'avion, cet Instrument BR03-51 GMT Titanium est plutôt destiné aux pilotes et aux grands voyageurs. Second fuseau horaire dans un sous-cadran à 6 h. Mouvement automatique. Boîtier titane poli-satiné 42 mm, Cadran fibre de carbone. Chiffres, aiguilles et index photoluminescents. Guichet grande date. Etanchéité 100 m. Bracelet caoutchouc ou toile. 5700 CHF

Boucheron Pour son 150^e anniversaire, Boucheron a relooké son icône Reflet dont le fermoir breveté en 1947 avait ouvert la voie à l'interchangeabilité. Ce modèle XL est doté d'un mouvement automatique Girard-Perregaux, aux finitions personnalisées. Boîtier de 45 x 31 mm en acier. Cadran guilloché. Dateur carré à 1 h. Fond vissé, gravé et ouvert en ellipse. Etanche à 50 m. Edition limitée à 150 pièces. 6350 € sans bracelet

Bulgari La collection Assioma s'étoffe en accueillant une nouvelle version en édition limitée à 199 exemplaires numérotés sur le côté du boîtier de 48 mm en or rose. Mouvement chronographe automatique, décoré côtes de Genève et perlage. Cadran noir à traitement vertical, appliques traitées au diamant. Trois compteurs, guichet date à 4 h 30. Bracelet alligator, boucle déployante à trois lames or. 17 500 CHF



NOUVEAUTESNOU



Corum Ce dernier modèle de la collection Romvlvs est un chronographe automatique, certifié COSC. Boîte en acier de 44 mm avec effet contrasté du polissage satiné et brillant. Lunette au profil « vague », dessus poli miroir. Couronne vissée, cannelée. Cadran guilloché vertical. Guichet date. Compteurs secondes et minutes. Fond vissé, gravé. Etanchéité 50 m. Bracelet cuir croco, fermoir triple déployant en acier. 6500 CHF



Daniel Roth La Papillon revient cette année en version chronographe. Fondé sur un mouvement automatique Frédéric Piguet à roue à colonnes. Modules de complication maison, dont la double aiguille des minutes pivotante. Boîtier or 43 x 46 mm. Couronne cannelée, cadran guilloché à plusieurs niveaux. Deux compteurs, guichet heure sautante, seconde du chronographe au centre. Fond saphir. Bracelet alligator. 46000 CHF

Eterna Pour le 50^e anniversaire de la gamme KonTiki, la marque a conçu une édition limitée de 50 exemplaires, inspirée du premier modèle de 1958. Cadran bombé avec contours de l'atoll de Raroia. Mouvement automatique manufacturé avec calendrier à saut instantané de la date. Boîtier or, 40 mm. Couronne et fond vissés. Etanchéité 200 m. Bracelet cuir croco, boucle ardillon or. 18900 CHF

Franc Vila Le FVa N° 6 Tourbillon Planétaire Skeleton SuperLigero Concept est doté d'un mouvement mécanique à remontage manuel en Lighnium, un alliage de lithium et d'aluminium léger et dur. Tourbillon volant avec système différentiel sphérique. Réserve de marche de 5 jours avec indicateur à 9 h. Boîte titane noir. Lunette elliptique et circulaire. Glace et fond saphir. Edition limitée de 8 pièces. 230000 CHF



NOUVEAUX AUTES NOUVEAUX



Gucci Avec ce nouveau modèle de la collection Panthéon destiné aux hommes, Gucci monte en gamme. Son étanchéité à 300 mètres le destine naturellement aux amateurs de sports nautiques. Mouvement automatique ETA. Boîtier acier brossé et poli, 44 mm. Lunette tournante unidirectionnelle. Couronne et fond vissés. Ecusson gravé sur le fond. Cadran noir laqué, guichet date. Bracelet acier, boucle déployante. 2550 CHF



Hermès Le modèle Clipper H1 Grande Date Sport est doté d'un mouvement à remontage automatique. Le calibre H1 a été conçu et développé par Vaucher Manufacture Fleurier. Boîte acier, 43,5 mm, lunette tournante crantée unidirectionnelle. Fond saphir. Cadran anthracite. Fonction grande date. Ponts et platines rhodiés, masse oscillante au décor maison. Bracelet veau barénia, boucle déployante. 11 320 CHF

