

LA RANCUNE, L'AMNESIE ET LA MEMOIRE

Daniel Stucki

Et si l'on parlait d'autre chose... Ce n'est pas l'envie qui manque, mais les considérations météorologiques ont des limites, les bulletins de santé chagrinent comme les exploits sportifs sans lendemain et, que vous le vouliez ou non, dans la moindre conversation de la planète horlogère le sujet refait surface très vite et vous n'y échappez pas.

Plus question de faire diversion, de tourner autour du pot ou de dégager en corner. Personne n'est dupe, tout le monde est touché, à des degrés divers, concerné, impliqué. Tenter l'esquive paraît suspect, les propos rassurants ou optimistes sur son propre cas ne sont pas pris au sérieux. Quand le mot « crise » n'est pas prononcé, c'est l'adjectif « difficile » qui prend le relais pour qualifier la situation, les affaires, l'avenir immédiat.

Dans l'Arc jurassien, les discours lénifiants n'ont plus cours. Les marques qui prétendaient être épargnées par un positionnement supérieur, une niche particulière, n'ont pas fait illusion très longtemps. Dans ce tissu serré de clients et de fournisseurs, tout se sait, jusqu'au volume exact des commandes de composants passées à la trappe.

Lorsque, à la question habituellement de pure forme « comment allez-vous ? », votre interlocuteur répond d'une voix forte « mal ! », vous êtes tout de suite dans le vif du sujet. Au téléphone, dans les bureaux ou dans les ateliers, le parler vrai a remplacé la langue

de bois. Et tant mieux, car alors ce sont les vrais sujets qui surgissent et nourrissent la conversation.

Il y a de l'amertume dans les propos, le sentiment, exprimé par les anciens « partenaires », fournisseurs d'idées, de composants ou de calibres clés en main, d'avoir été les dindons de la farce. Certains comportements sont montrés du doigt, dans la série « la loyauté n'est plus ce qu'elle était ».

Parallèlement des gestes de solidarité plus rares et d'autant plus appréciés, sont échangés entre marques et fournisseurs, dans les deux sens et il faudra s'en souvenir. Entre la rancune et l'amnésie, il y a de la place pour la mémoire.

Mais ce sera pour plus tard car très vite on passe à autre chose, les manches sont retroussées et c'est la sortie de la crise qui est à l'ordre du jour. Avec le vœu qu'elle ait au moins servi à assainir le secteur, à éliminer les dérives du paraître et de la poudre aux yeux, à supprimer la pratique scandaleuse du lancement sur le marché de pièces non fiabilisées, à des prix surfaits et qui ne marcheront jamais...

L'exception n'a jamais été la règle bien sûr, mais l'euphorie a conduit à des aberrations qui doivent être corrigées. On s'est parfois moqué du client en lançant des boomerangs horlogers revenus aussitôt dans des services après-vente dépassés. Cela ne se reproduira pas, promis, juré... Il n'est pas sûr que la clientèle à reconquérir se contente de mots.

Jean-Philippe Arm



9

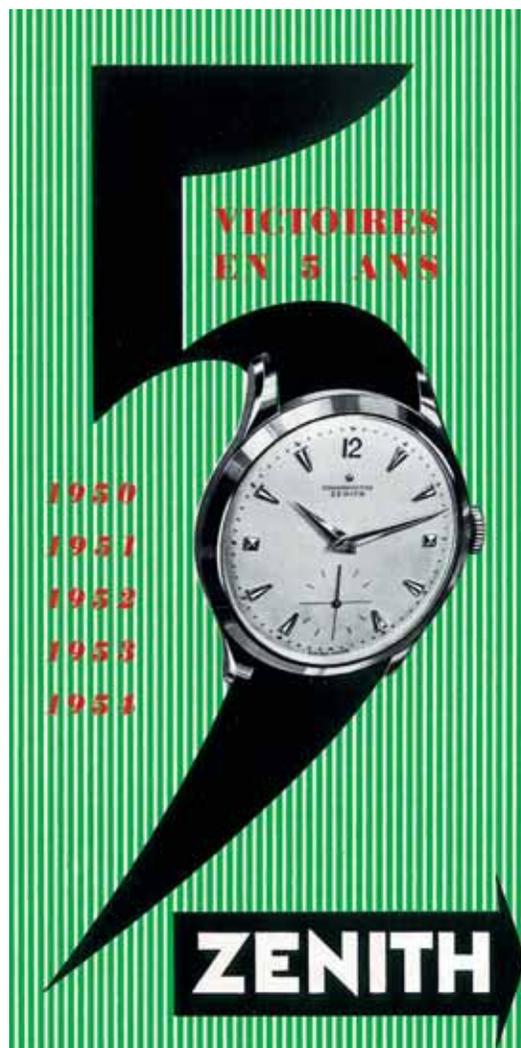
Tracteurs contre tourbillons

Alan Downing

Le premier concours de chronométrie depuis plus de 30 ans, organisé par le Musée d'horlogerie du Château des Monts au Locle, se présente d'ores et déjà comme une compétition entre des mouvements mécaniques fabriqués en quantités industrielles, surnommés des «tracteurs», et des mouvements manufacturés artisanalement pouvant coûter jusqu'à mille fois plus cher.

Champion de la catégorie tracteurs, Tissot participe avec le plus commun des calibres, un ETA 2824 oscillant à 28800 a/h (alternances par heure). Swatch, marque sœur, est en compétition avec le même calibre. Ces deux mouvements seront bien entendu de «qualité chronomètre» (la catégorie de finition et d'ajustement la plus poussée dans la gamme de finitions ETA) et spécialement ajustés pour le concours. «*Si vous produisez seulement cinquante mouvements par an, vous avez moins de chances d'avoir un mouvement gagnant que si vous en produisez des centaines de milliers*, affirme Nicolas Clerc, chef du département produit de Tissot. *Et si vous ne fabriquez qu'un seul mouvement, il y a des chances qu'il se casse durant les tests.*» Il admet qu'il pourrait être embarrassant pour les marques prestigieuses qu'un tracteur remporte la compétition. Mais la marque locloise, par loyauté envers le musée local, est déterminée à «*jouer le jeu jusqu'au bout*». Doxa est une autre marque qu'on n'associerait pas spontanément avec l'horlogerie de précision, mais elle possède un lien avec le Musée du Locle puisque le fondateur de l'entreprise, Georges Ducommun, a été propriétaire du Château des Monts. La marque soutient ainsi le cinquantième anniversaire du musée par la rénovation d'une de ses salles et par sa participation au concours. Elle sera en compétition avec un autre tracteur, le mouvement ETA 2892, plus récent et plus mince que son cousin le 2824, et qui sera préparé par le père de Romeo Jenny, directeur général de Doxa.

Un ticket pour la gloire. Aux antipodes des mouvements industriels, Greubel Forsey concourt avec son très complexe mouvement à quadruple tourbillon avec différentiel sphérique. Dans le dernier numéro de *Watch Around*, Ron DeCorte avait identifié cette montre comme un concurrent idéal, car ses balanciers inclinés permettent d'éviter les positions horizontales et verticales des tests. «*Cet*



MIH, La Chaux-de-Fonds

article nous a fait réfléchir, et lorsque le délai d'inscription du concours a été prolongé, nous avons saisi la balle au bond et décidé de participer», explique Stephen Forsey.

Le concours est une excellente opportunité pour des horlogers habiles de se faire connaître. L'horloger allemand francophile, Karsten Frasdorf, a fondé la Fabrication de Montres Normandes, qui produit en Normandie pour Chronoswiss et quelques marques suisses. Pour la compétition, il a fabriqué un échappement complexe à force constante muni d'un balancier de 18000 a/h, deux ressorts de balancier, deux roues d'échappement coaxiales et trois ancres. *«C'est un projet de dernière minute, mais si je ne remporte pas ce concours, je gagnerai certainement le prochain.»*

Kari Voutilainen, un horloger réputé et respecté par ses pairs, a opté pour la très haute fréquence (36000 a/h), mais dans le plus classique des mouvements avec un balancier Guillaume à l'ancienne et un spiral bleu à courbe levée – le tout dans son délicat style artisanal. *«La marche est constante et l'isochronisme est bon, mais je suis un peu inquiet pour le magnétisme»,* admet Kari Voutilainen.

Tourbillon ou gadget ? Une victoire des mouvements à tourbillon remonterait leur prestige déclinant. Parmi les grandes marques prestigieuses, Jaeger-LeCoultre s'est inscrite avec deux montres tourbillon – un calibre 174 Reverso Gyrotourbillon et un calibre 978 Master tourbillon. *«Participer est plus important que gagner»,* déclare noblement le directeur de Chopard, Karl-Friedrich Scheufele. Chopard a néanmoins une double chance de gagner puisqu'elle concourt également avec deux montres, un tourbillon 4T de sa manufacture de Fleurier, et un Tourbillon 1869 de sa branche genevoise, la société Le petit-fils de L.U. Chopard. La 4T a des atouts par son balancier à haute fréquence de 28800 a/h, et un mouvement huit jours avec quatre barillets. De plus, c'est l'un des seuls tourbillons à être certifié COSC (contrôle officiel suisse des chronomètres). Ce concours sera l'occasion pour François-Paul Journe, qui conteste la définition de chronomètre du COSC, de vérifier si son modèle en lice, le Chronomètre Souverain, est véritablement digne de son qualificatif. Les marques qui ont historiquement dominé les concours de chronométrie – Patek Philippe, Omega, Ulysse Nardin, Rolex – brillent par

leur absence à cette compétition. A l'exception de Zenith, qui a gagné cinq concours successifs de 1950 à 1954 avec son calibre 135 à 18000 a/h. Cette fois la marque se présente avec un mouvement deux fois plus rapide, un El Primero automatique battant à 36000 a/h. Ironie du sort, «le premier» mouvement à 36000 a/h était japonais, et il a sonné le glas des concours de chronométrie en remportant dès 1969 les compétitions des observatoires de Genève et Neuchâtel. Celles-ci furent suspendues en 1972, à la demande des marques suisses, et l'arrivée des mouvements à quartz avec leurs fréquences imbattables a justifié leur fin définitive. Cette fois, il n'y a pas de concurrence japonaise. Bien que le challenge soit ouvert à l'Azerbaïdjan et à tous les pays européens, il est fermé aux trois principaux pays producteurs de montres que sont le Japon, la Chine et les Etats-Unis. Cependant, selon un porte-parole de la compétition, le jury débat encore d'une éventuelle seconde édition universelle.

Danger politique. Le concours a eu des débuts difficiles, et le délai d'inscription a été prolongé à fin 2008 pour accepter quatre entrées tardives, dont Zenith et Audemars Piguet, portant le nombre total de participants à 17: des marques, des individus, mais aucun concurrent des écoles d'horlogerie.

Les difficultés techniques ont également été importantes. Les deux institutions de chronométrie, le COSC et l'observatoire de Besançon, ont dû coordonner leurs systèmes. Le COSC ne teste en effet que les mouvements, et n'est pas spécialement équipé pour contrôler des montres emboîtées. Les pièces commenceront par 15 jours de tests standards de chronométrie à Besançon, puis autant au COSC au Locle. Elles subiront des chocs et des vibrations à l'école technique ARC du Locle puis retourneront au COSC pour 15 nouveaux jours de tests. En tout, 45 jours d'épreuve, comme au temps des anciens concours d'observatoires. Les participants ont entrepris une noble quête – le Graal de l'horlogerie. Cependant, les marques hésitent à proclamer leur participation. Pour ménager les susceptibilités, il n'y aura qu'un vainqueur, annoncé en décembre 2009, mais pas de classement des vient-ensuite. Les règles et la liste des participants sont publiées sur le site des organisateurs: <http://www.chronometrie2009.ch> ●

Contre la contrefaçon



Olivier Broto

Il existe deux formes de contrefaçons : celle qui se fait avec la complicité du consommateur et celle qui se fait malgré lui. La première titille ses envies d'objets inaccessibles l'entraînant à franchir le pas d'une acquisition usurpée. La deuxième, plus raffinée, peaufine son outil de production et ses finitions à un tel degré de qualité dans l'imitation qu'il devient impossible de distinguer le bon grain de l'ivraie.

Le business de la contrefaçon horlogère englobe ainsi deux familles. La contrefaçon acceptée par le consommateur et celle qui abuse le client. A la tête de ces business frauduleux, souvent les mêmes intérêts, les mêmes appartenances à des réseaux occultes ou au crime organisé. Cependant, sur le terrain de la consommation, les batailles à mener gagnent à tenir compte de cette différenciation et à adopter des méthodes distinctes, même si elles peuvent avoir un tronc commun.

De la même manière qu'il participe sans complexe au phénomène des téléchargements illicites de musique ou d'images sur la toile, le consommateur mondial peut facilement étancher sa soif de luxe à bon compte en quelques clics. Les moteurs de recherches sont infestés d'offres « replica » qui nuisent à la visibilité des marques, tant elles abusent dans leurs tags des mots les plus demandés et des noms des marques les plus célèbres. Sans parler des astuces et du savoir-faire subversif d'acteurs disposant de compétences technologiques toujours en avance sur leurs poursuivants. Le client ne s'embarrasse pas de scrupules. Il cède et s'approprie ainsi une parcelle de prestige.

La honte. Ses motivations sont à la hauteur de ses moyens. S'il pouvait se l'offrir, craquerait-il pour la version non parodiée de l'objet convoité ? Pour contrer ces voleurs à la sauvette, outre les actions policières ou douanières, il y a sans doute l'éducation, notamment par le regard de l'autre. Car si le détenteur d'une fausse montre de marque, principalement mû par son désir de paraître, faisait régulièrement l'objet de moqueries, il s'en départirait certainement sans tarder. Passer pour un trompeur n'est pas reluisant. Utopique ? C'est en tout cas le pari tenté par la campagne internationale de sensibilisation au problème de la contrefaçon lancée en janvier, en marge du SIHH, par la Fondation de la haute horlogerie (FHH) et la Fédération de l'industrie horlogère suisse (FH) avec le slogan : « Fake watches are for fake people » (« Les fausses montres sont pour les personnes fausses »). L'éducation du consommateur lui permettrait aussi de reconnaître une boîte de basse qualité, aux cornes molles, ou la brillance si peu attractive d'un faux verre saphir. Sans parler de détails spécifiquement développés par les marques comme signes d'authenticité. Cartier fut l'un des pionniers dans cet

exercice, glissant une minuscule reprise de son nom en remplacement de la barre du «V» de son chiffre romain VII. Et même si les faussaires ont depuis contourné le problème, il demeure que ce détail leur occasionne bien des tracas.

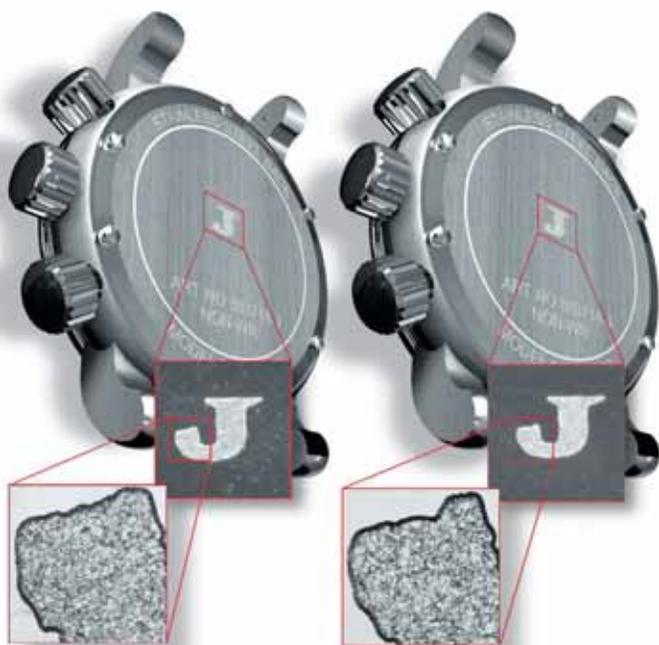
Dans le monde horloger, les histoires des montres « tombées du camion », des vrais mouvements équipant des fausses montres n'en finissent pas. La formule « avec une vraie Rolex, je t'en fabrique trois fausses » continue d'alimenter la rumeur. Mais il est une certitude : des montres sont si bien contrefaites qu'elles parviennent même à bernier un horloger. Les pirates ont pratiqué l'espionnage industriel, affûté leurs outils, engagé certainement de vrais horlogers et disposent aujourd'hui de moyens impressionnants. En Asie, ce marché tend même vers la copie de pièces anciennes, de celles qui réjouissent les maisons de vente aux enchères.

Les experts ont de belles heures devant eux, mais aussi de nouveaux besoins en formation continue.

Esquisses de solutions. Pour combattre ce fléau, il y a bien des opérations musclées, des avocats spécialisés et des programmes emmenés par des structures faïtières. Mais aucun standard n'émerge. Juste des débuts de solutions qui privilégient des pistes disparates, selon que leur inspiration naît d'un esprit formaté biométrie ou d'un savant orienté reconnaissance visuelle.

En donnant une visibilité à WISKey à l'occasion de BaselWorld 2009, Hublot a choisi l'approche « Smart ». Une solution intéressante qui consiste à connecter à un ordinateur une carte bancaire. Une fois la connexion établie avec la base de données centrale de la marque, des flux d'informations savamment cryptées transitent pour renseigner le possesseur sur l'authenticité de sa montre. Un substitut original au certificat papier si facilement copié. Le hic pourrait venir des détaillants qui, face à un tel moyen d'entrer en contact direct avec le client final, pourraient y voir quelque douteuse intention de la part des marques. Et que faire des clients qui se seraient défaits de leur montre sans mettre à jour leurs données ?

