

PATRIMOINE HORLOGER

Le passé est le futur, ou comment les horlogers exploitent leur patrimoine.

pages 8 à 17



NOS ARCHIVES À DISPOSITION

Europa Star a mis en ligne un incroyable trésor d'archives horlogères depuis 1960.

pages 18 et 19

EUROPA STAR PREMIÈRE

LE JOURNAL DE L'ÉCOSYSTÈME HORLOGER SUISSE

NO 2/19 (Vol.21) MARS 2019 | 12.00 CHF/€ | EUROPA STAR.CH

EDITORIAL

Jeu de go entre Bâle et Genève

PAR PIERRE MAILLARD

Commencer par les bords: Rechercher le positionnement avec la plus grande valeur. Savoir abandonner en temps voulu.

Tels sont les 3 grands principes du jeu de go, jeu de territoire et d'encercllement. C'est précisément ce qui se déroule en ce moment entre les deux grands salons horlogers internationaux, le SIHH et Baselworld. Dès 1991, le SIHH s'est bien «occupé» des bords ou du long côté de go, avec les trois marques Cartier, Piaget et Baume & Mercier – plus Gérard Genta et Daniel Roth, deux petites maisons alors indépendantes. À partir de ce «bord», le SIHH a graduellement agrandi son territoire au fil de ses acquisitions et de quelques ralliements. La stratégie? Encercler progressivement Bâle pour parvenir à régner depuis le centre du territoire en suivant la seconde règle du go: «Rechercher le positionnement avec la plus grande valeur». En concurrence se placer sous la bannière de l'aristocratique Haute Horlogerie. Jusqu'à cette année 2019, on pouvait penser que la stratégie territoriale du SIHH était pleinement gagnante. Avec un Carré des Horlogers dans lequel figurent les horlogers indépendants les plus importants du moment et les puissants «territoires» annexes venus s'agréger autour de lui, le SIHH semblait en passe de maîtriser la partie centrale des territoires du go, avec 361 intersections (le plateau sur lequel se joue le go).

Maître d'un autre territoire central, le Swatch Group semblait avoir porté un coup fatal à Baselworld en s'appliquant tout seul et à lui-même le troisième principe directeur du go: «Savoir abandonner en temps voulu», laissant derrière lui un immense espace vide. Seuls tenaient bon les royaumes de Rolex, de Patek Philippe et de quelques autres seigneurs comme Chopard. Positionnées sur un des bords du go, les marques de LVMH seraient quant à elles indécises, ainsi que d'autres «seigneuries» telles que Breitling ou Chanel. Allaient-elles se rendre à l'adversaire? Une annonce surprenante vint déséquilibrer la partie qu'on pensait jouée: les deux territoires opposés faisaient alliance en se regroupant temporellement dès 2020 (du 26 au 29 avril à Genève puis du 30 avril au 5 mai à Bâle)! Et du coup cessait la partie sur un «nul». Sauf que dans le go, le «nul» n'existe pas à cause du *keiri*, une compensation qui comporte un demi-point. Dans tous les cas il y a donc vainqueur, ne serait-ce que d'un demi-point. Quel sera celui de la partie encore en cours? Un Baselworld qu'on pensait pourtant au bord de l'étranglement? Un SIHH qui risque pourtant une hémorragie à l'intérieur de son Carré et dans le périmètre doré des hôtels du bord du lac, petits et grands se demandant pourquoi et comment exposer à Genève pour aussitôt filer à Bâle.