Montblanc Le modèle Star Nicolas Rieussec Monopusher Chronograph est dédié à l'inventeur du chronographe qui déposait une goutte d'encre sur un double-cadran rotatif. Mouvement manufacturé à remontage manuel, roue à colonne et embrayage vertical. Réserve de marche de 72 heures, visible par le fond. Cadran décentré, quantième à aiguille, deux compteurs, poussoir à 8 h. Boîtier or de 43 mm. Série limitée. 30 900 CHF

Oris Tous les noms des étapes de la saison 2008 de F1 sont inscrits sur le cadran de cette nouvelle TT3 Grand Prix en édition limitée de 1800 pièces. Mouvement automatique. Boîtier titane, 43,5 mm. Lunette avec échelle des minutes. Cadran carbone, guichets superposés jour et date à 6 h. Fond vissé transparent. Bracelet caoutchouc, attaches mobiles intégrées, boucle déployante titane. Étanche à 100 m. 1780 CHF



NOUVEAUTESNOU



Panerai Cette Luminor est dotée d'un tourbillon discret et novateur visible par le fond saphir. Mouvement à remontage manuel, avec trois barillets pour une autonomie de 6 jours. Fonction GMT. Boîtier acier satiné 47 mm, dispositif protège couronne. Indication jour/nuit à 3 h, petite seconde et indicateur du tourbillon à 9 h. Réserve de marche au dos. Edition limitée. Etanchéité 100 m. 114500 CHF



Parmigiani La Kalpa Hémisphères inaugure une collection dédiée au voyage, inspirée par le navigateur Bernard Stramm. Elle est dotée d'un second fuseau à 12 h dont le réglage indépendant s'exécute à la minute près, ce qui est utile quand le décalage est d'une demi-heure. Guichet date à 9 h, deux indicateurs jour/nuit et petite seconde. Boîtier or. Mouvement automatique. Bracelet alligator. 29600 CHF

Paul Picot Le Technograph F.C. Internazionale est un chronographe automatique créé pour le 100^e anniversaire de l'Inter Milan. Boîte acier, 44 mm. Couronne vissée. Affichage de la petite seconde à 9 h en deux passages d'une aiguille à deux tailles. Idem pour le compteur 30 minutes. Cadran central réservé au logo. Fond saphir. Lunette gravée. Etanche à 100 m. Edition limitée à 2008 pièces numérotées. 8000 CHF

Piaget L'Emperador Coussin Quantième Perpétuel est doté d'un second fuseau horaire. Ce nouveau calibre automatique propose deux affichages rétrogrades pour la date et le jour de la semaine, dans deux secteurs, ainsi que les mois et les années bissextiles dans un compteur à 12 h. Petite seconde à 4 h. Réserve de marche de 72 heures. Boîtier or rose, 46 mm. Fond saphir. Bracelet alligator. 68900 CHF



NOUVEAUX



Ulysse Nardin De l'InnoVision (cf *Watch Around* n° 3) à la pratique : la Sonata Silicium illustre l'usage multiple du nouveau matériau pour l'ancre, la roue d'échappement et le cadran. Trois innovations utilisées pour la première fois dans une production en série. Modèle alarme avec gong cathédrale, deuxième fuseau, grande date. Mouvement automatique. Boîtier de 42 mm or rose ou blanc en deux séries de 500 pièces. 69900 CHF



Vogard En plus de 24 villes du monde, le modèle Stockmaster propose 17 places financières, ainsi que les heures d'été pour les deux hémisphères. Spécialité de la marque, le changement de fuseau se fait par la lunette. Mouvement automatique. Cadran fibre de carbone, Affichage 24 h au centre pour l'indication AM/PM, date à 4 h 30. Boîtier en acier traité (TIC) de 43 mm, bracelet alligator. 5800 €

Wylar Avec son cadran gris, son bracelet caoutchouc gris foncé et son boîtier brossé gris, ce chronographe automatique complète la collection de chronos en édition limitée en jouant ton sur ton. Trois compteurs, quantième à 4 h 30. Le mouvement est logé dans une coque en titane antichoc. Rotor évidé et gravé. Balancier Incaflex, spécialité de la maison depuis 1927. Couronne protégée. Fond saphir. 9800 CHF

Zenith Cette Defy Classic Gold Power Reserve Elite est un garde-temps résolument masculin pour elle. Mouvement à remontage automatique dans les deux sens. Boîtier acier, 43 mm, lunette tournante unidirectionnelle or. Couronne vissée. Fond saphir. Cadran guilloché, appliques or. Petite seconde à 9 h. Indication réserve de marche. Guichet date avec loupe. Bracelet cuir alligator. Etanche à 300 m. 12200 CHF