La solution d'une autre société suisse de sécurité, AlpVision, pourrait bien, dans ce contexte encore en friche, faire des émules. L'idée est simple : vous photographiez votre montre (par exemple avec votre téléphone mobile), vous envoyez cette image à une base centrale automatisée qui, par reconnaissance visuelle, vous dira tout de sa véritable provenance. Et ce, sans marquage additionnel, juste parce que chaque pièce fabriquée, même au monde du micron usiné, est unique : ses minuscules disparités resteront aussi dissemblables que les contours d'une empreinte digitale. Le problème de la distance est ainsi résolu, on peut faire appel au système où que l'on soit. Le respect des données privées est préservé. Bien que ce système requière une prise de vue préalable de chaque montre, a priori chez le fabricant, et bien qu'il focalise uniquement sur la boîte, il demeure le plus prometteur au regard des critères actuels : réseaux mobiles généralisés, économie du démontage de la pièce, coûts minimes, qui plus est supportés par l'envoyeur. Le « MMS watch » vient de naître, et fera encore certainement parler de lui. ●



Même en travaillant au micron, chaque pièce est unique, avec des « empreintes digitales » facilement vérifiables en envoyant un MMS!

Nouvelles marques à gogo Et après ?

Pascal Brandt

L'horlogerie est en train de clore un chapitre de plusieurs années d'euphorie, au cours desquelles de nouvelles marques ont vu le jour par dizaines. Multipliant les coups d'éclats et surfant sur la vague d'une demande insatiable, nombre de ces « newcomers » ont été portés très vite au pinacle tant recherché de la haute horlogerie et du luxe, leurs noms s'ajoutant aussitôt à la liste déjà longue des sociétés actives dans le haut de gamme et le prestige. Mais le contexte a brusquement changé. Après le feu d'artifice, que va-t-il se passer pour les nouveaux venus dans la pénombre des marchés en crise. Sont-ils aujourd'hui plus menacés que d'autres ? Quels sont leurs atouts et leurs faiblesses ?

Cette kyrielle de nouveaux venus présente quelques caractéristiques récurrentes. L'époque faste a permis à beaucoup d'entre eux de se lancer avec des investissements initiaux et des infrastructures légères, voire inexistantes en amont. Avec un cœur de cible commun : des clients fortunés désireux de renouveler leur collection personnelle par des acquisitions échappant aux canons de la légitimité traditionnelle. Et une prédilection pour la nouvelle clientèle émergente des « BRIC » (Brésil, Russie, Inde et Chine). Sans établir une typologie exhaustive, on peut répertier la plupart des marques apparues dans le sillage de Richard Mille – le grand frère qui a réussi – en quelques catégories distinctes, selon qu'elles sont le fait d'horlogers-concepteurs, de designers, de marketeurs, de distributeurs ou encore d'anciennes marques réactivées.

Indépendamment de leurs origines, la grande majorité d'entre elles ont visé la niche du positionnement supérieur, attaquant le marché par le haut du panier. Parmi les ingrédients : tourbillons en cascade, combinaisons de complications, produits lourdement sertis et autre concept-watch, le tout oscillant entre d'intéressantes et authentiques innovations et des créations « bling-bling », balançant entre produits fondés sur le contenu (mouvement) ou axés sur un design fortement typé, jusqu'à l'outrance. Tout ou presque semblait possible dans cette dynamique initiée par les représentants de la « nouvelle horlogerie », ainsi étiquetée par opposition à l'ancien monde horloger, celui des marques « historiques ».

Prise de pouls. Mais aujourd'hui la crise est là, qui pourrait toucher de plein fouet nombre de sociétés. Quel visage l'horlogerie offrira-t-elle au moment de la reprise ? Les « newcomers », qualifiés parfois d'opportunistes frivoles dans la branche, sont volontiers désignés aujourd'hui comme étant les plus exposés. Une prise de pouls s'imposait auprès de quelques-unes des marques concernées, mais aussi d'experts de la distribution, car c'est évidemment là que tout va se jouer.

En effet, comment trouver – et conserver – sa place en vitrine dans un marché dominé de longue date par les poids lourds ? Les réponses placent systématiquement le produit au cœur de l'action. Pour Philippe Dubois, directeur de Badollet, « *spécificité et nouveauté* » se combinent à « *l'exclusivité de la distribution, aux capacités de livraison, au positionnement de prix et aux marges* ». Chez Hautlence, la responsable des ventes Patrizia Ameli met l'accent sur la valeur ajoutée conférée



Fabrice Hoffler/Noir d'Ivoire Sàrl.

au mouvement, un calibre maison. Un agent indépendant affirme quant à lui que la solution réside dans des produits exceptionnels au plan des matériaux, du design ou de la communication, ou du moins d'un marketing efficace pour le faire croire. «Le matraquage sur les marchés dits émergents marchait lorsque les Russes étaient naïfs et pleins aux as.»

Mais combien de distributeurs dans le monde peuvent réellement représenter et absorber une typologie de produits onéreux, tous peu ou prou situés dans le même segment étroit de marché? Le constat est unanime chez toutes les personnes interrogées: moins de cent points de vente sont susceptibles de représenter ce type de produit. Cependant, «nous avons tous des détaillants bonus, moins qualitatifs», nuance le représentant d'une marque très typée. Selon un distributeur indépendant, «il y a au maximum dix trend-setters et une cinquantaine de suiveurs qui prennent la

deuxième vague si elle est porteuse chez les premiers. Au-delà de 100 000 francs, moins d'une centaine de points de vente sont en mesure d'assurer un service à la hauteur... et de payer leur stock!»

Concessions pour une place au soleil. Souvent en effet les concessions faites sur les conditions de paiement et les marges sont le prix à payer pour ces marques qui cherchent une place au soleil dans les vitrines, sans parler des pièces laissées en consignment, une pratique pouvant réserver de cruelles déconvenues. Autant de paramètres pénalisants, qui ne sont pas compensés par l'attrait de la nouveauté. Le statut de nouvelle marque ne représente-t-il pas pourtant un avantage pour une distribution souvent pressée par les acteurs majeurs du marché? Les avis sont partagés. Cela dépend du profil du détaillant, entre «spécialistes en recherche de nouveautés prenant des risques

sur les nouvelles marques», et «ceux qui ont des marques locomotives et n'ont pas beaucoup d'intérêt à faire un effort particulier», relève-t-on chez Hautlence. Pour d'autres, telle Urwerk, «l'avantage des petites marques est de pouvoir traiter directement avec les boutiques... Souvent, c'est le détaillant qui vient nous voir parce qu'il a reçu des appels de clients potentiels.»

Pour Philippe Dubois, pas de doute: «Le statut de nouvelle marque est un avantage certain, il joue un rôle favorable car la distribution en a marre d'être prise en otage par les entités multimarques». Le directeur commercial d'une marque relève quant à lui que les nouveaux venus cumulent à la fois force et faiblesse: «La concurrence est rude, particulièrement de la part des marques de tradition, alors que paradoxalement les mêmes clients finaux recherchent l'originalité. Par contre, si le produit est fort, tout est possible.»

Reste que la crise, virulente, plombe les ventes depuis l'automne dernier et que 2009 sera l'année de tous les dégazages. Si, par leurs capacités financières et les synergies transversales qu'ils peuvent déployer, les groupes sont en mesure de faire le dos rond, il en va tout autrement pour les nouvelles marques: difficultés de trésorerie, fournisseurs parfois impayés depuis des mois, approvisionnements coupés, stocks dont les revendeurs ne savent plus que faire... Si quelques-unes ont déjà fermé boutique, la persistance de la crise va inévitablement en éliminer d'autres.

Cynisme ambiant. Pour le responsable commercial d'une marque de niche, pas de doute: «Le milieu horloger sera affecté dans sa globalité, des marques en passant par la distribution jusqu'aux médias spécialisés. Seules resteront ceux qui auront su garder leur ligne de conduite: une production ajustée à la demande, et pas l'inverse qui plombe les marchés en générant des stocks trop élevés». Ailleurs, le propos est plus pessimiste: «Il y aura de la casse, tout le monde le sait. Les marques n'ayant pas trouvé leurs repères vont disparaître. Les plus cyniques pensent que ce grand ménage nous fera le plus grand bien.» Un avis auquel fait écho celui du directeur général

d'une marque établie: «On a vu récemment tout et n'importe quoi, et j'espère que la sélection naturelle se fera, à savoir que les bonnes marques survivront.» Plus radical, l'agent indépendant constate que «le paysage a changé peu avant Bâle 2008, et tout le monde s'est voilé la face. Demain, ceux qui étaient forts avant le siècle seront encore plus forts; et la plupart des prétendus horlogers du XXI^e siècle auront disparu.» Ceux-là mêmes qu'il qualifie de «faux luxe du début des années 2000, caractérisés par leur opportunisme commercial sans réelle valeur ajoutée».

L'ensemble des déclarations résume bien, au travers des termes utilisés, ce que furent ces années d'euphorie durant lesquelles il semblait que, décidément, tout était permis. Et montre que désormais un nouveau monde est en train d'émerger. Au final, nul doute que le marché des acteurs horlogers comptera ses disparus parmi les illusionnistes pour lesquels l'horlogerie était un écran de fumée. «Les détaillants dépendent plus des groupes que d'une somme de petits indépendants», note Eric Loth chez British Masters. «Ils ne pourront pas se passer des grandes entités. La distribution fera le tri parmi les petits, et les groupes multimarques risquent de voir leurs marques se faire la guerre en interne aussi.»

Résistance au gavage. Parallèlement, une conséquence de la crise sera peut-être enregistrée dans les relations liant de longue date les poids lourds de l'horlogerie à une distribution qu'ils pensaient toute acquise à leur cause. Celle-ci, aujourd'hui, pense qu'elle a, elle aussi, des atouts à faire valoir. Des réseaux nationaux de détaillants tentent désormais, en coulisses, d'organiser une résistance sélective au gavage dont ils ont été l'objet.

Quant aux survivants, ils en seront quittes pour certains à réfléchir aux investissements nécessaires à la solidification en amont de leur base «industrielle». Une espèce est probablement en voie d'extinction, celle des montres vendues plusieurs dizaines de milliers de francs sans réel contenu, équipées de mouvements achetés en externe pour quelques centaines de francs, à tout casser. ●

Frémissements sur le marché des horloges anciennes



Pièce rare proposée à Milan : horloge de table signée CK (Conrad Kreizer), Allemagne, environ 1570.

Ollivier Broto

En ces temps agités, la cote des horloges anciennes se maintient étonnamment bien. Les pièces les plus prisées sont celles du XVIII^e siècle, bien que l'offre sur le marché couvre une fourchette allant du XV^e au XX^e siècle. Ne ramenez pas l'un de ces fleurons de l'horlogerie ancienne avant d'avoir consulté votre moitié, tant l'objet occupe de l'espace ! Un conseil valant particulièrement pour les inconditionnels qui lorgnaient du côté de l'Italie, où s'est déroulée le 24 mai au Grand Hôtel de Milan une vente aux enchères de Patrizzi & Co Auctioneers centrée sur des lots du XVI^e siècle. « Une extraordinaire collection d'horloges Renaissance avant les pendules », précise le communiqué de la vente.

Les standards du goût ont évolué en matière de décoration intérieure. Ils se sont affranchis de l'obsession de vouloir tout marier, styles et couleurs, époques et tendances. Aujourd'hui, rien ne vaut les contrastes. Une belle horloge du XVIII^e peut avantageusement relever un intérieur moderne, construit dans le sens d'une épure zestée de design contemporain, ou même de valeurs japonisantes. L'acquéreur préférera en revanche effectuer un achat unique et conséquent, qu'il mettra savamment en scène, plutôt que de multiplier les acquisitions.

Critères d'acquisition. Au contraire de l'explosion des prix observée au cours des dix dernières années pour les montres-bracelets, la valorisation des horloges dans les ventes aux enchères est comparable à celle des montres de poche : leurs prix ressemblent à un long fleuve tranquille. Sous les coups de marteau, dans le feu de l'action, les modèles exceptionnels continueront d'être bien cotés, restant insensibles aux conjonctures. Seuls souffriront les objets en moyen ou mauvais état. Comment dès lors définir l'exceptionnel ? Par l'analyse objective de la pièce convoitée selon quatre critères : les complications horlogères, la qualité du cadran, l'esthétique globale ainsi que la bonne tenue des boiseries et des bronzes. Le facteur « marque » serait presque secondaire si le marché ne se voyait régulièrement alimenté par des pièces signées Breguet, Antide Janvier, Antoine Lépine, Robert Robin, Louis Constantin Detouche ou Charles-André Caron. Des signatures qu'affectionnent particulièrement les collectionneurs.

Quant à la période, il faut convenir que la plus belle rencontre des arts horlogers avec les artisanats du bois, de la fonderie, avec les as de l'ébénisterie ou de la marqueterie, les artistes du moulage, les rois de l'émaillage, correspond au début du XVIII^e siècle.

ENCHERES ENCHE

C'est par un concours de circonstances que ces divers corps de métiers se sont rencontrés en des œuvres communes qui sont devenues exceptionnelles tant les talents et les savoir-faire individuels qu'elles réunissent ont excellé.

Côté provenance géographique, il faut se souvenir que les meilleurs représentants de ces corps de métiers ne se trouvaient pas en Suisse. A cette époque, l'horlogerie était anglaise ou française. Les Suisses qui l'infiltraient s'étaient pour beaucoup expatriés vers Paris ou Londres, où tant d'autres artisans du luxe se trouvaient concentrés.

L'amorce d'un nouveau phénomène ? Plus proche de nous, l'horloger genevois François-Paul Journe, comme nombre de ses pairs ayant fait leurs premières armes à l'école de la restauration de pièces anciennes, nourrit une passion invétérée pour les horloges. Une passion qu'il traduit en actes concrets. En automne 2002, chez Antiquorum et pour plus de 1,4 million de francs suisses, l'horloger devenait l'heureux propriétaire de l'un des trois régulateurs à résonance signés Antide Janvier (1751-1835). Son autre acquisition spectaculaire trône, après plusieurs années de restauration dans l'atelier-école du Musée international d'horlogerie à La Chaux-de-Fonds, dans l'entrée de sa manufacture, récemment rénovée rue de l'Arquebuse à Genève. Il s'agit d'une pièce magistrale signée Detouche.

François-Paul Journe faisait par ailleurs l'actualité horlogère en janvier dernier en inaugurant une exposition à la gloire des horloges et de leurs maîtres des XVIII^e et XIX^e siècles. Les pièces provenaient de la collection privée du collectionneur milanais Ausano Musa. Et, jusqu'en février, son hommage aux « Grands Maîtres Horlogers Français » a habité son espace d'exposition et lui a permis, au passage, de célébrer différemment sa promiscuité avec le SIHH. La vente aux enchères organisée fin mai par Patrizzi & Co à Milan pourrait avoir redonné à l'ensemble des ventes d'horloges anciennes un lustre nouveau. Après tout, Osvaldo Patrizzi, par son amour immodéré pour les montres anciennes, n'avait-il pas commencé par un processus similaire en fondant la maison d'enchères horlogères de référence Antiquorum ? C'était il y a quinze ans, avec les montres-bracelets... ●



Vu à l'exposition Journe en marge du SIHH, ce **régulateur de table astronomique** en bronze doré, à complications multiples et à pendule compensé, est l'œuvre de Louis Constantin Detouche. La pièce, qui représente la « Concorde Républicaine sous la deuxième République », a été créée pour l'Exposition universelle de Londres en 1851, où elle remporte la médaille d'or toutes catégories confondues. Elle participe ensuite à l'Exposition centennale de l'art français de 1800 à 1889, ainsi qu'à l'Exposition universelle de Paris au Petit Palais en 1900. De style néo-classique, son bronze est doré et ciselé. Ce régulateur à quantième annuel avec équation du temps indique en plus les heures du lever et du coucher de soleil, l'horizon solaire, les jours de la semaine et les phases de lune. Son mouvement à fusée à chaîne, avec remontage d'un mois, dispose d'un échappement libre à détente visible sous le cadran du temps, ainsi que d'un remontoir d'égalité d'une seconde. Ses neuf cadrans font la part belle aux arts de l'émaillage et son balancier est à compensation thermique.

Faits marquants et petites bombes

Jean-Philippe Arm Quel bilan faites-vous des salons horlogers, quelles découvertes, quelles tendances ? Aux questions mille fois posées dans le milieu, la réponse peut prendre la forme d'un catalogue de produits ou celle de la panoplie des formules et des équipements proposés pour affronter le temps maussade... Nous en resterons aux faits marquants et à quelques bombes horlogères.

Le SIHH avait donné le ton : les marques joueraient en 2009 la carte des valeurs sûres, celles qui ont fait leurs preuves, celles qui rassurent. Réaction à la crise ? Un concours de circonstances plutôt, car les produits étaient déjà dans les pipelines. Et le goût des vintages ne date pas des subprimes. On a parfois retardé la sortie de nouveautés quasi mûres, sans doute, pour qu'elles ne plombent pas davantage les stocks engorgeant les marchés. Mais il en fallait tout même suffisamment pour stimuler les commandes, réamorcer la pompe. Tout est question de dosage.

Pour le clin d'œil dans le rétro, rien de tel qu'un anniversaire. Quelques marques en ont tiré parti, telle la romaine Bulgari, née il y a 125 ans, comme Victorinox, ou la modeste Doxa, leur cadette de cinq ans, qui emballe joliment son ouvrage historique dans une boîte de fournitures d'antan. D'autres naissances, il y a vingt ou quatre-vingts ans, sont autant d'occasions de séries spéciales et de pièces commémoratives. Quand ce n'est pas une marque, c'est un modèle de préférence emblématique qui mérite une pétillante verrée. La Polo répondait au critère électif, Piaget profite de lui offrir pour ses trente ans une descendance sportive.

Musique des sixties. Et quand ce n'est pas un modèle, c'est un mouvement. Avec les quarante ans des premiers chronographes automatiques, on est servi cette année, et plutôt deux fois qu'une, puisqu'en février 1969 Zenith annonçait dans un entrefilet la future naissance du calibre intégré El Primero, tandis qu'à Bâle deux mois plus tard, Breitling, Heuer, Büren et leur complice ès modules Dubois Dépraz présentaient des pièces qui fonctionnaient. Jack Heuer en rigole aujourd'hui, TAG Heuer et Zenith appartenant au même



Polo FortyFive Chronographe. Version sportive et boîtier titane pour un 30^e anniversaire.