Ou un Swatch Group replié dans une position d'observateur (tout comme Richard Mille et Audemars Piguet, retirés eux du SIHH)? Mais tant que ni Rolex ni Patek Philippe ni LVMH ni Chopard ni Chanel ni Breitling ne bougront de leur territoire, le jeu de go ne sera pas terminé. ■



Calatrava Sematler Référence S212A-001

La semaine selon Patek Philippe

PAR PIERRE MAILLARD

C'est une toute nouvelle montre de Patek Philippe qui prend place dans la riche gamme des «petites complications» utiles de la Maison genevoise: un semainier. Une première pour la manufacture qui a produit un historique florissant de montres à calendrier, de la simple date en guichet au très complexe quantième perpétuel séculaire (à ne corriger qu'une fois atteint le XXVIII^e siècle), en passant par de nombreux quantités perpétuels (à corriger en 2100) et sans oublier le fameux quantième annuel breveté de 1996. Mais manquait effectivement le semainier. C'est désormais chose faite – et de quelle façon! (Lire en page 3)

PUBLICITÉ

WATCHDREAMER

LA MONTRE DE VOS RÊVES. EN 48 MENSUALITÉS ET AVEC UN CRÉDIT À 0%.

400 MONTRES DISPONIBLES SUR WATCHDREAMER.COM

ZENITH DEFY CLASSIC DES CHF 156.- / MOIS
BREITLING PREMIER DES CHF 165.- / MOIS
OMEGA SPEEDMASTER DES CHF 99.- / MOIS
PANERAI LUMINOR DES CHF 135.- / MOIS

EUROPA STAR PREMIÈRE

MEDIA KIT 2020

A PROPOS

Europa Star Première est l'édition suisse et en français du magazine horloger international Europa Star. Il s'adresse au cœur de l'écosystème de la montre dans le pays qui domine cette industrie et est apprécié tant des professionnels – ils sont nombreux en Suisse! – que des amateurs. Avec des angles originaux, couvrant à la fois les évolutions technologiques, business et la «culture horlogère» au sens large, Europa Star Première est particulièrement reconnu au sein de la branche.

NOTRE HISTOIRE

En 1927, un jeune entrepreneur féru d'horlogerie, Hugo Buchser, lance un guide pour l'industrie, qui devient rapidement une référence et un outil pour toute la branche. Voyageur chevronné, l'éditeur lance ensuite une série de magazines spécialisés dans le monde entier qui accompagnent le développement de l'industrie horlogère. Dans les années 1950, on trouve ainsi des éditions en anglais, français, allemand, espagnol, portugais, japonais, chinois, arabe, hindi, ourdou, thai et cyrillique.

Sous la direction de Gilbert Maillard Buchser, devenu Président de Hugo Buchser SA en 1962, toutes les éditions sont réunies sous l'identité commune «Europa Star» (du nom de l'édition européenne qui faisait écho à la création du Marché Commun et au vaste développement qu'il ouvrait pour l'industrie horlogère suisse). Au fil des décennies, Europa Star devient un magazine leader de la presse spécialisée horlogère dans le monde.

Les années 1990 voient la troisième génération, représentée par Philippe et Pierre Maillard, prendre la succession. Plusieurs initiatives pionnières sont lancées, comme la plateforme de sites internet www.europastar.com ou la création d'une édition diffusée en République Populaire de Chine, qui s'affirme durant les années 2000 comme le principal pourvoyeur au monde de clients pour l'horlogerie suisse.

En 2014, Serge Maillard, représentant la quatrième génération d'éditeurs, rejoint la société. La récente numérisation de nos archives met en lumière un immense patrimoine désormais accessible à tous, à l'heure où la montre devient un véhicule principalement «émotionnel». Au fil de ses numéros diffusés dans le monde entier et de ses articles en ligne, notre maison d'édition prolonge son regard original sur l'industrie horlogère suisse, notamment à travers l'édition suisse Europa Star Première.

www.europastar.ch

Un perpétuel perpétuel

Vacheron Constantin Traditionnelle Twin Beat Quantième Perpétuel



Gros plan des deux balanciers au dos de la montre. À gauche, le balancier 5Hz du mode Actif. À droite, le balancier 1,2Hz du mode Veille. Reconnaisable à son grand diamètre et à sa lente oscillation, son spiral, plus délicat, est quatre fois plus petit en section transversale. À noter également que ce même calibre est doté d'un nouveau mécanisme de saut instantané de la date, du mois et de l'année bissextile qui réduit notablement l'effet sur l'amplitude du balancier du saut des affichages.

