LA LETTRE DE L'HORLOGERIE INTERNATIONALE

EUROPA STAR PREMIÈRE

UN SERVICE EN LANGUE FRANÇAISE D'ARTICLES À PARAÎTRE DANS EUROPA STAR MAGAZINE

Vol.10, No 1 Genève, le 18 février 2008

HORLOGERIE SANS TABOUS

Pierre Maillard, rédacteur en chef, Europa Star

Récemment, au cours du Grand Prix de l'Horlogerie de Genève, une des récompenses n'a pas été attribuée, le "prix de la montre électronique". Raison avouée: manque de concurrents!

Dans les rangs du public, un homme enrageait: Jean-Christophe Babin, CEO de TAG Heuer. Il avait de bonnes raisons de ne pas être content, car avec son "Calibre S", il avait toutes les chances de remporter ce prix haut la main. Pour rappel, le Calibre S est un calibre de nouvelle génération qui réunit le meilleur de la montre mécanique (soit 230 composants) et cinq micro-moteurs bidirectionnels. Ce qui lui permet, dans sa version "Aquaracer Chrono Regatta" d'afficher non seulement une date rétrograde avec calendrier perpétuel, mais aussi trois modes - heure, chronographe au dixième de seconde, et compte à rebours pour régate - indiqués par le biais des mêmes trois aiguilles centrales et activés par simple pression sur la couronne. Ces trois modes offrent ainsi une incomparable lecture intuitive. De quoi démoder définitivement la pénible lecture chronographique sur les traditionnels petits compteurs.

Le calibre S est donc un mouvement mécanique – ou largement mécanique – mais doté de la précision du quartz. Un hybride qui, comme dans l'industrie automobile, préfigure certainement une bonne part de ce que le futur nous réserve.

A part TAG Heuer, on ne connaît, parmi les marques d'importance mondiale, que Seiko qui s'aventure à explorer de nouvelles pistes technologiques, avec sa superbe ligne "mécatronique" Spring Drive qui combine elle aussi, mais différemment, électronique (un tri-synchro régulateur et un frein électro-magnétique) et mécanique (l'accumulation énergique se fait par rotor et barillet).

Sans doute est-ce ainsi car ni les uns – Seiko – ni l'autre – Jean-Christophe Babin – n'ont de "tabous" horlogers. Les uns tout simplement parce qu'ils sont japonais (et horlogers depuis plus de 100 ans) et qu'ils ont déjà secoué une fois, et plus que sérieusement, l'horlogerie helvétique en lançant le quartz. Jean-Christophe Babin certainement parce qu'il n'est pas issu du sérail horloger, ni du monde de la mode, d'ailleurs, mais qu'il a fait ses armes dans la grande consommation, chez Procter & Gamble puis chez Henkel, dont il dirigea avec succès la division "détergents" en Italie puis en Allemagne.

Cette expérience, bien loin d'être un handicap, lui a permis d'aborder l'horlogerie sans aucun de ces "tabous" qui, trop souvent, paralysent ceux qui n'ont connu que ce milieu. "Je ne me sens pas dans une prison mentale", précise-t-il, "et je crois que l'horlogerie suisse doit s'ouvrir et se libérer. La qualité n'est pas uniquement helvétique et le luxe n'est pas confiné à la seule mécanique!"

Ces propos que d'autres n'oseraient proférer, Jean-Christophe Babin les explique par une conviction que son parcours lui fait tenir pour une évidence: "il faut partir du consommateur plutôt que du produit." Ainsi en va-t-il, par exemple, pour le quartz.

"J'ai constaté que de nombreux consommateurs, y compris des hommes, appréciaient la précision et la facilité d'utilisation du quartz. Pourquoi les en priver? J'ai pris acte de cette volonté et tiens à démontrer qu'il ne faut pas voir dans le quartz un manque de noblesse, ni dans le mécanique une quelconque sur-noblesse. C'est comme dans l'automobile: Mercedes ou BMW ont démontré que le haut de gamme pouvait être au diesel!"

Une leçon à retenir.