SALONSSALONSS



Vintage 1969 Original, version titane, pour l'anniversaire d'El Primero chez Zenith et le chronographe Concept Twenty Four chez TAG Heuer pour les 40 ans de la Monaco.

groupe, les archives « diplomatiques » ont livré leurs derniers secrets et la petite guerre de jadis, avec effet d'annonce déstabilisant et suspicion d'espionnage, est devenue entente cordiale et hommage croisé aux pionniers des années 1960. Pas d'extravagance à cette double occasion, mais des modèles commémoratifs et de modestes festivités sur les stands. Occasion chez Zenith d'un ultime et chaleureux tour de piste de Thierry Nataf, déchaîné sur la musique des sixties, tandis que Steve McQueen affrontait Lewis Hamilton sur les écrans de TAG Heuer et parrainait en quelque sorte le nouveau concept chronographe Monaco Twenty Four, dont on retiendra la construction tubulaire antichoc.

Toujours en 1969, deux Terriens s'ébrouaient en mondovision sur notre satellite, des images désormais gravées dans la mémoire collective. Quarante ans plus tard, la fameuse Speedmaster

Professional est toujours la seule montre à être allée sur la Lune et il est assez naturel qu'Omega ait invité une brochette d'anciens astronautes pour qu'ils égrènent publiquement leurs souvenirs.

Un anniversaire aurait pu passer inaperçu, celui de l'entreprise de Christophe Claret, vingt ans à peine. Comme ses confrères, ce motoriste hyperactif demeure dans l'ombre des grandes marques dont il fait le bonheur en leur fournissant des calibres exclusifs et compliqués. Comme il y a dix ans, l'envie de marquer le coup était forte et légitime. Il a donc concocté un modèle anniversaire portant son nom. C'est peu dire qu'il n'est pas passé inaperçu. Il a fait l'effet d'une bombe, lâchée sur la Messeplatz des hauteurs de l'Hôtel Ramada.

La courroie. Il faut dire qu'il s'est lâché lui aussi le constructeur du Locle avec son modèle DualTwo, véritable concentré de spécialités maison, de technique et

SALONSSALONSS



Ces deux pièces ont fait sensation à Bâle, la DualTow de Christophe Claret et l'Opus 9 de Harry Winston. De très lointaines cousines par l'affichage, mais la parenté s'arrête là.

d'innovation. Animé par deux barillets, le mouvement tourbillon à remontage manuel se distingue par un chronographe monopoussoir totalement original, fonctionnant avec trois planétaires qui cernent la roue à colonne et dont les marteaux évoquent des pattes d'insectes... On peut y voir aussi une fleur extraordinaire. A chacun sa vision et ses références. Ce mécanisme, qui fait l'objet d'un brevet, assure une marche régulière du mouvement quelles que soient les positions (enclenchement, arrêt ou remise à zéro), ce qui n'est pas la règle dans le monde des chronographes. Clin d'œil du spécialiste des répétitions minutes et des pièces musicales, Christophe Claret a ajouté un timbre, simplement pour signaler l'utilisation du poussoir. On soulignera enfin, pour faire court, l'affichage original mais parfaitement lisible de l'heure et des minutes par un jeu de courroies se déplaçant comme les chenilles d'un tank.

La chaîne. De la courroie à la chaîne il n'y a qu'un pas, même si un monde les sépare. Par analogie et faisant écho, une deuxième bombe a été signalée très vite dans les travées de Baselworld. Chez Harry Winston, l'OPUS 9 est une remarquable histoire d'amitié et de connivence entre un autre constructeur de grand talent, Jean-Marc Wiederrecht (WA002) et un designer hors pair Eric Giroud, qui se coule à chaque fois dans les moules proposés comme s'il n'avait de toute éternité jamais travaillé que pour ce seul client là... De MB&F à Swarovski, la liste est longue des univers qu'il a subtilement squattés. Les deux compères ont concocté pour le joaillier une petite merveille avec un affichage linéaire offert par deux petites chaînes de diamants mobiles avec des pierres de couleur qui indiquent l'heure et la minute. Un système de crémaillère et de pignon convertit la rotation initiale du mécanisme animé par un mouvement automatique.

SALONSSALONSS



Aussi dans le tiercé, la C1 Quantum Gravity de Concord.

Les haubans. S'il fallait en retenir un troisième parmi la douzaine de produits très innovants apparus durant les salons, ce serait l'incroyable C1 Quantum Gravity de Concord, pure mécanique de haut vol, en suspension dans le vide avec son fascinant haubanage totalement inattendu en horlogerie, mais contribuant à l'équilibre structurel de la pièce. Avec ses points de vue multiples et vertigineux, son tourbillon bi-axial déporté, sa jauge d'énergie disponible utilisant un liquide phosphorescent, son cadran décentré des heures et des minutes, et ses excroissances abritant latéralement la seconde et le remontoir à clé escamotable, cette œuvre-là, créée chez BNB, mérite la visite. Pour le reste et malgré la morosité ambiante les nouveautés ont foisonné en ce début d'année 2009, à l'intérieur des salons, à leur périphérie, dans les stands traditionnels, huppés ou modestes, dans les annexes officielles comme la nouvelle Watch Factory ou les suites hôtelières.

Le Poinçon PP. Ultime révélation du millésime horloger, en dehors de toute agitation, l'annonce faite par Patek Philippe de la création de son propre poinçon de qualité. Aucune arrogance dans cette démarche, mais une interrogation, un constat et une volonté. Qu'est-ce qui fait concrètement la qualité Patek Philippe dont on parle souvent et qui est manifestement reconnue par la clientèle, les marchés, les enchères ? Le constat est qu'aucun label n'exige cette qualité, pas même le Poinçon de Genève que la marque a soutenu et symbolisé longtemps, représentant à elle seule plus de 90% des produits qui lui étaient soumis. La volonté de maintenir dans l'avenir cette qualité supérieure supposait de la définir dans les moindres détails à tous les stades de la production, de la conception au service après-vente. Avec un cahier des charges à la mesure des ambitions, les tables de la loi sont désormais gravées. Philippe Stern peut passer le témoin à son fils Thierry, l'esprit serein. Cette annonce-là aussi a été discrète, mais l'année 2009 est bien celle d'une page qui se tourne chez Patek. Et compte tenu de son statut, de sa position unique au sommet de la pyramide, cela n'est pas anodin pour l'horlogerie suisse. ●

La course aux nouveaux moteurs



Marque du Jura français, Pequignet a créé la surprise avec son nouveau calibre de base novateur, développé par deux anciens de Greubel Forsey.

Pascal Brandt
Grégoire Baillod

L'un des faits les plus marquants de la cuvée horlogère 2009 est certainement le grand nombre de nouveaux mouvements mécaniques dévoilés lors des salons de Genève et de Bâle. Outre les calibres originaux des manufactures établies telles que Vacheron Constantin, Audemars Piguet, Jaeger-LeCoultre, A. Lange & Söhne ou Blancpain, et sans parler des mouvements détonnants mais en séries limitées des indépendants de la « nouvelle horlogerie », c'est au niveau de marques à grand volume de production que le réel changement est survenu. La vocation de ces nouveaux moteurs est de remplacer peu ou prou les ETA 2892, Valjoux 7750 et autres « tracteurs » patentés utilisés par la plupart des marques. C'est ainsi que Breitling, Longines et Tissot en tête, Frederique Constant et Favre-Leuba à moindre échelle, ont présenté de nouveaux moteurs, fruits de nombreuses années de développement. D'autres labels du moyen de gamme, comme Schwarz Etienne ou le Français Pequignet, ont aussi défrayé la chronique des salons en jouant cette carte. Enfin, Cartier s'est illustré de son côté par l'ampleur de ses ambitions manufacturières,

équipant nombre de ses nouveautés de mouvements développés et fabriqués en interne.

Il ne s'agit plus, comme on l'a souvent vu ces dernières années, d'ajouter simplement des modules additionnels à des mouvements ETA, Sellita ou Soprod pour les vendre sous le sobriquet de « calibre maison », voire d'acquiescer auprès de fournisseurs spécialisés des calibres développés en exclusivité et réservés à une diffusion confidentielle. Il s'agit bel et bien de tout le développement en interne, souvent aussi de la fabrication de mécanismes complets entièrement repensés et apportant de réelles innovations techniques. Pour leurs propres besoins, d'autres marques ont elles aussi dévoilé cette année des réalisations maison dans ce domaine : Corum et ses nouveaux mouvements horizontaux, Panerai et sa famille de calibres P9000, Bucherer et ses premiers modèles intégrant son calibre exclusif CFB A1000 à masse circulaire présenté l'an dernier ou Vulcain et son mouvement réveil Cricket automatique V-21. D'autres encore ont annoncé leurs intentions en la matière, tels Hublot, TAG Heuer ou Wyler Genève, et la liste est loin d'être exhaustive.

Cette tendance pourrait élargir le cercle des marques pouvant prétendre au titre envié de manufacture et surtout populariser l'accès à des montres équipées de mouvements mécaniques exclusifs dans des segments de prix plus abordables. Finalement, elle signale un retour de l'innovation technique à large échelle au cœur même de ce qui fait l'essence de l'horlogerie : le mouvement. Comme le dit volontiers Didier Leibundgut, cet ancien de Zenith devenu l'heureux propriétaire de la marque Pequignet : « *La réelle valeur de l'horlogerie, celle qui en fait un art, c'est le mouvement* ». Les clients toujours mieux informés et plus exigeants sont de plus en plus conscients de cette valeur. Il devient dès lors délicat pour des marques d'un certain statut de justifier l'utilisation de mouvements génériques standards, aussi fiables soient-ils. Un mouvement propre devient un facteur de distinction et apporte une reconnaissance certaine. « *Nous changeons en effet de ligue*, confirme Jean-Paul Girardin, vice-président de Breitling, à



Le nouveau calibre maison B01 de Breitling a demandé cinq ans de développement. Sa conception fiable et performante est aussi innovante que sa fabrication est rationalisée. A droite : embrayage vertical du chronographe.

propos du nouveau calibre B01. *En tant que spécialiste du chronographe, nous devons sortir notre propre mouvement.* »

La motivation ultime d'une série de marques, cependant, est évidemment la volonté d'indépendance industrielle face à une échéance qui se rapproche : ayant réduit graduellement ses livraisons d'ébauches depuis 2002, le principal fournisseur de mouvements de l'horlogerie suisse, ETA, ne fournira plus que des mouvements terminés dès 2011. Le développement de sources alternatives était devenu un leitmotiv dans toute l'industrie, ce qui explique l'arrivée à maturité dès cette année d'un grand nombre de nouveaux moteurs.

Breitling : un chronographe 100% maison.

Premier cas de figure d'une marque indépendante : Breitling et son Chronomat B01, équipé d'un nouveau mouvement chronographe automatique intégré 100% maison. La marque, grande spécialiste de la mesure des temps courts, se donne enfin les moyens de rejoindre le cercle des maisons capables de maîtriser de bout en bout la

conception, le développement et la production d'un calibre propre susceptible de faire la différence. Ce moteur est équipé d'une roue à colonnes assortie d'un embrayage vertical assurant un démarrage absolument fluide.

Le calibre B01 a été pensé dès le départ pour faciliter sa fabrication, son utilisation et sa maintenance. Sa mise au point a nécessité cinq ans de développement. La chaîne de production révolutionnaire pilotée par logiciel fait circuler les calibres alternativement entre postes automatisés et postes exigeant une intervention manuelle. La rationalisation du processus permet d'optimiser les coûts de production, tandis que l'architecture du B01 a été conçue pour une performance et une fiabilité optimales. Ses atouts : sa construction robuste, son embrayage vertical et une réserve de marche de 70 heures unique pour un chronographe automatique. Pour Breitling, l'enjeu est de remplacer progressivement dans une partie de ses modèles les Valjoux 7750 utilisés jusqu'à présent et assurer ainsi son indépendance à long terme tout en offrant une réelle différenciation.

SALONSSALONSS



Le nouveau calibre ETA C01.211, conçu pour Tissot, est destiné à une production de masse qualitative et économique.

Longines et Tissot : une nouvelle génération.

ETA, le bras industriel de Swatch Group, lance une paire de nouveaux calibres chronographes à remontage automatique. Le premier est destiné à Longines, le second à Tissot. Ici l'aspect de revalorisation et de différenciation des marques par des mouvements propres l'emporte logiquement sur la nécessité d'indépendance industrielle. Ces moteurs de nouvelle génération vont certainement équiper à terme d'autres marques du groupe. Mais par-dessus tout, ils sont le fait d'une entité dominant la pyramide horlogère de bas en haut, maîtrisant l'ensemble des capacités R&D aussi bien qu'industrielles lui permettant in fine de lancer des productions massives à moindres coûts sans pour autant sacrifier à la qualité.

Chez Tissot, le calibre ETA C01.211 est très innovant dans sa conception, de manière à simplifier au maximum l'entier du processus de production et d'assemblage. Il se caractérise par une platine offrant un seul niveau, à même d'accueillir une plaque supérieure en matière synthétique injectée, comme l'échappement haute performance, lui



Produit par ETA pour Longines, le nouveau calibre L.688.2 permet à la marque de se différencier.

aussi façonné dans ce matériau. Ses avantages : rendement optimisé, légèreté, antimagnétisme, lubrification minimale. Enfin, il recense un nombre restreint de composants (184), gage de fiabilité.

Au-delà de ses spécifications purement techniques, ce nouveau moteur nous ramène au début des années 70. Il est en fait le descendant direct du mouvement SYTAL-Astrolon (SYstème Total d'AutoLubrification) développé à l'époque par Tissot, qui recourait déjà pour une large part aux matières synthétiques thermoformées. Intégré à un boîtier en plastique, il donna naissance à la célèbre Tissot Astrolon, laquelle ne fut pas un succès commercial, mais portait les prémices d'une légende à venir : la Swatch.

Près de quatre décennies se sont écoulées, les préoccupations demeurent : fiabilité et qualité accrues, coûts de fabrication revus à la baisse dans une perspective de production à large échelle. L'environnement économique et concurrentiel a changé et Tissot est ainsi en mesure de proposer un chronographe automatique dont le premier prix public est inférieur à 800 francs suisses. Autant dire

que la marque renforce significativement sa position ultra-concurrentielle dans ce segment de produit, abordé avec rapport qualité/technique/prix très intéressant dans un environnement de consommation frileuse.

Le propos est d'une certaine manière parallèle avec le mouvement lancé par Longines. Pourvu de 27 rubis, le mouvement L.688.2 (ETA A08.231) est un calibre à remontage automatique, lui aussi résolument nouveau, de 30 mm de diamètre pour 7,9 mm de hauteur. Pourvu d'une roue à colonnes en acier bleui pilotant les fonctions du mécanisme chronographe garantissant enclenchement, arrêt, remise à zéro fluides et précis. La construction révèle une esthétique forte laissant apparaître la roue à colonnes et l'échappement. Le calibre L.688.2 satisfait en outre aux exigences chronométriques qui font traditionnellement partie de l'histoire de la marque de St-Imier. Longines peut offrir ainsi des produits équipés d'un très beau mouvement à des prix très concurrentiels entre 3000 et 5000 francs.

Le financement des deux nouveaux calibres développés par ETA a été assuré et emmené respectivement par Tissot et Longines, aux côtés d'autres marques du groupe. Le premier sera également utilisé par Swatch, alors que le second pourrait être ouvert plus tard à d'autres marques du numéro un mondial horloger.

Ultime question aujourd'hui sans réponse : ces mouvements ETA seront-ils accessibles dans le futur à d'autres marques que celles du groupe ?

Schwarz Etienne : un calibre de base alternatif.

La marque chaux-de-fonnière Schwarz Etienne renoue avec ses racines en présentant cette année son calibre propre. Fondée en 1902, Schwarz Etienne a produit dès ses début des montres terminées, mais aussi des mouvements livrés à une palette de marques clientes. C'est cet esprit que la maison souhaite faire revivre en proposant un mouvement automatique de base, le BSE1325-A, pour « Base Schwarz Etienne 13 1/4" série A ». Ses caractéristiques : équipé d'un micro-rotor



Schwarz Etienne retrouve ses origines d'ancien fournisseur de mouvements avec ce nouveau calibre de base disponible à des tiers.

désaxé, ses 25 rubis et les roulements à billes qui lui sont adjoints permettent de réduire le frottement pour lui procurer une réserve de marche de 80 heures.

Excepté le spiral Straumann®, toutes les pièces sont fabriquées selon les plans de la manufacture par ou pour Schwarz Etienne. Autre particularité : l'absence de raquette d'ajustage, le réglage se faisant par l'intermédiaire de quatre vis diamétralement opposées sur le balancier qui déterminent, en combinaison avec le spiral, la marche de la montre. Le calibre développé par Schwarz Etienne offre une nouvelle visibilité. D'autant plus que cette motorisation est accompagnée par quelques modules additionnels bienvenus, tels que second fuseau horaire ou grande date. Schwarz Etienne a en outre développé deux modules destinés à être plaqués sur la base ETA 7750 : un quantième et seconde rétrograde ainsi qu'un module GMT avec affichage en V et petite date. L'ambition prévisible à terme : prendre une place significative parmi les fournisseurs de mouvements mécaniques. ●

42 MANUFACTURE

Vaste réseau sans début ni fin



MH, La Chaix-de-Fonds, Jaeger-LeCoultre

A la base de toute manufacture horlogère : la forge et la maîtrise de la métallurgie (ici aux Pays-Bas, vers 1570).