5Hz (36000 alternances/h) offrant 4 jours de réserve de marche; et le mode Veille, avec un balancier basse fréquence oscillant à 1,2Hz (8640 alternances/h) offrant au minimum 65 jours de réserve de marche!

À l'aide d'un simple poussoir situé à 8h, l'utilisateur peut faire passer sa montre d'un mode à un autre, selon qu'il la porte - à la fréquence de 5Hz la montre conserve une précision optimale insensible aux mouvements brusques du porteur - ou la laisse tranquillement au repos en basse fréquence. Il ne devra alors la remonter manuellement que tous les deux mois. Affichée en haut du cadran, la réserve de marche est unique en son genre: une seule aiguille permet de l'afficher automatiquement selon le mode Actif ou Veille choisi: 4 ou 65 jours.

PAR PIERRE MAILLARD

Un calendrier perpétuel est censé indiquer au moins heure, minute, date, mois et année bissextile jusqu'en 2100 et ce, théoriquement, sans intervention humaine. Sauf que, s'il vient à s'arrêter au bout de sa réserve de marche, il faut se lancer dans une fastidieuse opération de réglage. Un problème que Vacheron Constantin vient de résoudre avec brio.

La solution? Elle est inscrite dans son nom: Twin Beat. L'inspiration provient des pendules japonaises de l'ère Edo (1603-1868) au cours de laquelle le jour et la nuit étaient divisés en six segments de durée différente, variant selon les saisons. Ces horloges étaient équipées de balanciers à simple ou double foliot qui permettaient de modifier leur vitesse de fonctionnement.

Comment transposer une semblable fonctionnalité dans une montre de poignet?

Deux balanciers distincts

La Traditionnelle Twin Beat quantièbre perpétuel est équipée d'un double barillet et de deux ressorts moteur transmettant leur énergie à deux trains de rouages distincts aboutissant à deux organes de régulation également distincts et fonctionnant à deux fréquences distinctes. Il y a le mode dit Actif, avec un balancier haute fréquence à

Le calendrier perpétuel le plus pertinent

Au passage d'un mode à un autre, l'affichage de l'heure et des indications calendaires ne subit aucun décalage, et ce grâce à un système de commutation instantanée qui arrête un balancier au même instant que démarre l'autre, une opération réalisée en une fraction de seconde.

Au cœur de ce dispositif très innovant, un différentiel permet aux aiguilles de lire des sources d'information variables provenant de deux trains de rouages pour indiquer un affichage unique de l'heure quel que soit le mode choisi. Un autre différentiel, monté sur le barillet, transmet le couple adapté à son fonctionnement au balancier du mode Veille dont le très fin et très sensible spiral (dont la section est très inférieure à celle d'un cheveu humain) a été spécialement conçu pour ce rythme très lent. Enfin, deux différentiels supplémentaires permettent de transmettre l'information spécifique à l'unique aiguille indiquant une des deux réserves de marche.

Les 480 composants de ce calibre 3160 QP tiennent dans un espace de 6 mm d'épaisseur et de 32 mm de diamètre. Une véritable performance. Son prix: CHF 210.000. ■

Certifiée Poinçon de Genève, la Vacheron Constantin Traditionnelle Twin Beat Quantième Perpétuel se présente dans un boîtier très classique en platine 950 de 42 mm de diamètre et 12,3 mm d'épaisseur qui contraste avec son cadran ajouré à double niveau à l'esthétique très contemporaine, décoré d'un guilloché radial et de surfaces sablées.



Calendrier éditorial 2020

-● 01.03.2020
MARCH ISSUE
-● 26.04.2020
APRIL/MAY ISSUE
-● 31.05.2020
JUNE ISSUE
-● 30.09.2020
AUTOMNE ET VENTES AUX ENCHÈRES
-● 30.11.2020
FÊTES

Les mots-clés de l'horlogerie en 2019

A propos de la Chine, du marché secondaire, de la montre connectée, de la durée de vie des horlogers et de la reprise en main de la distribution: notre regard sur l'actualité de l'horlogerie.