Lombard Odier Darier Hentsch & Cie
Banquiers Privés - Une référence depuis 1796
www.lodh.com

SOMMAIRE DU MAGAZINE

europa star
NO 287 FÉV. - MARS 2008

EDITORIAL
Watchmaking with no taboos

COVER STORY
Jean Dunand, unique timepieces

INTRODUCTION
Horlocosmos

HAPPY FEW
The 'über-watches'

GLOBAL TIME TRENDS
Diamonds galore
Beyond steel – new materials in watches

EXTREME PERFORMANCES
Extreme watches: who's using them?
Affordable sophistication
Cutting-edge quartz

CHINESE MECHANICS
Red star rising: A Europa Star visit to a Chinese watch factory

GLOBAL FASHION SIGNATURES
American fashion task force

SOPHIE'S CHOICE
Do you remember your very first watch?

PRE-BASEL / SIHH
The Tourbillon Gravity by Concord
The panoply of BR-03 Instruments by Bell & Ross
His Majesty, the Blu Majesty Tourbillon MT3
The Night Birds of Villemont
Chanel – Audemars Piguet partnership
Bédat & Co. celebrates 2008 with a lucky no. 8

THE RETAILER CORNER
Daring to be different: RYA Design Consulting

LETTERS
Letter from Germany – Business is booming, but not for everyone
Letter from Italy – Italy's diverse watch trends

WORLDWATCHWEB®
Social networking sites or a haven for consumer branding

LAKIN AT LARGE
Brass monkeys in Geneva and Jean Cocteau in Menton

Europa Star Magazine
6 issues per year worlwide
Subscription: SF 100.-/International: SF 140.-
www.europastar.com

HORLOCOSMOS EN BREF... ... À DÉCOUVRIR EN DÉTAIL DANS EUROPA STAR 1/08:

Diamonds Galore
De plus en plus de diamants, voire des montres qui ne sont plus "que" diamants, des diamants pour "tous les jours" ou des diamants d'exception, sertis ou pavés, dans des formes pures ou, au contraire, des formes de plus en plus baroques. Autre tendance qui grimpe: de plus en plus ouvertement les hommes s'intéressent de nouveau aux diamants...

Beyond Steel – New materials in watches
Autre tendance forte, autre mode déferlante: la quête de nouveaux matériaux. Certaines recherches sont parfaitement justifiées, apportant un véritable plus en termes de lubrification, de résistance, de précision, et d'autres ne sont là que pour le "show". Mais cette quête des "nouveaux" matériaux est en fait aussi ancienne que l'horlogerie qui, de tous temps, a cherché à améliorer ses performances et à apporter une touche esthétique différente.

Extreme watches: who's using them
De plus en plus de montres affichent des performances hors du commun, sont capables de plonger à mille mètres de profondeur ou de subir des chocs autrefois mortels. Mais à qui ces montres s'adressent-elles? Qui les porte? Sont-elles surtout exhibées lors des cocktails ou "sur le terrain"?

Affordable sophistication
La montée en gamme effrénée à laquelle on a assisté ces dernières années a fait école à tous les "niveaux". La petite montre toute simple est-elle en voie de disparition? De plus en plus de sophistication, de raffinement, de recherche esthétique pour un plus en plus grand nombre de gens...

Cutting-edge quartz
A force de ne parler que de montres mécaniques on en oublierait presque que le quartz existe bel et bien, devient lui aussi de plus en plus sophistiqué, offre de plus en plus de fonctions "user friendly" et répond toujours mieux à l'attente de très nombreux consommateurs.

Red star rising...
Europa Star voulait en savoir un peu plus et s'est rendu non loin de Shenzen, chez un fabri-