Gil Baillod

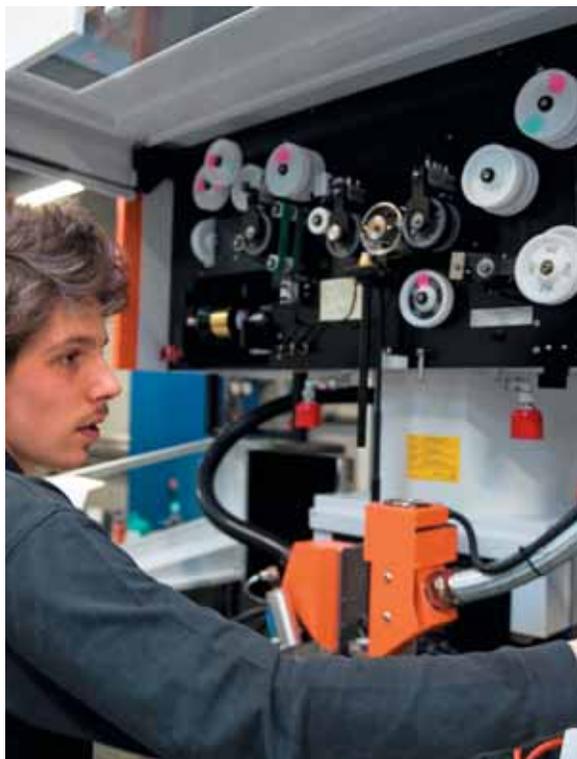
Manufacture ? Vous m'en direz tant ! Manufacture de montres, artisanale ou industrielle ? Manufacture de mouvements, manufacture de boîtes, de cadrans et, pourquoi pas, de spiraux, pour sauter à pieds joints au cœur du problème de l'horlogerie, entendu que le couple balancier-spiral, organe régulateur, est le point névralgique de la ligne d'échappement de la montre mécanique dont il assure la précision.

Nivarox, société du groupe Swatch, est la manufacture de spiraux qui assure plus de 95% des besoins de l'horlogerie suisse. La corporation horlogère tout entière est responsable de cette situation de quasi-monopole. La fabrication du spiral réglant étant très délicate et nécessitant de gros investissements, sans parler de la matière première qui vient d'Allemagne, pourquoi se compliquer la vie en voulant fabriquer ce que produisent si bien Nivarox et ses ancêtres depuis plus d'un

siècle ? De même pour les ébauches. En s'accommodant, pour des raisons historiques remontant aux années 1920, de la concentration dans le groupe Swatch (via Ebauches S.A. – Asuag-SSIH) de la production des pièces constitutives de la montre, les horlogers ont posé eux-mêmes le garrot qui se resserre, s'agissant de leur approvisionnement. Ils en sont bientôt réduits à ne plus pouvoir acheter que des mouvements remontés par la « maison mère » et dont les prix ne cessent d'augmenter. Évitions d'évoquer le risque d'uniformisation des mouvements qui menace l'horlogerie en situation de dépendance.

C'est une des raisons de la floraison depuis deux décennies de nouvelles manufactures de montres et de mouvements, aux côtés des manufactures historiques de Genève, de la vallée de Joux et du Jura, les Jaeger-LeCoultre, Patek Philippe, Audemars Piguet, Rolex, et autres Girard-Perregaux, Zenith,

MANUFACTURE



BNB



Au rez-de-chaussée d'une manufacture d'aujourd'hui, ici chez BNB à Duillier, un parc de machines à commandes numériques.

Ulysse Nardin, voire Omega et Longines, swatchées il est vrai!

La grave et néanmoins légitime décision du groupe Swatch de ne plus livrer que des mouvements remontés à sa clientèle au tournant 2010-2011 crée une situation plus qu'ambiguë. Avec ses quelque dix-huit marques du produit terminé, dont Tissot, Longines et Omega forment le fer de lance, le groupe Swatch est un concurrent virulent de ses clients! Voyant poindre l'orage sur l'horizon horloger, une poignée d'entreprises se sont lancées dans la production de spiraux, en plus des ébauches qu'elles avaient déjà mis en œuvre de plus ou moins longue date.

Précision des machines. Reste une constante depuis le dernier quart du XIX^e siècle et le développement de la production mécanisée dans les fabriques naissantes qui devaient mettre peu à

peu fin à l'établissage : la précision des montres est toujours précédée de celle des machines.

Aujourd'hui, un centre d'usinage CNC (Computer Numeral Control) travaille au millième de millimètre quand la programmation est bien réglée, sans parler des technologies DRIE (Deep Reactive Ion Etching) et Liga (Lithographie Galvanoplastie) d'une précision dix fois supérieure à l'usinage conventionnel des métaux. Adaptées au silicium, elles sont en vogue chez Patek Philippe, Ulysse Nardin, leurs émules et leurs partenaires qui taillent des spiraux dans des nouveaux matériaux.

Or, un centre d'usinage CNC coûte quelque 600 000 francs et une décolleteuse CNC environ 300 000 francs, pour des machines de base auxquelles il faut ajouter des équipements spécifiques. Deux machines ne font pas le bonheur d'une manufacture, fût-elle « artisanale ». Il faut un parc avec des compléments, donc un investissement

MANUFACTUREMA

de plusieurs millions, ce qui n'est pas à la portée du premier entrepreneur industriel venu, et ce d'autant moins que, à la suite des criminelles sottises des banques, le crédit est saigné à blanc.

Oh! Rien d'original, soit dit en passant. Ce n'est guère la première fois que l'horlogerie se retrouve face à des coffres-forts retranchés, à témoin ce rapport horloger datant des rudes années 1920: «*Les banques sont directement prises à partie, car en ne visant que leurs bénéficiaires, elles tendaient à désorienter toute l'industrie, soit en accordant des facilités indues en temps de prospérité, soit au contraire en bouclant leurs portes en période de crise.*» Le terme «*facilités indues*» fait allusion à la période 1914-1918 et à la «*production de guerre*» des munitions livrées à tous les belligérants, dont les banques favorisèrent la multiplication des moyens de production, d'où de graves crises de surproduction à la fin des hostilités. Fermons la parenthèse!

Autarcie par absorption. Le regroupement et la verticalisation de la production, à l'enseigne de la manufacture, s'accroissent depuis quelques lustres surtout au sein des groupes horlogers.

Outre la constante préoccupation d'une qualité homogène, l'aspiration à l'autarcie a impulsé un vaste mouvement de concentration: les marques qui en ont les moyens absorbent ou prennent une participation de contrôle chez leurs principaux fournisseurs.

Des plus prestigieux aux plus modestes, la concentration s'amplifie durant la flamboyante conjoncture horlogère suisse qui augmenta son chiffre d'affaires d'un milliard de francs annuel durant une dizaine d'années. La fête est finie, il s'agit de contrôler et d'épurer!

Patek Philippe, qui depuis 1839 cultive avec succès sa vocation de manufacture, est un exemple parmi quelques autres d'absorption discrète mais régulière de ses meilleurs fournisseurs. En 2001, Patek contrôle le prestigieux atelier de boîtes-or Calame à La Chaux-de-Fonds puis, en bonne logique industrielle, le polisseur Poly-Art, également à La Chaux-de-Fonds et, dans le même temps, prend une participation au capital de la société de sertissage SHG. Plus récemment, Patek a procédé à l'achat d'un terrain de 18000 m² au Crêt-du-Loche et y a posé la première pierre d'une nouvelle usine où elle concentrera ses activités liées à l'habillement. Cela prouve, si besoin était, que

les Montagnes neuchâteloises, berceau de l'industrialisation de l'horlogerie, restent attractives grâce à l'important apport d'ouvriers frontaliers, comme à la vallée de Joux. Hé! Que deviendrait l'horlogerie suisse sans eux, tout comme jadis sans la main-d'œuvre italienne, espagnole et portugaise qui a fait souche et créé de nombreux ateliers, voire une manufacture telle celle du maître horloger Michel Parmigiani, à Fleurier. De là, avec la Fondation Sandoz a été créée Vaucher Manufacture Fleurier qui réunit toute la filière manufacturière: Elwin à Moutier pour le décolletage, Bruno Affolter à La Chaux-de-Fonds pour l'habillement, tandis qu'à Alle l'entreprise Atokalpa fabrique des mobiles, des roues et des pignons et, surtout, une ligne d'échappement, spiral compris.

Et l'on citera encore, pêle-mêle, Dimier manufacture, filiale de Bovet, qui a repris STT (ex-Progress Watch) à Tramelan et investi le château de Môtiers; le groupe Richemont, aussi, qui a racheté la manufacture Minerva à Villeret pour l'attribuer à Montblanc, et celle de Roger Dubuis à Meyrin.

On peut multiplier les exemples qui concernent également des marques horlogères comme Zenith Watch Manufacture. Après son célèbre mouvement El Primero, elle a développé sa production sous l'impulsion de LVMH, premier groupe mondial du luxe auquel manquait l'horlogerie.

Autre exemple notoire, celui de Bulgari. En 2000, avec le rachat de Daniel Roth et Gérald Genta, l'Italien s'est assuré le haut de gamme pour ses mouvements, puis a élargi son activité manufacturière par l'achat de deux calibres chez Leschot à Neuchâtel, manufacture de tourbillons aussi discrète qu'efficace dans la création de nouveaux calibres. En outre, Bulgari participe pour 50% chez Cadran Design à La Chaux-de-Fonds et a pris le contrôle de Prestige d'Or (bracelets) à Saignelégier. Ce faisant, comme bien d'autres, Bulgari assure peu à peu son autonomie, comme le groupe Franck Muller, de Genève au Jura en passant par Genthod, ou comme Hublot qui a voulu franchir le pas en bâtissant sa propre usine à Nyon, dans la perspective de manufacturer ses mouvements et asseoir sa réussite.

Non loin de là, à Duillier, on trouve la nouvelle manufacture modèle de BNB Concept, parfait exemple d'un concepteur-constructeur (Mathias Buttet et ses 180 collaborateurs) pouvant livrer clés en main et

MANUFACTURE MAN

en séries des mouvements originaux et compliqués à ses clients.

Encore la main. De même, dans le boîtier rutilant des grandes complications figurant au pinacle des marques horlogères, on trouve souvent un mouvement remarquable de l'horloger et industriel loclois Christophe Claret. En 20 ans, celui-ci a créé une soixantaine de nouveaux calibres avec des variantes, soit quelque 200 mouvements originaux. Sa manufacture de haut de gamme, équipée de machines ultra sophistiquées, œuvre néanmoins dans un esprit artisanal car d'habiles mains y ont toute leur place.

Aux antipodes de ce segment, se situe le chef de file Philippe Dufour, créateur solitaire dans son bel atelier du Soliat où l'outil domine. «*La crise horlogère ?*, dit-il en tirant sur sa bouffarde, *j'ai des commandes jusqu'à ma retraite et au-delà.* » L'au-delà devant être assuré par son unique collaborateur.

A deux pas, au Sentier, on suivra avec intérêt l'émergence d'un jeune horloger du cru, Romain Gauthier, concepteur de mouvements manufacturés aux finitions extraordinaires qui, «*comme tout le monde*» dit-il, achète spiraux, ressorts et pierres chez des fournisseurs !

Quand on arpente les ateliers des grandes entreprises qui laissent visiter leur âme, on découvre que la passion horlogère y est encore vivace. Ainsi en est-il, toujours au Sentier, dans les derniers étages de la manufacture Jaeger-LeCoultre. L'ambiance du lieu, les pièces en travail, la bonhomie de l'accueil, la disponibilité et la qualité de la discussion sans tabous lorsqu'ils parlent de leur art, rassurent quant à la continuité et à la permanence de la fonction assurément primordiale d'une manufacture : le maintien et l'enrichissement d'une culture horlogère encore sans égale dans le monde, la bienfacture à laquelle, en dernier ressort, la main assure toujours la garantie.

En conclusion : vaine reste la tentative de dire de manière exhaustive qui fait quoi en voulant tracer un schéma des producteurs de l'horlogerie toutes disciplines confondues, tous réseaux nationaux et internationaux pris en compte. Cela reviendrait à relier d'un fil ténu toutes les étoiles du firmament autour de leurs soleils respectifs d'Europe et d'Asie.

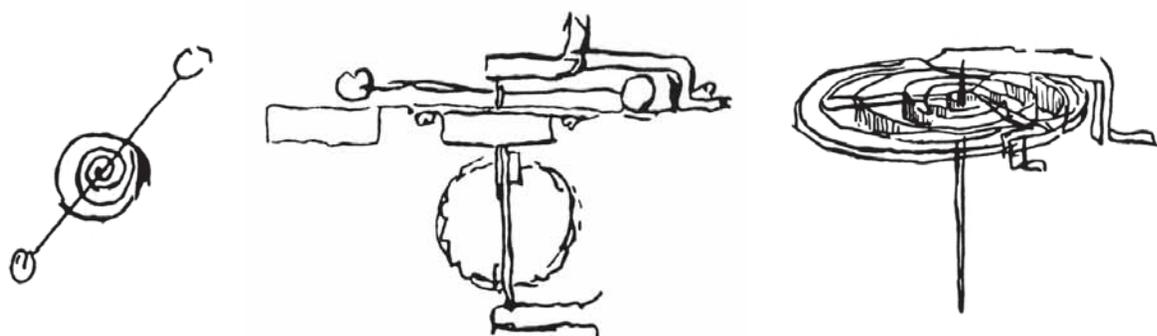
Charmant fouillis d'une gigantesque manufacture en réseau, formant le canevas d'une curieuse broderie de laiton, d'acier, d'or et de gemmes aux éclats adamantins. ●



Christophe Claret

Chez Christophe Claret au Locle, cette pièce en acier a été usinée sur une CNC (Computer Numeral Control), puis découpée au laser.

Trois siècles d'aventures pour le spiral-réglant



Dessins originaux d'Huygens du 20 janvier 1675, extraits de sa correspondance et de ses notes personnelles.

Gil Bailod

Inventer un oscillateur possédant sa propre fréquence et l'associer au mécanisme d'échappement de manière qu'il ne soit pas perturbé par les irrégularités du train de roues, telle était la préoccupation des horlogers au milieu du XVII^e siècle. Le Hollandais Christian Huygens, physicien, géomètre et astronome, proposa deux solutions majeures qui révolutionnèrent la mesure mécanique du temps. En 1656, il eut l'idée géniale de suspendre un pendule à un fil pour l'isoler du rouage. En 1667, il inventa le spiral-réglant pour les montres dont il améliora considérablement la variance quotidienne, la réduisant d'une demi-heure à 5 minutes. Ce gain de régularité provoqua une révolution comparable à celle du quartz trois cents ans plus tard et « balaya tout sur son passage ». L'idée d'un régulateur était dans l'air, comme souvent pour les inventions majeures, et l'Anglais Robert Hooke disputa à Huygens la paternité du spiral. Galilée en avait eu l'intuition sans le réaliser. Aucun composant de la montre n'a fait l'objet d'autant de sollicitude de la part des inventeurs et le

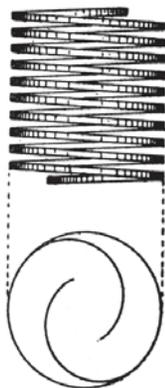
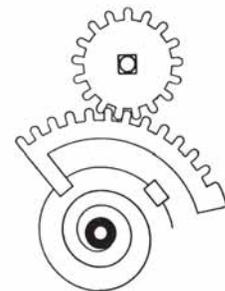
spiral-réglant, malgré d'innombrables solutions proposées au cours des siècles, reste un sujet d'actualité.

Aujourd'hui, la production de plus de 95% des spiraux est assurée en Suisse par Nivarox, société de Swatch Group. Ce quasi-monopole a une source historique et une cause toujours actuelle: le seuil quantitatif à partir duquel la production est rentable demeure très élevé.

Dès que s'organise la production industrielle de l'horlogerie durant la seconde moitié du XIX^e siècle, le spiral est une spécialité réservée à quelques ateliers. Aucune manufacture ni aucun établissement n'avait intérêt à produire des spiraux en séries limitées. Les fusions d'ateliers furent fréquentes, si bien qu'en 1895 le groupement de cinq fabriques de spiraux constitua le premier trust de l'industrie horlogère.

La pratique de prix abusifs provoqua rapidement l'apparition de nouvelles fabriques, rien de nouveau sous le soleil, dont la « Société suisse des spiraux » lancée à Genève en 1898, spécialisée dans la fabrication du spiral en acier trempé. Son activité

ER DOSSIER ER DOSSI



MIH

Cylindrique, conique, sphérique : le spiral selon John Arnold, qui découvre les courbes terminales en 1782, Louis Berthoud et Frédéric Houriet. Quant à celui d'Huygens, plat, il est toujours d'actualité.

déclina avec l'apparition du spiral-compensateur de Charles-Edouard Guillaume, en « invar », alliage d'acier et de nickel au coefficient de dilatation très faible. La société genevoise allait disparaître en 1956. De fait, le monopole fut créé durant la période très mouvementée du milieu des années 1920 : Fédération Horlogère (FH) en 1924, Ebauches SA en 1926, UBAH en 1927. Finalement un regroupement général fut effectué sous la houlette de l'Asuag avec l'aide financière de la Confédération pour assainir le secteur horloger en proie à une grave crise. Celle-ci était due, notamment, au développement ravageur et pernicieux du « chablonnage » : l'exportation des pièces constitutives d'un mouvement de montre, taxées au poids, à un prix ridicule par rapport aux mouvements et montres terminées.

Lors de la constitution de l'Asuag le 14 août 1931, la participation financière de la Confédération suscita un débat majeur : « ... *La Confédération ne saurait mettre à disposition du super holding (Asuag) un certain nombre de millions sans avoir voix au chapitre dans sa gestion* ». L'arrêt fédéral

concernant l'aide à l'industrie horlogère du 26 septembre 1931 se solda par une participation de six millions de francs à 20% et la nomination de cinq représentants au conseil d'administration de l'Asuag. La très libérale *Gazette de Lausanne* dénonça à l'époque, avec véhémence, une « *galopade vers le socialisme d'Etat* »... Aujourd'hui, on investit ou on prête des dizaines de milliards fédéraux aux banques sans contrôle de gestion !

Lors des pourparlers en vue de placer les parties réglantes sous contrôle de l'Asuag, il n'existait, à côté de la « Société des fabriques de spiraux réunies » que deux autres entreprises : la Société suisse des spiraux de Genève et un petit atelier à Saint-Imier, propriété d'un groupe de fabricants d'assortiments (ancres) qui passa sous le contrôle des « Fabriques de spiraux réunies » (Nivarox), en 1937.