PAR SERGE MAILLARD

1. CHINE

Malgré un ralentissement de la croissance des ventes en début d'année, le consommateur chinois reste l'alpha et l'oméga du marché horloger contemporain. Et l'achat domestique chinois prend une importance croissante pour la vente de montres neuves, alors que le marché secondaire est de plus en plus présent dans les pratiques d'achat en Occident. Dès lors, tout ce qui se passe en Chine, comme les manifestations à Hong Kong, a un impact disproportionné sur la marche de l'industrie. *Europa Star* était à Hong Kong en septembre pour décrypter l'impact des manifestations sur l'industrie horlogère. Notre édition internationale comporte un grand dossier sur le marché chinois. Par ailleurs, nous vous invitons à relire un reportage de 2016, dont certains enseignements toujours très pertinents, sur l'évolution du marché à Hong Kong par Jean-Luc Adam, disponible sur notre site internet.

2. NEUF OU VINTAGE

Le marché secondaire est dans une dynamique forte, porté par les ventes en ligne et - paradoxalement sans doute - à la fois par la pénurie de certains modèles très recherchés et par les stocks d'inventaires accumulés ces dernières années (*lire notre série en ligne sur des plateformes leaders de la seconde main comme WatchBox, Chrono24, Chronext ou Watchfinder*). Avec l'explosion de l'e-commerce, c'est de plus en plus le prix envisagé de revente qui détermine la cote réelle du neuf. Le marché secondaire «rejoint» donc en quelque sorte le marché du neuf. D'où l'effort fourni par les marques pour reprendre le contrôle de cette jungle numérique qu'est le *pre-owned* (et euphémisme pour la montre de deuxième main). Et les détaillants entrent aussi dans la danse, récemment par exemple London Jewelers aux Etats-Unis et Bucherer ou Les Ambassadeurs en Suisse.

3. VALEUR OU VOLUMES

Après avoir bouleversé le secteur de la montre fashion, l'omniprésence d'Apple Watch (et plus généralement la montre connectée) semble conforter la direction prise par l'industrie horlogère suisse vers le haut de gamme: la branche se replie de fait toujours plus sur la «valeur» au détriment du «volume». Comme le souligne la FHH, en six mois, l'industrie horlogère suisse a vu ses volumes diminuer de 14,1 %, soit une baisse de plus de 1,6 million de garde-temps. Au risque de perdre des plumes dans la base industrielle de production sur laquelle repose (aussi) le haut de gamme. Certaines «machines de guerre» industrielles comme Longines résistent cependant bien dans le créneau du milieu de gamme (*lire les pages suivantes de ce numéro*).

4. STARTUPS

Chaque jour de nouvelles marques apparaissent, portées par un ticket d'entrée moins cher dans l'industrie grâce au numérique. En revanche, rares sont les nouvelles marques qui tiennent sur la durée, comme le montre encore récemment l'exemple de la fin de l'aventure Klokers. Nous observons plutôt une phase de consolidation du marché autour des marques les plus désirées et établies, et de repli pour les autres. Même si quelques exceptions confirment la règle, plutôt dans le haut de gamme, comme la percée d'Akrivia, que nous suivons de près depuis ses débuts. A retrouver dans ce numéro, un dossier de fond réalisé par Pierre Maillard sur quelques-uns de ces nouveaux acteurs.

5. DISTRIBUTION

Dans un contexte général de faible croissance, la bataille porte de plus en plus sur l'amélioration des marges. Un grand nombre de marques grandissent donc essentiellement en reprenant en main leur réseau de distribution. Les groupes de distribution et détaillants leaders, comme Watches of Switzerland (*lire notre article sur leur expansion aux Etats-Unis dans notre édition de mars*), se rapprochent toujours plus des marques leaders, notamment via l'ouverture de boutiques franchisées - corollaire à la «concentration» en cours de l'industrie, qui voit les marques les plus puissantes réduire le nombre total de leurs points de vente. ■

Articles complets et références à retrouver sur notre site en français www.europastar.ch