Actuellement, tout le monde se fournit toujours en tout ou partie chez Nivarox. Seule une poignée de manufactures sont en mesure de fabriquer des spiraux, par souci d'autarcie, et n'en produisent que pour certains de leurs calibres ! ●

Les « autres » fournisseurs de spiraux



Moser/Precision Engineering

Jean-Philippe Arm Le monopole historique de Nivarox-FAR dans la fourniture d'organes réglants à l'ensemble de l'industrie horlogère suisse n'a jamais posé de problèmes concrets, il faut le reconnaître, même si dans quelques débats cette source unique du fameux spiral a souvent été associée à une dangereuse épée de Damoclès menaçant tous les clients et concurrents de Swatch Group. Et s'il coupait le robinet? Au-delà du petit jeu consistant à se faire peur et à montrer du doigt le diable qui se cacherait derrière le fournisseur, cette situation a tout de même fini par susciter des vocations. L'arrêt annoncé de la livraison des ébauches a stimulé la volonté des manufacturiers d'assurer leur autonomie ou du moins d'échapper à la dépendance d'une source unique.

Mais vouloir est une chose, être capable de faire en est une autre. Ce fichu petit ressort fin comme un cheveu donne du fil à retordre à ceux qui prétendent en faire l'élevage. On a beau connaître la technique, les secrets du métier sont jalousement gardés. En amont, il y a la fameuse coulée de l'alliage idoine, qui suffirait pour un siècle, en aval la compatibilité avec le balancier... Par simplification, on parle du spiral, mais c'est bien l'ensemble balancier-spiral qu'il s'agit de maîtriser. Au bout du compte, ils ne sont guère nombreux les « autres » fournisseurs de spiraux, et ils affichent le

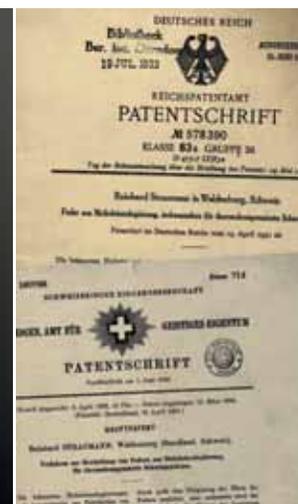
plus souvent une modestie qui n'est pas feinte, reconnaissant au géant la qualité des produits proposés à un prix difficile à concurrencer compte tenu des volumes. Aucun d'ailleurs ne prétend se poser en concurrent, l'ambition avouée étant d'occuper certaines niches, d'offrir une alternative, de proposer au client final quelque chose qui échappe au moule commun. Il y a enfin le souci de la maîtrise technique de la fabrication de tous les composants de la montre; et si dans la foulée cela permet de faire progresser la connaissance ou la performance, alors tant mieux.

Ce dernier aspect est particulièrement présent dans la démarche de **Rolex**, qui figure évidemment dans la courte liste des fabricants de spiraux. Cela relève même de la philosophie de la maison, qui a la réputation de pousser toujours très loin la recherche et le développement, sans forcément en inscrire immédiatement les retombées dans de nouveaux produits. Une manière d'en garder un peu sous le pied, comme disent les sportifs, d'avoir toujours une longueur d'avance. Et de jouer ses bonnes cartes, validées plutôt deux fois qu'une, à bon escient, au bon moment. Rolex maîtrise depuis les années 1990 la fabrication du spiral de composition classique. Elle a mené ensuite des recherches pour développer et produire en toute indépendance un spiral réalisé dans un

nouvel alliage, composé notamment de niobium, de zirconium et d'oxygène, dix fois plus résistant aux chocs et antimagnétique. Un four à bombardement électronique a été conçu expressément pour fondre les composants à 2300° C et produire un barreau de 30 cm de long pour 1 cm de diamètre. Ce dernier deviendra un fil de 3 km de long pour 0,1 mm de diamètre après tréfilage, puis après laminage un ruban de section rectangulaire. Des segments de 20 cm de long sont ensuite enroulés en spiraux et traités thermiquement pour garder leur forme, opération classique d'estrapadage qu'on retrouve chez tous les fabricants. Le spiral Parachrom de Rolex, bleui comme jadis, équipe le Cosmograph Daytona depuis le début des années 2000.

Le plus secret. On retrouve évidemment ces étapes chez tous les fabricants de spiraux, avec des équipements remplissant globalement des fonctions identiques, mais présentant à chaque fois des particularités. C'est probablement le secteur de production le moins standardisé de l'industrie horlogère. Et le plus secret aussi. Il nous a fallu plusieurs années pour en faire à peu près le tour, de Genève à Schaffhouse, de Bienne à Glashütte (D) en passant par Valdahon (F)... Au-delà de la volonté journalistique de vérifier les faits, au-delà du mystère entretenu autour d'une activité confidentielle, ce qui s'offre alors au regard, il faut bien le dire, est d'une grande banalité. Franchement, il y a beaucoup plus spectaculaire dans l'horlogerie que ces discrètes officines ou ces ateliers maîtrisant l'art de couper les cheveux en quatre!

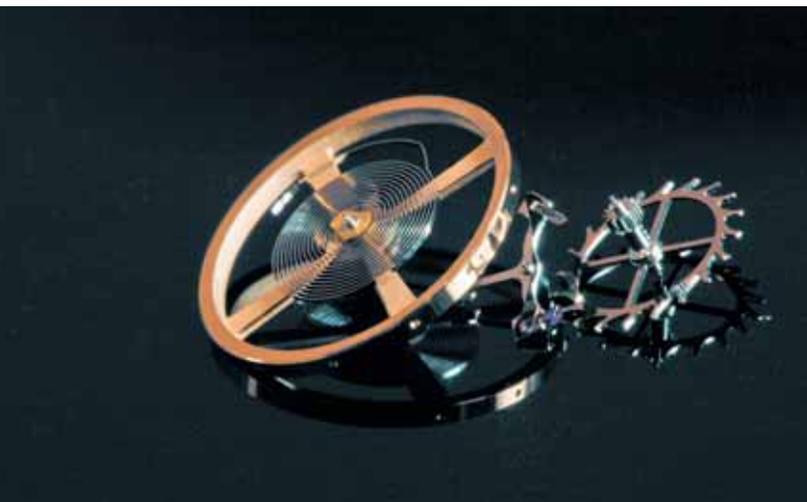
Historiquement, les spiraux suisses d'aujourd'hui sont nés dans les creusets allemands. Tout s'y est joué à l'aube des années 1930 quand Richard Lange obtenait un brevet pour «un alliage de ressort de montre», comprenant du béryllium, mais sans autre précision et sans passer à l'acte, tandis que de son côté le Bâlois Reinhard Straumann, qui disposait du savoir-faire, déposait à son tour un brevet, avec la description du procédé. Les Suisses ne manifestant aucun intérêt, c'est à la fonderie VAC (Vacuumschmelze), spécialiste allemand de la fusion sous vide, que Straumann donnera sa recette ainsi que l'outillage réalisé dans son Institut de Waldenburg pour chaque coulée de quelque 500 kg réalisée une ou deux fois par décennie. Il baptisera



Echappement Precision Engineering avec spiral Straumann et les brevets des années 1930.

son alliage aux sept composants du nom de Nivarox, acronyme germanique de «Nicht variabel und nicht oxydfest», qui devint celui d'une entreprise...

L'étrécissement du marché incita la famille Straumann à développer plus tard ses activités dans un tout autre domaine, celui des implants dentaires. Mais parallèlement l'Institut continua à contrôler la qualité de toutes les coulées, peu homogènes en réalité. Joli clin d'œil de l'histoire, Thomas Straumann, petit-fils de Reinhard, a renoué les fils éparés en relançant à Schaffhouse la marque H. Moser & Cie, associée dans une holding à **Precision Engineering** (PE) qui a récupéré les activités spécifiques de l'Institut Straumann. Avec cette filiation historique, son expérience, sa technologie et son propre fournisseur allemand d'alliages, coulés en petites quantités (40 à 80 kg) pour assurer une plus fine homogénéité, PE se présente comme «the second source» et vise le segment de la haute horlogerie. Elle propose des spiraux comptés, virolés, avec la courbe finale et équilibrés. A la demande du client le balancier est fourni, voire l'échappement complet. Le développement sur mesure fait aussi partie de l'offre. PE met en avant sa flexibilité et la qualité de ses équipements assurant ainsi le laminage avec une tolérance exceptionnelle de l'ordre de 0,1 micron.



Vaucher Manufacture / Atokalpa

Organe réglant de Vaucher Manufacture produit dans la filiale Atokalpa à Alle.

Aberration chronométrique. A partir de sa recette originale des années 1930, l'alliage Nivarox, appellation générique, a évolué et l'on trouve sur le marché une gamme de spiraux de prix et de qualités variables. Les recherches se poursuivent pour assurer le meilleur comportement dans toutes les conditions. «*Mais il ne sert à rien de parler de la qualité d'un spiral si on ne considère pas la courbe finale et le système de réglage!*» s'exclame Eric Moser, CEO de Moser Group. «*Le pire, c'est de faire un tourbillon avec un système à raquette!*» renchérit Jürgen Lange, son président. On ne trouvera donc pas cette aberration chronométrique chez les clients de PE, ni chez Moser, qui en revanche a illustré l'intime connivence dans des modèles dotés d'un double spiral Straumann, qui auto-compense le déplacement du centre de gravité. Ce que le tourbillon est censé corriger est sans objet: il n'y a plus rien à corriger!

Retour en Allemagne, à Glashütte, où la patente délivrée par le Reich en 1930 était affichée au mur d'un atelier il y a quelques années. Décédé deux ans après l'obtention de la patente, Richard Lange n'a pu réaliser son ambition, ses successeurs immédiats non plus. Il faudra attendre la renaissance de **Lange & Söhne** en 1994 et même dix ans de plus

pour que la production de spiraux démarre enfin. Cliente de Nivarox-FAR, la reine de Saxe n'équipe de son propre spiral que quelques-uns de ses modèles, ceux dotés d'un grand balancier avec des masselottes d'équilibrage, en particulier les chronographes Double Split et Datograph, ainsi que la Richard Lange, en guise d'hommage bien sûr. La belle allemande livre-t-elle son fin cheveu à d'autres marques du groupe Richemont? Oui, mais à une seule d'entre elles, Jaeger-LeCoultre, qui fut sa sœur très proche, avec IWC, pendant des années, sous la houlette de Günter Blümlein.

On notera en passant qu'en acquérant la manufacture **Roger Dubuis**, le groupe Richemont s'est doté d'un autre fabricant potentiel de spiraux. En effet, Carlos Dias entendait aller jusqu'au bout de son rêve de totale autonomie manufacturière et avait fait à Meyrin des investissements très concrets, que nous avons pu vérifier et qui allaient dans ce sens. Une première étape, à tout le moins, avait été franchie.

Toujours du côté de Richemont, **Montblanc** qui s'est vu confier le trésor Minerva, à Villeret, en a fait un Institut de recherche appliquée tout à fait exceptionnel, une sorte de conservatoire vivant du savoir-faire horloger traditionnel, capable, mais oui, de produire ses propres spiraux.

Essai transformé. En 2005, **Vaucher Manufacture** a fait une entrée remarquée dans le club très fermé des fabricants de spiraux en ouvrant les portes de sa filiale Atokalpa, à Alle dans le Jura, pour présenter le fruit de cinq années de recherche et de mise au point: son oscillateur maison. Disposant de sa propre coulée d'un alliage spécifique, ayant validé une présérie de balanciers spiraux et d'échappement à ancre suisse, elle pouvait alors se lancer dans la production industrielle, à petite échelle, pour équiper certains mouvements de Parmigiani et de clients tiers. Pas question pour autant de renoncer à son fournisseur habituel Nivarox, ni d'imaginer le concurrencer. Comme à Schaffhouse, l'ambition est de jouer le produit de niche, sélectif, qualitatif, différent. Quatre ans plus tard nous sommes retournés à Alle pour apprécier avec les spécialistes d'Atokalpa le chemin parcouru, l'expérience accumulée, tous les pièges qu'il a fallu déjouer au fur et à mesure, à tous les stades de la fabrication.

La fiabilité et la maîtrise des processus ne se décrètent pas, mais s'éprouvent dans la durée, comme s'acquiert le savoir-faire. Aujourd'hui à Alle, en étalant la palette des composants maîtrisés à l'interne, on a le sourire des joueurs de rugby ayant transformé l'essai.

Chez **Technotime**, deux visites aussi, à quelques années d'intervalle, mais dans deux pays. A Valdahon, d'abord, où la société suisse avait repris la friche industrielle de France-Ebauches et avait mis en route la production de spiraux en partenariat avec l'Université de Besançon, laquelle avait conçu des machines, en particulier pour le délicat laminage. Les équipements ont été transférés aux Brenets, sur la rive suisse du Doubs, pour être plus proches des bureaux techniques, du savoir-faire horloger et des clients de la société. Pas de souci pour la matière première, stockée sous la forme de barres, de torches de fil rond et de fil laminé. Il y en a pour des années, le calcul est vite fait. La production annuelle de mouvements est de l'ordre d'une dizaine de milliers d'unités avec des ambitions à quelques dizaines de milliers dans deux ou trois ans. Pour réaliser 1000 spiraux, il suffit de 8 grammes...

Deux visites aussi chez STT (ex-Progress Watch) avant et après son rachat par **Bovet** (à l'enseigne de Dimier). Les spiraux de la société de Tramelan étaient produits en fait dans un atelier parfaitement anonyme de la banlieue de Bienne, simple baraquement dans l'habitat urbain... Nous avons retrouvé dans la manufacture jurassienne des machines « boostées », ainsi que leur officiant spécialisé, ravi que le nouveau propriétaire ait investi dans cet outil de production stratégique et que la production vise désormais le haut de gamme.

Montée en puissance. Un des protagonistes sur lequel il faut désormais compter sérieusement, c'est le groupe **Festina**, appartenant à Miguel Rodriguez. Il comprend notamment les marques Candino et Perrelet, ainsi que des sociétés directement liées à l'organe réglant, telles que DTH à la vallée de Joux, qui produit des mouvements, et **Astral** à Porrentruy,

spécialisée dans la fabrication des spiraux. Depuis l'an dernier et la débâcle boursière de Peace Mark, il a récupéré un partenaire de choix : Soprod. Si ses responsables adoptent de manière parfaitement naturelle un profil modeste et sans prétention, la montée en puissance du groupe est indéniable, Jean-Claude Schwarz qui pilote toutes les activités en Suisse, tempère immédiatement les enthousiasmes : « *Le plus difficile est de conserver une qualité constante quand on augmente les volumes.* » Et d'ajouter : « *C'est l'industrialisation des processus qui est intéressante. Mais il y a toujours une limite et en l'occurrence on ne peut pas se passer de la régleuse !* »

Jusqu'à quand ? Nul ne le sait, mais il est aujourd'hui plaisant de savoir qu'au cœur même de la montre mécanique, la main de l'homme, généralement celle d'une femme, est toujours indispensable. Cela est vrai pour le réglage du spiral fondé sur un alliage métallique. La question reste ouverte pour toutes les pistes explorées actuellement par les leaders de la recherche et du développement, tant dans les matériaux utilisés, du silicium au diamant, que dans les systèmes d'échappement. On pourrait se passer du spiral, dont la mort est périodiquement annoncée. Pour le remplacer par quoi ? Mystère. Et même si on le savait : il vaudrait mieux ficeler les brevets avant de le clamer sur les toits ! ●



Spiral Parachrom bleu de Rolex et son balancier.

La ville de **Bienne**, terre d'avenir



Si Genève est la vitrine de l'horlogerie suisse et La Chaux-de-Fonds sa métropole historique, le dynamisme de Bienna en fait aujourd'hui la capitale industrielle de la branche. Elle accueille des projets d'expansion horlogers majeurs : Rolex construit une tour de 50 mètres et une manufacture de mouvements de 92000 m², Swatch Group investit une centaine de millions dans des infrastructures pour ses marques Swatch et Omega.

ME T RO P OL E

Depuis des générations, l'industrie horlogère est d'une importance vitale pour la ville de Bienne. En l'espace de quelques dizaines d'années, elle est même devenue l'un des pôles majeurs de l'horlogerie helvétique, s'imposant comme la plaque tournante de la production et de la distribution horlogère mondiale. Par la taille et la renommée des sociétés qui l'habitent, Bienne est un véritable centre de décision.

Mehdi Guenin

Etre né sous une bonne étoile ne garantit cependant pas le succès économique à long terme. Sortie à grand peine de la crise des années 70-80, l'industrie horlogère biennoise surfait depuis une décennie sur la vague du succès, mais n'échappe pas depuis quelques mois au retour brutal du balancier. Pour faire face au repli massif des commandes, des entreprises ont supprimé des emplois ou recouru au chômage partiel. Comme partout, chacun retient son souffle et croise les doigts.

Dans ce contexte, il est difficile de se représenter la vitalité et l'émulation horlogère régnant dans ce coin de pays d'une superficie d'à peine 21 km². Et pourtant, les exemples ne manquent pas. Tenez, après le plébiscite des Biennois au plan de quartier des Champs-de-Boujean en juin 2008, **Rolex** a dévoilé son projet d'agrandissement. Géant! La manufacture érige dans cette zone industrielle une tour de 50 mètres, ainsi qu'un vaste bâtiment destiné à la production de mouvements. Le volume bâti de ce complexe colossal atteindra une surface de plancher de 92 000 m², soit l'équivalent de 13 terrains de football! Les travaux ont démarré fin 2008 et la mise en service est prévue pour 2012. Selon Bruno Meier, son nouveau patron, la situation économique n'aura pas d'incidences sur les projets d'extension de la marque couronnée.

Le **Swatch Group** n'est pas en reste, puisqu'il investit actuellement une centaine de millions dans le quartier de la Gurzelen pour développer ses marques Swatch et Omega. Une partie de ce montant devait être consacrée à l'achat de 60 000 m² de terrain à proximité du site d'Omega. Le Conseil de la ville de Bienne et les citoyens se sont prononcés favorablement à la fin de l'année dernière, donnant ainsi le feu vert à un projet évidemment important. À terme, le Swatch Group occupera près de 100 000 m² à Bienne.

Bienne ne se résume pas aux deux seuls géants horlogers, qu'il n'est pas vraiment nécessaire de présenter ici. D'autres groupes ont également pignon sur rue, à l'instar de MGI Luxury Group, propriétaire des marques Ebel, Movado et **Concord**. Cette dernière a écrit quelques pages de l'histoire horlogère, depuis sa naissance à Bienne en 1908, notamment avec sa montre la plus plate du monde en 1979, la fameuse Delirium, dont le concept novateur (le boîtier faisant office de platine) est à l'origine de la Swatch. Depuis ce haut fait, la marque n'a toutefois pas cessé de perdre du terrain sur le Vieux continent, devant se contenter de défendre tant bien que mal ses positions sur les marchés américains ou asiatiques.

La belle endormie n'attendait que le prince charmant capable de lui redonner sa vigueur d'antan, selon la formule consacrée. Son propriétaire américain l'a trouvé en la personne du Neuchâtelois Vincent Perriard. Sous son impulsion, Concord connaît depuis juin 2006 une nouvelle jeunesse faite d'audace, de technologie et de modernité. Pour mieux comprendre l'ampleur du changement de stratégie et d'image, il suffit d'observer le surprenant chronographe C1, dévoilé à Baselworld en 2007 et le tourbillon latéral présenté un an plus tard et distingué au Grand Prix d'Horlogerie de Genève 2008. Ce printemps, c'est le modèle Quantum Gravity qui épate la galerie et met du baume sur le cœur, car entre temps la crise a déboulé. Réalisant 60% de son chiffre d'affaires sur le marché américain, le groupe MGI Luxury a été le premier à tirer la sonnette d'alarme en été. Début décembre, Benedikt Schlegel, directeur opérationnel pour l'Europe annonçait des licenciements. On connaît la suite, aucun secteur de l'horlogerie n'est épargné, quel que soit le niveau de gamme.

Autre groupe très actif à Bienne, **Festina** vend des montres dans plus de 50 pays sous différentes marques, dont **Candino**, Festina, Lotus, Calypso et Jaguar. Suite aux acquisitions réalisées en 2008 dans le domaine stratégique des composants et des mouvements horlogers (avec notamment la reprise de Soprod à Tramelan, un temps contrôlé par Peace Mark), le groupe ibérique dominé par Miguel Rodriguez a le vent en poupe. Les entreprises biennoises contrôlées par

les différentes sociétés de l'entrepreneur espagnol ont de bonnes raisons d'envisager l'avenir avec confiance. « *Nous allons produire des mouvements pour nos propres marques tout en continuant de les mettre à disposition des clients extérieurs. Mais il n'est pas question de nous profiler comme un concurrent d'ETA* », souligne Jean-Claude Schwarz, big boss de toutes les activités du groupe en Suisse.

Rachetée en 2005 et intégrée dans le groupe H5 (tout comme Leroy, Joseph Chevalier et Berney-Blondeau), également dans le giron de Miguel Rodriguez, la marque **Perrelet** devrait aussi bénéficier de cette tranquille assurance. Installée depuis 2006 dans son nouvel écrin biennois, à quelques centaines de mètres à peine de Candino, son enseigne perpétue par ses réalisations mécaniques un hommage appuyé à Abraham-Louis Perrelet, auquel on attribue l'invention du mouvement à remontage automatique avec une masse oscillante de type « rotor central ». Pourquoi deux siècles plus tard la marque s'est-elle installée à Bienne ? « *Nous jouissons ici d'une position centrale, dans un véritable nid de savoir-faire avec un accès rapide aux sous-traitants* », expliquent les responsables de la marque.

C'est entre autre pour ces arguments que **Victorinox Swiss Army Watch** est venue s'installer au chemin des Grillons à Bienne. Dirigée depuis 2007 par Alexander Bennouna – ancien cadre du Swatch Group, notamment – la marque à la croix suisse s'inspire de l'héritage du couteau suisse pour produire des montres à l'esprit résolument sportif et urbain. Etablie en 2002 suite à l'absorption de Swiss Army (USA) par Victorinox, l'entreprise biennoise peut compter sur l'appui de la maison mère située à Ibach dans le canton de Schwytz. Des synergies industrielles et technologiques ont été trouvées, ainsi pour l'utilisation de l'acier, qui est le même pour les couteaux et pour les boîtes de montres. Chez Victorinox Swiss Army Watch, fonctionnalité et fiabilité prennent le pas sur les complications ostentatoires affichées par d'autres. Tout au plus se permet-on un « *luxe pratique et accessible* » à coup de mouvements soignés Valgranges ou Valjoux 7750. Malgré le climat de consommation actuel, Alexander Bennouna, n'est pas peu fier de sa réussite et reste



Joel Schweizer

Bienne côté lac, au pied du Jura. La capitale seelandaise habrite de nombreuses marques, Swatch Group et la Fédération de l'industrie horlogère suisse.

confiant: «*L'évolution des trois à quatre dernières années a été très forte et l'internationalisation de la marque se poursuit...*»

Bienne abrite également plusieurs firmes actives dans le domaine du *private label*, parmi lesquelles le leader **Roventa-Henex**. Fondée en 1959, la société a toujours eu son siège dans la capitale seelandaise, elle y célèbre d'ailleurs ses 50 ans d'existence cette année. Dirigée depuis 1988 par le Biennois Marc Küffer, la société a su diversifier son portefeuille d'activités dans une direction plutôt inattendue. Ainsi, au côté des traditionnelles marques de mode ou de créateurs, Roventa-Henex

développe également des produits compliqués pour des marques de luxe et de joaillerie; de cela, Marc Küffer n'est pas peu fier. Et à lui d'ajouter: «*Dans le temps, le private label avait une connotation particulièrement négative, mais tout a beaucoup changé, tout est aujourd'hui très professionnel, notamment dans le cadre des services offerts au client.*»

S'il devait y avoir une preuve que le *private label* était capable de se réinventer, même en période de vaches maigres, il faudrait aller la chercher du côté de **Xantia** et de Jean-Pierre Loetscher. Après en avoir repris les rennes en 2006 par l'entremise d'un

HORLOGE O HORLO



Ville de 51 000 habitants, Bienne voit près de 12% de sa population active travailler dans l'horlogerie, soit environ 3300 personnes dans 106 entreprises.

management buy out, ce dernier a totalement repensé les domaines d'activité stratégiques de la société et il est reparti avec la base de clients déjà existante. Outre la production de montres classiques et fashion, Xantia surprend en concevant des modèles de montres de sport robustes intégrant des fonctions chronographiques et des éléments lumineux, des indicateurs d'altitude, de profondeur, de température ou de pression. Postulant que la montre en tant qu'instrument de mesure du temps offre des possibilités d'utilisation pratiquement infinies, Jean-Pierre Loetscher et son jeune team en font un accessoire pour y intégrer des systèmes de

commandes allant au-delà de l'horlogerie classique. À titre d'exemple, un projet est actuellement en développement avec Phonak l'un des leaders mondiaux de l'auditif. A terme, il devrait être possible de régler son appareil auditif sur simple rotation de la lunette de sa montre! De fait, le chemin emprunté par Xantia n'est rien d'autre qu'un moyen de se diversifier et de mieux répartir les risques. Une autre petite entreprise qui ne connaît pas la crise, c'est **Armin Strom**. Connu depuis des décennies, en particulier pour sa grande maîtrise du squelettage des montres, l'artisan horloger a rencontré un succès grandissant. Pour conforter le

développement de la marque, il a fondé une société anonyme en février 2006 à Bienne avec le soutien d'un investisseur. A l'enseigne d'Armin Strom SA, l'entreprise a créé deux labels distincts: Armin Strom et **Armin by Armin Strom**. Le premier fait référence aux montres squelettes traditionnelles entièrement réalisées à la main. Quant au second, avec une ligne baptisée *Elements*, il vise une clientèle plus jeune constituée d'amateurs de technique et de subtilités mécaniques innovantes. De nouveaux modèles s'y déclinent aujourd'hui autour des quatre forces créatrices formant la matière: l'eau, le feu, la terre et l'air. Jouant sur les couleurs et les symboles, cette typologie de base pourra accueillir naturellement nombre de projets en gestation, développés à l'interne.

Afin de répondre à la forte demande – en provenance des USA notamment – la firme a acquis des locaux dans la zone industrielle biennoise. Une unité de production de mouvements y prend place et doit accueillir une quinzaine d'employés. L'entrée en fonction est prévue pour l'été 2009. De la bouche du CEO Serge Michel, l'entreprise et sa jeune équipe « détonnent » quelque peu dans le paysage horloger biennois. « *D'habitude des entreprises comme la nôtre se rencontrent plutôt dans les montagnes et les vallées de l'Arc jurassien. Ici la plupart des marques travaillent dans le volume ou font du private label* », glisse-t-il amusé. Mais il en faudrait plus pour l'impressionner. À terme, la stratégie développée vise à garantir l'indépendance de la firme, et lui permettre de devenir une manufacture complète.

De grandes manœuvres, il en a aussi été question par le passé chez **Milleret**, mais à plus petite échelle et de façon poétique. Voilà dix années que Daniel Bättig – l'actuel directeur opérationnel de la marque – était actif au sein du *controlling* de Swatch Group. Puis, à 40 ans, vint pour lui l'heure des grands questionnements intérieurs. Il n'aura pas cependant le loisir de cogiter bien longtemps sur son sort. D'un client de longue date, un diamantaire belge, il va recevoir une proposition de relancer Milleret et de s'y associer. Daniel Bättig ne s'en cache pas: « *Nous avons plongé dans les archives pour faire revivre la vieille marque du XIX^e siècle.* » Les débuts ont été difficiles, avec un lancement en septembre 2000. Un an plus tard les attentats du 11 septembre allaient évidemment compliquer

l'affaire. Mais la petite embarcation, ayant à son bord une dizaine de personnes, a tenu bon et navigue depuis lors pavillon au vent. Elle vient de vivre une foire de Bâle jugée positive pour la 7^e année consécutive. Essentiellement active dans le haut de gamme, Milleret possède une particularité suffisamment intéressante pour qu'on la mentionne: près de 70% de ses créations sont destinées à un public féminin. « *Question de stratégie, il y a encore un marché à prendre de ce côté-là* », précise Daniel Bättig. Pour Milleret et son directeur, ce n'est là que le début d'une histoire...

Histoire récente aussi, mais fulgurante et qui a choisi la planète entière pour s'épanouir à partir de Bienne. La marque **Vogard** lancée en 2004 par Michael Vogt a été fondée sur une innovation marquante dans le domaine des fuseaux horaires. Le système, évidemment breveté, permettait pour la première fois de passer d'un fuseau à l'autre au moyen de la lunette et en tenant compte de l'heure d'été. Le tout de manière aisée, avec en prime l'indication sur 24 heures du jour et de la nuit. Proposant jusqu'à 36 villes ou lieux de références thématiques, Vogard a décliné sa collection *Timezoner* dans l'esprit du voyage. Cette année, elle franchit une nouvelle étape significative en lançant un chronographe de voyage. Son fondateur Michael Vogt, qui avait un solide bagage professionnel dans le marketing de grandes marques et une bonne connaissance des marchés internationaux, a su s'adjoindre les meilleures compétences horlogères pour développer son entreprise. L'intégration des activités se poursuit, *step by step*, avec de solides projets dans le pipe-line.

Depuis l'automne dernier, toute la branche est affectée par le brutal coup de frein de l'économie mondiale et il est fort probable que la carte de l'horlogerie suisse en ressorte quelque peu chamboulée. À Bienne, comme ailleurs, personne n'est à l'abri des mauvaises surprises. Toutefois, certains facteurs objectifs continuent à plaider en faveur de la métropole horlogère... Si on ajoute à ce terreau fertile un esprit pionnier plusieurs fois séculaires, on comprend mieux les raisons de cette concentration gagnante mêlant allégrement entreprises de tradition et personnalités hautes en couleur. Alors Bienne terre d'avenir? Au-delà des aléas de l'économie et des slogans, il y a tout lieu de le croire. ●

En s'inclinant bien bas



Ron DeCorte

Petite, mais impressionnante

Une douzaine de personnes, guère plus, ont pu vraiment examiner en l'ayant dans les mains le dernier modèle Credor Spring Drive dévoilé l'an dernier à Bâle. Parmi eux, un horloger tel que Philippe Dufour, connu pour son attitude extrémiste en matière de finition, s'est dit impressionné par la superbe exécution de l'élite des horlogers du Micro Artists Studio à Suwa, au Japon.

C'est une petite montre selon les standards d'aujourd'hui, avec un mouvement 11 lignes logé dans un boîtier épuré en platine de 35 mm et un indicateur de réserve de marche également minimaliste.

En dehors de la perfection et de la beauté du cadran, ce qui a retenu mon attention dans cette montre de modeste apparence est son système unique de récupération de l'énergie, appelé Torque Return.

Principe du Spring Drive

Mais tout d'abord un rappel du fonctionnement du Spring Drive. Comme une montre mécanique conventionnelle, il est doté d'un ressort de barillet qui entraîne un rouage. Mais au lieu d'un balancier-spiral et d'un échappement à l'autre extrémité, c'est une roue contrôlée électro-magnétiquement qui tourne à un rythme stable et régulier de 8 révolutions par seconde.

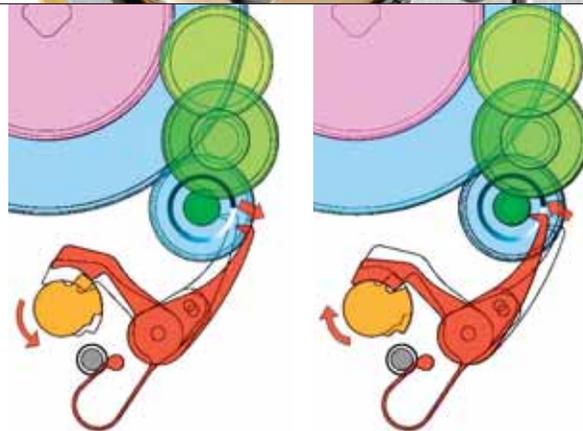
Cette roue, montée coaxialement avec un aimant, est de fait un moteur électrique entouré d'une bobine. Il génère suffisamment d'électricité non seulement pour faire vibrer un cristal de quartz, mais aussi pour mettre en service un frein magnétique, régulé par le quartz, qui maintient la vitesse de rotation de la roue à 8 révolutions par seconde. C'est comme le régulateur de vitesse d'une voiture. Et il n'y a pas de pile.



Energie récupérée

Quand les montres mécaniques sont complètement remontées, elles délivrent davantage de force qu'il est nécessaire pour assurer une marche constante. Le Torque Return renvoie la puissance excédentaire dans le ressort principal, étendant son autonomie nominale de 55 heures à 62 heures, soit un gain de sept heures ou 12,7%. C'est d'une foudroyante simplicité. Un rouage supplémentaire (vert) est entraîné par le ressort de barillet (bleu) et rembobine le ressort via le rochet (rose).

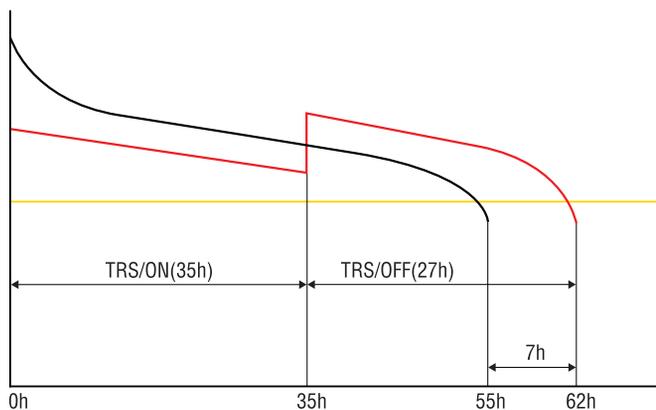
Le système à boucle fermée redonne 20% de l'énergie au ressort principal durant les 35 premières heures. Puis une came (orange) sur l'indicateur de la réserve de marche désengage le Torque Return via le bras crochu, soulageant le ressort 1 et lui permettant de maintenir la bonne marche de la montre durant 27 heures encore.



Réserve de marche augmentée

La marche du mouvement Spring Drive est beaucoup moins sensible aux fluctuations de l'énergie donnée par le ressort principal qu'un échappement à balancier conventionnel. Le Spring Drive maintient sa marche régulière aussi longtemps qu'un montant minimal d'énergie est fourni, représenté ici par la ligne jaune. Le mouvement Spring Drive donc n'a pas besoin de force constante, mais d'une force suffisante.

L'énergie nette sortie du barillet avec le Torque Return engagé (ligne rouge) est maintenu bien au-dessous de son potentiel. Après 35 heures, quand il est proche de la ligne jaune critique, le Torque Return est désengagé et le barillet retrouve immédiatement un niveau d'énergie supérieur. Sans le Torque Return durant les 35 premières heures, l'énergie fournie par le barillet atteindrait la ligne jaune sept heures plus tôt.



INSIDERINSIDERINSIDERIN



La plus fine porcelaine

Le cadran est différent de tout ce que j'ai pu voir auparavant. Manufacturé par la compagnie de porcelaine japonaise Noritake, à partir d'une céramique d'aluminium très dure, il n'a pas de fond métallique, et présente ainsi la douce translucidité de la plus fine porcelaine chinoise. Le cadran est d'abord fritté avec les chiffres mystérieux 2, 4 et 7, ainsi que le croissant de la réserve de marche. Les index des heures, le nom Credor et le logo sont peints à la main, puis le cadran est fritté une seconde fois. Au final, il est tenu dans le boîtier par un système de suspension unique pour le protéger des chocs.



Sans aucun complexe

Depuis que le jeune ingénieur de Seiko, Yoshikazu Akahane, a mis l'idée du Spring Drive sur le papier en 1977, le Spring Drive System a été développé à travers une série de prototypes, avant d'arriver à maturité sous la forme de modèles à remontage automatique, de chronographes et même de montres à sonnerie. Cette Credor à remontage manuel se présente comme un chef d'œuvre de technologie contemporaine. C'est le genre de montre qu'Abraham-Louis Breguet aurait pu développer s'il avait vécu aujourd'hui, sans aucun complexe à mélanger la mécanique et l'électronique, tout en apportant aux anciens problèmes de la mesure du temps des solutions plutôt pratiques que traditionnelles. De plus, c'est magnifiquement réalisé et cela mérite que l'on s'incline bien bas.