Diffusion

10%

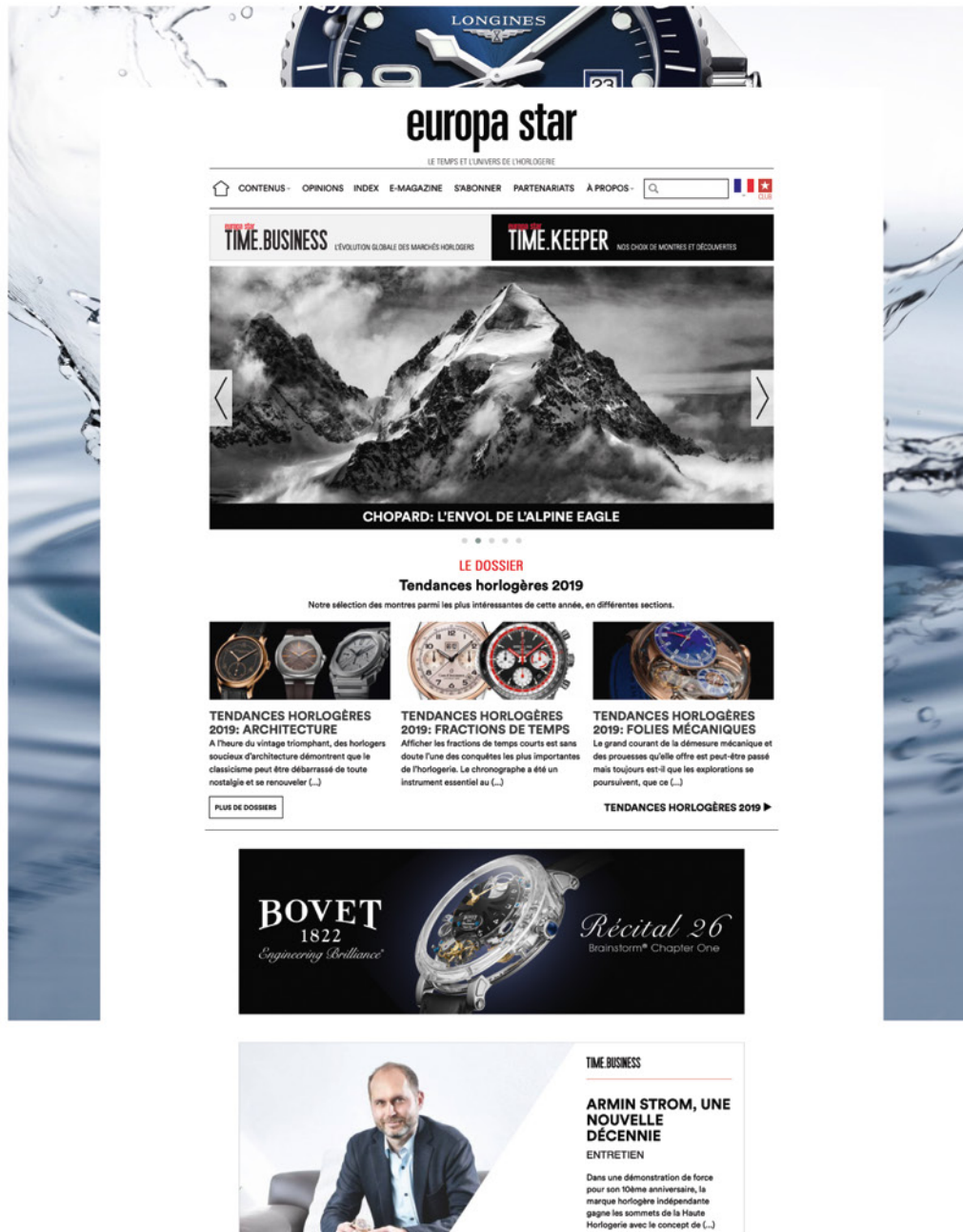
- Les principales marques horlogères

30%

- Le réseau de boutiques d'horlogerie-bijouterie dans toute la Suisse
Le réseau de sous-traitance de l'horlogerie-joaillerie