Pour en savoir plus

Pour une étude illustrée en profondeur du Spring Drive, je recommande une série d'articles visibles sur le site TimeZone à l'adresse : www.timezone.com/library/rdnotebook.

Images mises à disposition par Seiko/Epson – Adaptation graphique de Fabrice Hoffer/Noir d'Ivoire – Photos de: Atsuyuki Shimada

D'UNE GENERATION A L'AUTRE



FORMATION FORM

Jean-Philippe Arm Lui, c'est le patron d'une grande marque familiale de la vallée de Joux qui prend sa retraite. Eux, ce sont quatre élèves des écoles d'horlogerie de Genève, de Granges, du Locle et du Sentier. Nous n'allions pas laisser le premier quitter la scène horlogère sans un ultime entretien. Avec l'idée de prendre congé de lui en regardant l'avenir. Nous avons imaginé qu'il avait des choses à dire à ceux qui prendraient le relais et que ces derniers avaient sans doute deux ou trois questions à lui poser et un point de vue rafraîchissant. D'un côté une expérience à partager, des conseils à donner, de l'autre un regard neuf et une attente. L'échange pouvait être fécond.

Ce dialogue intergénérationnel, direct et décontracté, s'est déroulé chez Audemars Piguet, au Brassus, une journée d'hiver passée entre salle de conférences et ateliers, avec un double crochet au musée et à la bonne table voisine de l'Hôtel des horlogers. Tous ont joué le jeu avec des échanges nourris à la clé.

En deux mots, Georges-Henri Meylan incarne parfaitement l'essor exceptionnel de l'horlogerie mécanique ces vingt dernières années. Sous sa direction, AP a littéralement explosé : nombre de pièces produites (27 000), chiffre d'affaires (500 millions de francs), effectif (650), tous les paramètres l'expriment. Mais au-delà des chiffres, c'est l'image de la marque qui a été métamorphosée. Parallèlement, c'est tout un secteur qui a retrouvé de l'attrait, le métier même d'horloger qui a été revalorisé.

Oublié le temps de la désaffection, les jeunes se sont bousculés à l'entrée des écoles et des places d'apprentissage. Il a fallu ouvrir de nouvelles classes. Or voici que tout bascule brutalement, la crise est très vite au cœur de la discussion. Jonas, François, Emmanuel et Marc-Olivier ne sont pas sûrs de trouver un emploi en sortant bientôt de leurs quatre années de formation. Leur aîné, qui en a vu d'autres en quarante ans, relativise, mais avoue que pour la première fois la visibilité était nulle au moment d'établir son dernier budget. Eux s'interrogent, mais à aucun moment ne regrettent le métier choisi dont ils parlent avec une passion qui ravit l'ancien.

Fabriquer ses outils. L'un avoue qu'il n'avait pas trop d'idées à la sortie de l'école, mais à l'occasion d'une journée portes ouvertes il a flashé sur ce

métier où l'on devait commencer par fabriquer ses propres outils : « Ça c'était incroyable. Ce côté artisanal m'a séduit et depuis je suis également emballé par tous les aspects traditionnels, historiques, et techniques aussi. » Les histoires personnelles des trois autres remontent très loin, aux sources de maintes vocations horlogères, là où les petits garçons jouent au meccano ou aux legos techniques, bricolent avec leur père, sont fascinés par des mécanismes qu'ils démontent et ne savent pas toujours remonter... « Je pensais à la robotique. Après deux stages j'ai compris que si la microtechnique produisait des pièces, l'horlogerie les animait... Voilà ce que je voulais faire ! »

Quatre ans plus tard, l'engouement n'a pas faibli, malgré quelques stages en entreprise qui auraient pu les dégoûter... « En un mois, je n'ai pas vu un seul mouvement ! » Mais de quel métier parle-t-on au juste ? L'emboîtement, le travail à la chaîne, ce n'est pas ça qui les motive. C'est bien en visitant l'atelier des hautes complications qu'ils seront scotchés et insatiables, prolongeant le dialogue avec de futurs collègues, peut-être, ravis de leurs questions pointues. C'est manifestement ce qui les branche, mais ils sont lucides et savent que l'industrie horlogère a des besoins spécifiques.

De l'établi au labo. Le monde des complications est forcément limité. « Entre Le Locle et le Brassus, on a la chance chez nous d'en faire 600 à 700 par an, ce qui est considérable, mais une entreprise vit de pièces pouvant être produites en séries plus importantes. A ce niveau-là, il y a cependant bien des activités fort intéressantes pour des horlogers comme vous, par exemple dans nos laboratoires pour les tests et l'homologation des nouveaux modèles. Notre industrie a encore beaucoup à faire dans la fiabilité et la performance à long terme des produits. Il faut dire qu'aujourd'hui les pièces compliquées ne sont plus destinées aux coffres, mais sont véritablement portées au poignet ! Et seuls des horlogers complets peuvent analyser chaque défaut. Il y a aussi le service à la clientèle, le service après-vente, la restauration de pièces anciennes... »

Les anciens mécanismes, voilà qui parle aussi aux apprentis, pleins de respect pour le travail des ancêtres. « Même dans une montre basique, c'est impressionnant de voir ce qu'ils ont réalisé avec les moyens de l'époque ! »



Anne-Lise Vuilloud

Jonas, Emmanuel, Georges-Henri, François et Marc-Olivier: l'expérience de l'un, les attentes des autres, une passion déjà partagée pour un métier protéiforme.

Ce respect du passé ne fait pas oublier la quête perpétuelle de l'innovation, moteur essentiel de l'industrie, ne serait-ce que pour avoir toujours une longueur d'avance sur les contrefacteurs. Et la clientèle demande à être surprise, attend des exclusivités. La question les titille évidemment: «*Comment faites-vous? D'où viennent les nouvelles idées?*» «*Des bureaux d'études, des ateliers, des marchés, tandis qu'une équipe vérifie tous les paramètres: est-ce que cela a déjà été fait, y a-t-il un brevet, quelle est la faisabilité, quel risque est-ce que cela représente? A partir d'une idée, on n'a pas le droit de dire non, tant qu'on n'a pas essayé. C'est comme ça qu'on progresse. Après, il faut constamment valider, car on ne peut pas travailler dans le vide pendant quatre ans, sans réelles chances d'aboutir.*»

L'heure exacte étant disponible partout, quel est l'avenir de la montre? Les jeunes la lisent sur leur

mobile? Les apprentis rassurent: «*Oui, mais la plupart de nos copains sont intéressés par les montres et beaucoup par les mécaniques, qui ont la cote.*» La formule de leur interlocuteur leur plaît bien: «*Si on veut nous acheter une montre uniquement pour lire l'heure, alors ce n'est pas la bonne adresse, car on est beaucoup trop cher: on en trouve qui sortent de Chine à deux dollars!*»

Une montre, telle qu'ils l'entendent tous, c'est autre chose, avec une réelle valeur ajoutée. L'un y a consacré l'essentiel de sa vie professionnelle, les autres ne demandent qu'à le faire. Un dernier conseil pour la route? «*Saisissez la première occasion pour aller travailler à l'étranger, en particulier pour apprendre l'anglais. Ce n'est pas la priorité des écoles d'horlogerie, mais nos entreprises ont un réel besoin d'horlogers maîtrisant une deuxième, voire une troisième langue.*» A bon entendeur: *let's go!* ●

Une « dream-team » à l'établi



Corum

Le public a saisi l'occasion des journées du patrimoine horloger pour visiter les ateliers.

Brigitte Rebetez

« Vous connaissez un peu le football ? » Dans la bouche d'Antonio Calce, la question peut paraître un brin incongrue. Qu'est-ce que ce capitaine d'horlogerie peut avoir à faire avec les terrains de foot ? Mais le volubile CEO de Corum s'explique : « Les grands clubs se dotent de joueurs spécialisés pour chacun des postes. Défenseurs, alliés, buteurs, ils s'arrangent pour avoir les meilleurs. » Une politique de recrutement que l'entreprise horlogère chaux-de-fonnière a faite sienne, voilà quatre ans, lorsqu'elle a décidé de se doter d'une équipe capable de maîtriser toutes les étapes-clés de la production des garde-temps, mouvements y compris. En plus d'engager des collaborateurs très spécialisés, la maison a révisé l'ensemble de son catalogue, ramenant les références de produits finis de 3000 à 150. Un « chantier colossal », résume Antonio Calce.

Chantier colossal ? Renouer avec les origines de la marque fondée en 1955 par René Bannwart. Et créer, pour la seconde fois dans son histoire, un mouvement mécanique. « Corum était une marque

parmi les plus prestigieuses, souligne Antonio Calce, avec un très important contenu horloger et beaucoup de créativité. » La maison maîtrisait à l'interne la production de ses mouvements et fourmillait de spécialistes en métiers d'arts – émailleurs, graveurs ou polisseurs – qui furent plus tard disséminés par l'avènement du quartz.

Pour son retour aux sources, Corum a entrepris d'engager dès 2005 une équipe de collaborateurs « aux ressources très pointues » dans les domaines du développement, de la production et de la logistique. Au total, une dizaine de personnes (sur un effectif de quelque cent employés), « une dream-team », insiste le CEO, grâce à laquelle la marque contrôle désormais les étapes de production stratégiques. « Nous sommes maîtres d'œuvre de nos mouvements, souligne Antonio Calce, nous ne déléguons pas leur paternité ! »

Le premier fruit du travail accompli par la nouvelle équipe a été dévoilé au dernier salon Baselword : la montre Ti-Bridge, équipée du second mouvement

SAVOIR FAIRE SAVOIR



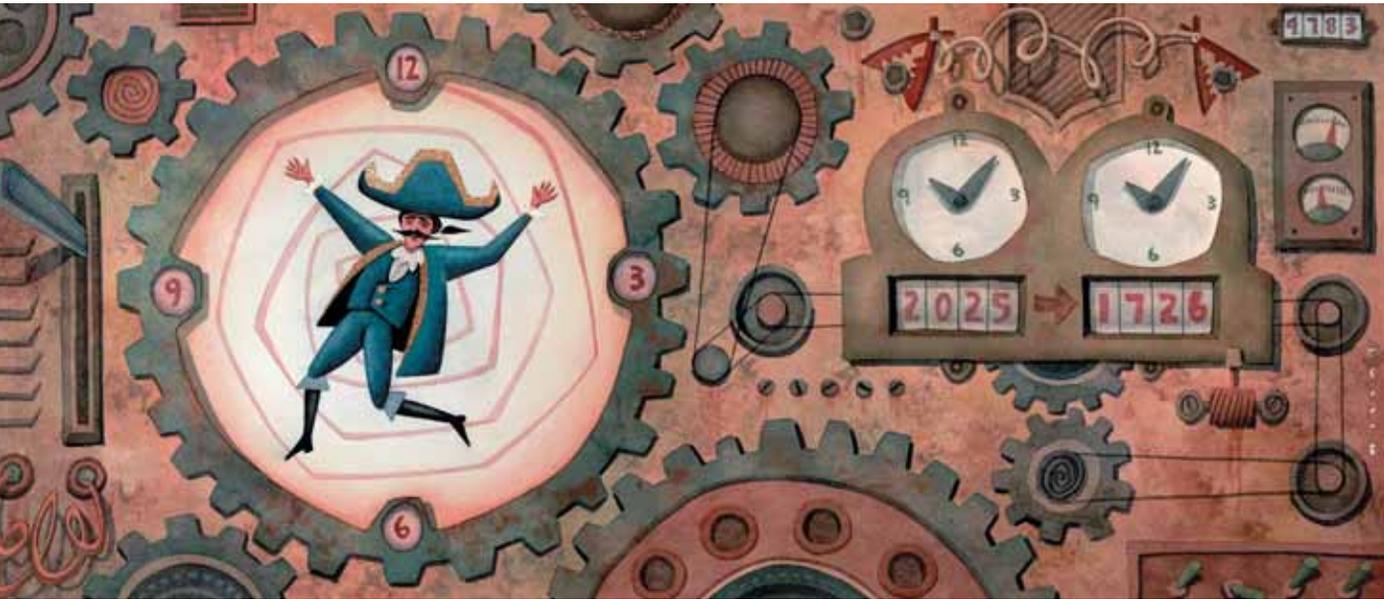
Le mouvement en titane du modèle Ti-bridge, synthèse du savoir-faire et de la technologie.

mécanique propre de la marque. Son calibre linéaire CO 007 s'inspire d'un illustre prédécesseur, le Golden Bridge de Vincent Calabrese lancé par Corum en 1980. Mais entre les deux bijoux de la marque, l'air de famille s'arrête à la forme longitudinale : à l'image de son design contemporain, la Ti-Bridge se distingue de son aînée par ses dimensions, ses composants et ses caractéristiques techniques. Elle fait la part belle au titane : boîtier et mouvement, ponts et platines ont été façonnés dans ce matériau ultra léger (deux fois plus que l'acier), mais diablement capricieux à usiner. « Réaliser un mouvement 100% en titane constitue une prouesse technique, glisse le chef de produits Frédéric Leuba. Ce matériau éreinte très vite les outils de coupe et nécessite des systèmes de refroidissement spécifiques. Et à l'usinage, il s'avère très inflammable, ce qui nous a valu pas moins de cinq débuts d'incendie ! »

Grâce à ses nouvelles recrues, Corum a géré à la fois la conception, le développement et l'assemblage de la Ti-Bridge à l'interne – et, de surcroît, en

un temps record, précise Antonio Calce. « *Le travail que nous avons accompli en trois ans et demi, il faut généralement sept ans pour le réaliser !* » Trois années et demie durant lesquelles l'équipe n'a cessé de faire évoluer la montre. Dimensions, cadran, aiguilles, habillage, mouvement ont été revus, corrigés, inlassablement. Une quantité d'opérations vertigineuses quand on sait que la seule modification de la réserve de marche a entraîné des transformations sur près de 60% du contenu de la montre... Jusqu'à l'avant-veille de Baselworld, l'équipe a remis l'ouvrage sur le métier, peaufinant les moindres détails, fussent-ils microscopiques. Et ce n'est pas une formule : « *Imaginez qu'au mois de novembre, quatre mois avant Bâle, il a été décidé de réduire les dimensions de la montre d'un tiers, se souvient Frédéric Leuba, l'air encore éberlué. Il fallait tout reprendre, pour une question d'élégance !* » La Ti-Bridge se devait tout simplement d'être parfaite, car elle inaugure pour la marque chaux-de-fonnière rien de moins qu'une ère nouvelle. ●

La créativité, entre **l'amour** et la haine



Images.com/Corbis/Spectier

L'invention échappe au cadre contraignant des départements de Recherche et Développement.

Nicolas Babey

Dès qu'il s'agit d'évoquer performance et développement économique, le mot « créativité » est sur toutes les lèvres. Chefs d'entreprise, leaders institutionnels, universitaires ou acteurs médiatiques louent les vertus des créatifs ou entrepreneurs visionnaires qui, dans un passé proche ou lointain, ont su prendre les risques nécessaires pour réaliser leurs projets. On ne peut que leur donner raison : tant les analyses empiriques que les propos de nombreux théoriciens – à commencer par ceux de Joseph Schumpeter – démontrent les vertus de la créativité en matière de création de richesses et d'emplois. Cependant, à énumérer tous les obstacles que les créatifs doivent franchir pour développer leurs idées, on pourrait croire que nous ne les aimons guère.

Pourtant, chaque secteur d'activité économique a ses héros jalonnant crises et périodes de renouveau. Un personnage tel que Nicolas Hayek fait ici figure de parangon, ayant endossé dans un passé encore récent le rôle de sauveur d'un secteur horloger alors miné par la concurrence étrangère.

L'histoire de l'industrie horlogère est à ce titre exemplaire, non seulement de la distinction qu'il faut opérer entre les notions de « créativité » et

d'« innovation », mais également de toutes les barrières et embûches que nous construisons collectivement à l'encontre de celles et ceux qui sont porteurs de projets radicalement nouveaux.

Créativité et innovation. La créativité désigne une capacité à inventer, que cette invention soit technique, artistique, politique, religieuse ou juridique. L'innovation signifie un processus de diffusion sociale de l'invention¹. Ainsi, une invention peut fort bien dormir dans des tiroirs pendant des dizaines d'années avant de déboucher sur une application. Cela se passe parfois plus rapidement. L'invention de la montre à quartz est emblématique de cette distinction. L'invention était bel et bien helvétique, mais l'innovation que cette invention a générée ne l'était pas. Nous connaissons la suite... Des milliers d'emplois détruits et un secteur horloger qui a failli disparaître, incapable de prendre les risques nécessaires à la valorisation de cette invention technique. Cette incapacité a été maintes fois étudiée. Pour faire vite, le modèle économique de l'époque ne permettait pas la valorisation d'une telle invention : corps de métiers ou

encore syndicats ouvriers et patronaux avaient trop à perdre dans une telle aventure. Modèle économique et structure industrielle n'étaient pas aptes à valoriser une telle opportunité

Deux barrières à l'invention et à l'innovation.

Il est à priori étonnant de lire que les entreprises les plus inventives et innovantes ne possèdent souvent pas de département R&D²... A y voir de plus près, ce paradoxe s'éclaircit quelque peu. De tels départements sont organisés par métiers et compétences reconnues. Ces métiers et compétences font implicitement référence à des familles d'objets aux identités réputées stables. Demandez à un ingénieur-mécanicien de réinventer la voiture, il échouera certainement. Tout au plus améliorera-t-il les performances des objets qui correspondent à sa formation et au cahier des charges qui lui est assigné. Il n'aura pas fait œuvre d'innovation, mais de rénovation. Souvenons-nous : les montres à quartz asiatiques n'ont pas été développées par des horlogers. Il se pourrait d'ailleurs bien que l'avènement de l'automobile propre ne sera pas le fait des mastodontes de l'industrie automobile. Certes, l'histoire se répète, il lui arrive aussi de changer de secteur.

Il est navrant de constater que les impasses de la R&D en milieu industriel se répètent parfois jusqu'à la caricature dans les hautes écoles spécialisées, alors que celles-ci ont justement comme mission de participer à l'effort collectif d'innovation : chaque domaine de recherche – ingénierie, design, économie – est clairement séparé. Dans l'imaginaire cartésien des bailleurs publics de fonds de recherche, l'ingénieur invente, le designer emballe et l'économiste valorise. Chacun de ces domaines s'approprie des filières de financement qu'il garde jalousement. Vous êtes économiste et portez un projet à la fois économique et technique ? Vos pairs chargés d'évaluer votre proposition la rejeteront puisque vous prévoyez d'allouer une partie substantielle de votre budget à des chercheurs qui n'appartiennent pas à votre « communauté ».

De même, la discipline du marketing n'aide pas toujours à porter haut le calice de la créativité. En affirmant dans de nombreux manuels que l'invention doit répondre à un besoin identifiable, le marketing souffre d'une grave myopie historique : l'invention

de la montre n'a jamais répondu à un besoin, elle l'a créé de toutes pièces. En cela, le garde-temps est l'ancêtre d'autres objets techniques récents qui ont, comme la montre, créé leur besoin : téléphone portable, ordinateur, etc. « Quel est le marché de votre invention ? » demandera l'investisseur. « Mais il n'existe pas puisque notre projet est une invention », répondra, interloqué, l'inventeur. Tout au plus celui-ci pourra-t-il supposer, ici et là, des usages possibles. Mais, entre l'hypothèse d'un usage et sa démonstration, il y a un fossé risqué à franchir. Si l'on comprend aisément la frilosité du capital « risqué » à financer une telle démonstration, les hésitations des bailleurs de fonds publics sont plus difficiles à admettre.

Nous avons collectivement dressé bien d'autres embûches à l'égard d'inventeurs que seule la passion est susceptible de contourner. Nous en énumérerons d'autres à l'occasion d'un nouvel article : le droit, la construction de catégories d'objets et d'usages, et même notre langue ! Cependant, les barrières que dressent nos organisations comme certains postulats désuets du marketing nous permettent de proposer au moins trois critères pour identifier l'invention porteuse de nouvelles richesses et de nouveaux emplois. Premièrement, l'invention n'a pas de marché, elle n'a qu'une hypothèse de marché qu'elle tente de créer. Deuxièmement, l'invention ne se contente pas de produire un objet nouveau, elle invente du même coup des usages ou styles de vie nouveaux. Enfin, l'invention ne s'appuie pas sur des connaissances et compétences organisées : elle ne peut advenir qu'en agençant autrement les connaissances disponibles, voire en en créant de nouvelles.

La créativité est toujours affaire de « désobéissance ». En ces temps de grande inquiétude économique, il serait urgent qu'adviennent des organisations privées ou publiques capables d'accompagner avec efficacité et intelligence des inventeurs que, dans les faits, nous jugeons trop souvent comme des « cancrs indisciplinés ». ●

¹Bruno Latour (dir.), *Ces réseaux que la raison ignore*, Paris, L'Harmattan, 1992

²Pascal Le Masson (et al.), *Les processus d'innovation*, Paris, Lavoisier, 2006.

Belles mécaniques *Swiss made* abordables

Grégoire Baillod

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 «suisstude» et de bienfaisance 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 autant que possible 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.

Bell & Ross Instrument BR 01-93 24H GMT. La collection Instrument de Bell & Ross est immédiatement identifiable avec ses boîtiers carrés et ses cadrans inspirés de l'instrumentation aéronautique et leur extrême lisibilité. La collection intègre pour la première fois une fonction de second fuseau horaire, must pour les grands voyageurs. Mouvement mécanique automatique ETA 2893. Boîtier acier microbillé avec finition PVD noir mat. Chiffres, index et aiguilles luminescents. Bracelet caoutchouc. Une montre typée aux finitions impeccables. **4800 CHF**



Frédérique Constant Maxime Manufacture Automatic. Une montre équipée d'un mouvement manufacturé et d'une lunette en or pour moins de 4000 francs? Frederique Constant a créé la sensation et placé la barre très haut dans le domaine du luxe accessible avec ce nouveau modèle Maxime Manufacture Automatic. Cinq ans après la sortie de son premier calibre maison, la jeune marque genevoise confirme son savoir-faire et renforce son indépendance avec ce mouvement FC-700 développé et fabriqué en interne. Date par aiguille à 6 h. Un nouveau standard de belle horlogerie suisse à prix plus que raisonnable. **3990 CHF**

BEAUTESLOWCOS



Louis Erard 1931 – Tonneau Open Phase de Lune. La philosophie de Louis Erard est de proposer « des montres inspirées de la Haute Horlogerie à des prix très doux ». Jugez plutôt : ce modèle tonneau avec calendrier complet (jour, date, mois et phase de lune), cadran guilloché et squeletté, fond ouvert et belles finitions a des allures de montre appartenant à un segment de prix nettement supérieur. La marque a l'honnêteté de jouer la transparence : le mouvement est clairement identifié (ETA 2824 avec module Dubois Dépraz 9000) et la direction assume totalement que, tout en étant parfaitement *Swiss made*, les montres comportent certains éléments fabriqués à l'étranger. **2950 CHF**

Omega Speedmaster Professional Moonwatch.

La légende de la conquête de la lune à son poignet. Modèle mythique identique à celui porté par les astronautes d'Apollo en 1969, à la robustesse et la fiabilité avérée. Seule différence : le fond saphir irrayable, ouvert sur le mouvement chronographe Lemania 861, le même qu'à l'époque, mais bénéficiant des derniers standards techniques. Ce mouvement mécanique, doté d'une réserve de marche de 45 heures, est toujours à remontage manuel : le rotor d'un mouvement automatique ne résisterait pas au vide intersidéral. Le fond porte l'inscription « The First and Only Watch Worn on the Moon ». **4750 CHF**



Tudor. Marque du groupe Rolex, Tudor propose depuis 1926 des montres conçues selon les critères de qualité et fabriquées dans les ateliers de sa grande sœur, mais à des prix bien plus abordables. Principale différence : les mouvements ne proviennent pas de chez Rolex, mais en général de chez ETA. Nouveauté de cette année, ce modèle Grantour Date d'inspiration automobile, avec son bracelet en cuir micro-perforé, sa carrure de voiture de sport et sa lunette en acier laquée de noir au design rétro. Excellent rapport qualité/prix et fabrication suisse garantie. **2300 CHF**



A. Lange & Söhne Le modèle Richard Lange «Pour le Mérite» vise la plus grande précision. Il est caractérisé par un calibre manufacturé à remontage manuel associé à un dispositif de transmission fusée-chaîne, qui compense le déclin d'énergie du spiral en utilisant le principe du levier. Arrêt de la seconde. Boîtier en or rose de 40,5 mm, fond saphir. Cadran émail. Série limitée à 200 exemplaires. 119700 CHF



Armin Strom Ce modèle Regulator Earth de la nouvelle collection Elements, à l'enseigne «Armin by Armin Strom», est muni d'un mouvement mécanique à remontage manuel avec affichage rétrograde de la date. Réserve de marche de 46 heures. Boîtier titane, PVD noir de 43,6 mm. Fond saphir. Indication des heures, minutes et secondes décentrées. Ouverture sur la petite seconde. Etanchéité 50 m. Bracelet alligator, boucle titane. 18170 CHF

Audemars Piguet La collection classique Jules Audemars s'enrichit d'un chronographe à l'esthétique des années 1920. Mouvement mécanique manufacturé à remontage automatique. Réserve de marche de 60 heures. Compteur 30 minutes à 9 h, petite seconde à 3 h. Echelle tachymétrique. Boîte or, 41 mm, fond saphir. Cadran laqué, chiffres arabes décalqués, aiguilles feuilles noires. Bracelet croco, boucle déployante or. 40300 CHF

Bulgari A l'occasion du 125^e anniversaire de la marque romaine et en hommage à son fondateur, la nouvelle collection Sotirio est caractérisée par un style classique réinterprété, des mouvements manufacturés et une lunette sans logo. Calibre automatique avec calendrier annuel et affichage du quantième rétrograde. Réserve de marche de 55 heures. Boîte or rose, fond saphir ouvert. Edition limitée à 250 pièces. 43000 CHF



NOUVEAUTES NOUVEAUTES NOUVEAUTES



Carl F. Bucherer Le modèle EvoTec DayDate de la ligne Patravi inaugure le nouveau mouvement automatique maison, dévoilé l'an dernier, très innovant avec sa masse oscillante disposée en périphérie. Antichoc à amortissement dynamique breveté. Boîtier coussin acier de 44 x 44,5 mm, couronne vissée, fond saphir. Lunette en caoutchouc. Petite seconde à 6 h. Affichage du jour et grande date. Etanche à 50 m. 14500 CHF



Cartier Ce nouveau modèle Rotonde est équipé d'un calibre manufacturé, avec affichage central inédit du chronographe et embrayage vertical. Mouvement mécanique à remontage manuel, 50 heures de réserve de marche. Boîte or, 42 mm, numérotée. Fond saphir. Cadran sur deux niveaux : périphérique pour les heures et les minutes, partie centrale consacrée au chronographe. Bracelet alligator, boucle déployante or. 37200 CHF

Confrérie Horlogère En marge des œuvres personnelles des confrères, une collection classique voit le jour à l'enseigne de CH avec ce Chronographe Tourbillon Pulsion commandé par un poussoir unique. Mouvement à remontage manuel avec tourbillon volant. Réserve de marche de 5 jours avec indication à 9 h. Compteurs 30 min et 60 sec. Ponts en alu offrant le choix de la couleur. Boîtier tonneau en or, fond saphir. 295000 CHF

Corum La Ti-Bridge abrite le nouveau calibre linéaire manufacture en titane. Mouvement baguette mécanique maintenu par quatre brides triangulaires. Réserve de marche 72 heures. Boîte tonneau en titane, 42,5 x 41,5 mm. Couronne cannelée, fond ouvert vissé. Rehaut avec finition PVD noir. Etanche à 50 m. Bracelet crocodile, triple boucle déployant titane. Production limitée à 750 pièces. 16000 CHF



NOUVEAUTESNOU



F.P. Journe Cette Répétition Minute Souveraine offre un profil extra plat permis par des innovations brevetées: gongs très plats placés sous le cadran, systèmes de râteaux et de marteaux inédits. Mouvement mécanique manufacturé, platine et ponts en or. Boîtier acier pour une sonorité optimale, 40 mm. Cadran argent. Petite seconde à 7 h 30, réserve de marche de 56 heures à 3 h. Marteaux visibles entre 9 h et 10 h. 160000 CHF



Girard Perregaux Cette dernière née de la collection 1966 abrite un calibre manufacturé mécanique à remontage automatique avec l'équation du temps, qui signale tout au long de l'année l'écart entre le temps solaire réel et le temps civil. Balancier à inertie variable Microvar. Calendrier annuel avec date à aiguille et mois dans un guichet. Boîtier or de 40 mm. Fond saphir. Bracelet alligator. 31000 CHF

Graham Le modèle Tourbillon Trigger, ici dans sa version avec un original cadran Havana, abrite un mouvement chronographe, battant à 28800 alternances, associé à un tourbillon excentré, dont la construction assure une meilleure résistance aux chocs et dont les 48 composants ne pèsent que 0,485 g. Boîtier or de 46 mm. Glace convexe, fond saphir vissé. Compteurs 12 heures et 30 min. Etanche à 50 m. 105000 CHF

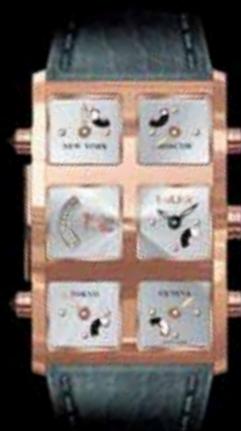
Greubel Forsey Ce Quadruple Tourbillon à Différentiel Sphérique aligne deux paires de tourbillons associés à deux organes réglants autonomes, le tout couplé par un différentiel sphérique, pour une quête ultime de la performance chronométrique. Mouvement mécanique exclusif manufacturé, à remontage manuel, totalisant 531 composants. Seconde sectorielle et réserve de marche de 50 heures à 2 h. Boîtier or rouge, 43,5 mm. 650000 CHF HT



NOUVEAUX AUTES NOUVEAUX



Hublot La King Power abrite un mouvement à remontage automatique avec fonction chronographe à rattrapante foudroyante. Réserve de marche de 42 heures. Boîtier céramique noire microbillée, 48 mm. Lunette céramique surmoulée de caoutchouc, vis titane. Couronne et poussoirs en titane avec insert caoutchouc. Etanche à 100 m. Bracelet caoutchouc, boucle déployante en céramique. Série limitée et numérotée de 500 pièces. 24900 CHF



Icelink «Los Angeles Outside, Swiss Inside», le slogan de la marque genevoise originaire de Californie prend tout son sens avec ce nouveau modèle 6 Timezone Mechanical doté un mouvement mécanique à remontage manuel exclusif à trois pans inclinés entraînant cinq fuseaux horaires. Disque des secondes à 9 h. Réserve de marche de 50 heures. Boîtier or. Fond vissé transparent. Bracelet croco. Villes à choix sur demande. 78000 CHF

Jacob & Co Ce nouveau modèle Epic Tourbillon est doté d'un mouvement mécanique à remontage manuel associant un tourbillon et un triple fuseau horaire. Le cadran, qui compte six couches, accueille trois compteurs offrant chacun huit fuseaux horaires, pour un total de 24 zones, en plus de celle du porteur. Imposante réserve de marche de 120 heures. Boîtier de 47 mm en or rose. Bracelet en caoutchouc. 220000 US\$

Jaeger-LeCoultre Ce modèle de la nouvelle ligne Master Grande Tradition combine deux complications : un tourbillon et un quantième perpétuel. Mouvement mécanique manufacturé à remontage automatique. Balancier de grande taille à inertie variable. Réserve de marche de 48 heures. Boîtier en or rose de 42 mm. Etanche à 50 m. Bracelet alligator. Est proposé aussi avec un échappement en silicium en série limitée. 116000 CHF



NOUVEAUTESNOU



Jean Dunand Ce modèle au cadran Art Déco en laque de Chine sur or est une nouvelle interprétation en pièce unique du Tourbillon Orbital. Le tourbillon volant effectue un tour sur lui-même en une minute et tourne autour du cadran en 60 minutes. Mouvement mécanique exclusif manufacturé, à remontage manuel. Phase de lune au dos à 9 h et indicateur de réserve de marche de 110 heures sur le côté. Boîtier or, 45 mm. 424 700 CHF HT



Maitres du Temps Entrée en scène de l'horloger Daniel Roth aux côtés de Roger Dubuis et Peter Speake-Marin pour ce Chapter Two, qui propose un triple calendrier avec affichage instantané très lisible par deux rouleaux en aluminium et une grande date. Correcteurs sur le fond et le côté, d'utilisation aisée. Mouvement automatique, autonomie de 50 heures. Cadran argent, boîtier en or rose de 58 x 42 mm. Fond saphir. 77 000 CHF

Parmigiani Ce modèle Pershing Tourbillon ajouré a été conçu en partenariat avec le constructeur de yachts italien Pershing. Mouvement tourbillon squelette manuel 30 secondes entièrement manufacturé. Réserve de marche de sept jours à 12 h. Boîtier de 45 mm en palladium. Fond transparent. Cadran saphir ajouré. Étanche à 200 m. Bracelet caoutchouc, boucle déployante. Edition limitée à 30 exemplaires. 265 000 CHF

Patek Philippe Cette nouvelle Calatrava présente un traditionnel boîtier « Officier », style rare et complexe à réaliser, de 38 mm en or jaune, avec couvercle à charnière protégeant un fond vissé doté d'un verre saphir. Mouvement mécanique de manufacture à remontage automatique avec date. Lunette bassinée. Cadran opalin argenté, centre guilloché main, indexes appliqués or. Bracelet alligator, boucle déployante. 26 000 CHF



NOUVEAUX AUTES NOUVEAUX



Perrelet Ce modèle de la nouvelle collection Turbine est équipé d'un double rotor qui couvre l'intégralité du cadran en présentant l'aspect d'une turbine munie de 12 pales en titane. Mouvement automatique, 42 heures de réserve de marche. Boîtier de 44 mm en titane avec traitement DLC. Fond saphir. Sous-cadran luminescent rouge. Etanche à 50 m. Bracelet caoutchouc, boucle déployante titane. 7400 CHF



Richard Mille Structure externe en titane associée à des nanofibres de carbone et à un alliage d'aluminure de titane alvéolé pour cette RM 021 «Aérodyn», dotée d'un mouvement tourbillon à remontage manuel. Balancier à inertie variable. Boîtier or de 48 x 39,3 mm. Indicateur de réserve de marche de 70 heures et échelle d'indicateur de couple. Module de mise à l'heure par friction de roulement sur le fond du boîtier. 294814 €

Victorinox Swiss Army Ce modèle Alpnach Chrono Power Gauge est inspiré de l'hélicoptère Cougar AS 532 de l'armée suisse. Mouvement chronographe automatique. Boîtier acier, 43,5 mm. Fond vissé transparent. Petite seconde à 9 h. Indicateur de réserve de marche de 42 heures à 3 h. Lunette tournante avec échelle de compte à rebours 60 min. Tachymètre. Etanche à 100 m. Bracelet cuir. Edition limitée à 532 pièces. 4250 CHF

Vogard Nouveau pas pour une petite marque innovante avec ce Chronozoner, un chronographe combiné au mécanisme breveté de réglage du second fuseau horaire en tournant la lunette en platine et qui tient compte de l'heure d'été. Mouvement automatique. Boîtier de 48 mm en titane. Couronne à 6 h. Etanche à 50 m. Personnalisation possible avec les villes de son choix. Série limitée numérotée 24 pièces. 17500 CHF