60%

- Diffusion qualifiée hors professionnels de l'horlogerie (hôtels, restaurants, professions libérales, monde de la culture, écoles en Suisse romande)



Sites internet

Présence en six langues (français, anglais, espagnol, russe, chinois traditionnel, chinois simplifié)

Leaderboard

Banner (728x90px):
CHF 1'990 par mois (diffusion sur tous les sites)

Wallpaper

Banner (1800x1800px) & Main (1040x340px):
CHF 2'990 par mois (diffusion sur tous les sites)

Rabais de fréquence:
2 mois -10%
3 mois: -15%
4 mois: -20%
5 à 12 mois: -25%

Highlight

Présentation produit:
Anglais: CHF 1'990 par Highlight
Anglais, Français, Espagnol, Chinois: CHF 2'990 par Highlight

Newsletter

Sponsorship: CHF 990 par newsletter



"It represents a fascinating and invaluable source of information to dig, browse and read thousands of articles about your favourite brands and watches or to shed light on some of the major evolutions of the watchmaking industry." – Monochrome



125th anniversary of OMEGA's foundation



"The archive offers a lot more than just casual browsing pleasure. One of the most powerful features is search – Europa Star has implemented some excellent optical character recognition technology. The yearly cost is less than the cost of a strap, and to anyone seriously interested in watches and the history of watchmaking, it's really a no-brainer." – Hodinkee



"Europa Star has been the trailblazing and specialised industry press, producing global coverage professionally since 1927. For collectors, the ES digital library is a treasure trove of coverage and records of watches dating as far back as 60 years ago. Any vintage and history lovers may easily have a field day roaming around the archives." – Fratello Watches

Abonnements Europa Star Club avec 100'000 pages d'archives horlogères

UNE RESSOURCE UNIQUE POUR PROFESSIONNELS ET AFICIONADOS

Europa Star met à disposition de ses clients et partenaires plus de 100'000 pages d'archives horlogères numérisées depuis 1950. L'histoire des marques, les marchés et tous les modèles qui ont fait l'horlogerie du 20ème siècle et des sept dernières décennies. Les membres du Club ont également accès aux toutes dernières publications d'Europa Star ainsi qu'aux articles exclusifs publiés en ligne.

Coûts d'adhésion annuels pour professionnels et entreprises:

Abonnement Professionnel

Inclus 100 téléchargements de pages: CHF 499 /an

Abonnements Entreprise

LICENCE 3 UTILISATEURS

Inclus 180 téléchargements: CHF 890/an

Inclus 480 téléchargements: CHF 1'380/an

LICENCE 5 UTILISATEURS

Inclus 200 téléchargements: CHF 1'150/an

Inclus 500 téléchargements: CHF 1'700/an

LICENCE 10 UTILISATEURS

Inclus 200 téléchargements: CHF 1'660/an

Inclus 500 téléchargements: CHF 2'150/an

ACCÉDEZ AU CLUB: www.europastar.com/club

ou contactez l'éditeur +41 22 307 78 37 club@europastar.com

europa star

1 MAGAZINE

4 EDITIONS PRINT

- Europa Star GLOBAL x 5/an
- Europa Star China supplement x 5/an
- Europa Star USA supplement x 5/an
- Europa Star Première Suisse x 5/an

8 SITES WEB

- Anglais – www.europastar.com
- Français – www.europastar.ch
- Espagnol – www.horalatina.com
- Russe – www.europastarwatch.ru
- Chinois simplifié – www.watches-for-china.cn
- Chinois traditionnel – www.watches-for-china.com
- Archives – www.europastar.com/club
- Bijouterie/Joallerie – www.CIJintl.com





Editions personnalisées

- Création de matériel rédactionnel et de publications sur mesure
- Matériel iconographique pour expositions (utilisation d'archives)
- Bespoke pour print et web
- **NOUVEAU:** Gestion de projets de numérisation de fonds d'archives pour les marques horlogères