suite page 3

HORLOCOSMOS

Pierre Maillard

Combien de montres se fabriquent par année dans le monde entier? 1,5...1,7 milliard de pièces (soit une montre pour 6 à 7 habitants)? Pour quelle somme (à l'exportation)? 20...22 milliards de FS? Nul ne le sait avec exactitude. Ce qu'on connaît, par contre, ce sont les chiffres 2007 qui viennent de tomber pour la Suisse: année record, avec croissance à deux chiffres pour un total d'exportation qui frôle les 16 milliards de FS (contre 11 milliards en 2004, c'est dire la progression). Ce chiffre record helvétique est établi avec un nombre de pièces terminées de...25,9 millions. C'est dire s'il ne s'agit que d'une fraction infime de la production mondiale, environ 1.8 à 2%! Et pourtant on ne parle presque exclusivement que de celles-ci. Le monde de la presse horlogère est un peu comparable à celui de la presse people: il n'y en a que pour les stars. Les autres, tous les autres, sont priés de se ranger de côté et de regarder le tourbillon du défilé passer sur le tapis rouge.
En ce début d'année, Europa Star a cherché à élargir un peu l'horizon et à mélanger les genres, dans une sorte de mêlée démocratique, mixant les plus huppées des montres aux plus modestes des tocantes. Car, comme le dit le proverbe, "ne faut-il pas de tout pour faire un monde"? Et l'horlogerie en est assurément un, avec ses "classes" bien distinctes, ses "tribus" plus ou moins bruyantes, ceux qui roulent des mécaniques et ceux qui se la jouent modeste. Oh, bien sûr, ce monde horloger est trop vaste et trop divers pour que nous puissions en faire le tour. Mais cette diversité fait toute sa richesse.
Alors embarquons-nous. Rendons visite aux "über-montres" qui ont le vent en poupe ou allons faire un tour dans le jardin d'enfants, voir ce qui se trame pour les tout-petits. Examinons les dernières avancées dans le domaine des "nouveaux matériaux" ou rendons visite à une fabrique chinoise du côté de Shenzen. Paradons avec les commandos de la mode "made in USA" ou regardons les dernières innovations dans le quartz ou les montres hybrides...Et profitons-en pour admirer déjà en avant-première quelques montres fort diverses qui seront publiquement dévoilées lors des prochains Salons. Tout un monde que cet "Horlocosmos"!

JEAN DUNAND, UNIQUE WATCH

Dès la présentation de ses premiers garde-temps, en 2005, Jean Dunand s'est fixé un cadre d'action, aussi rigide et strict qu'il est ambitieux. Une "chartre" à laquelle la marque entend se soumettre entièrement: chaque pièce qui sort de ses ateliers est "superlativement" unique.
Strictement unique par l'aspect inédit du mouvement et des mécanismes qu'elle renferme, car chaque nouvelle collection se doit, à chaque fois, d'être une "première mondiale" totalement exclusive, elle l'est aussi à l'image d'une oeuvre d'art car chaque pièce de chaque collection possède son propre visage, jamais répété à l'identique. Il n'existe pas deux Jean Dunand semblables.
Cette ligne de conduite exclusive, unique en son genre pour l'ensemble de la production d'une marque (d'autres marques font aussi des pièces "uniques" mais aucune ne fait, à l'image de Jean Dunand, uniquement des pièces uniques) impose aux créateurs de la marque, Thierry Oulevay et Christophe Claret, une ligne de conduite extrêmement exigeante, qu'ils nomment eux-mêmes "jusqu'au boutisme". Car, au-delà de leur innovation technique et de leur singularité esthétique, chaque pièce doit également faire l'objet de finitions soignées à l'extrême et convoquer autour de leur berceau les meilleurs artisans d'art et les horlogers les plus pointus.
A ce niveau d'exigence, et sachant qu'il s'agit chaque fois d'une première mondiale, on peut facilement imaginer que le rythme de création et de sortie des pièces Jean Dunand est extrêmement parcimonieux: une nouvelle création tous les deux ans. L'aventure Jean Dunand a ainsi commencé par le Tourbillon Orbital, sorti en 2005 mais après près de 5 ans de développement et de mises au point, puis en 2007 a été présentée la Shabaka. Entre-temps, Jean Dunand a également créé et produit une série strictement limitée à 6 pièces, d'une Grande Complication qui figure parmi les garde-temps les plus compliqués du monde (827 composants, 6 mois de travail par pièce).

Art horloger et Art Déco

Outre ces critères d'unicité, Jean Dunand propose une approche horlogère tout à fait particulière et originale qui découle directement de la personnalité même de ses créateurs, Thierry Oulevay et Christophe Claret.

Christophe Claret, bien connu des milieux horlogers, est un des horlogers les plus doués et innovants de sa génération. A la tête de sa propre entreprise, il travaille pour les plus grandes marques horlogères helvétiques, pour lesquelles il conçoit et produit des mouvements complexes d'exception. Mais c'est avec Jean Dunand qu'il peut se permettre d'exprimer en toute liberté ce pour quoi il est particulièrement reconnu: son véritable "génie" de la tridimensionnalité mécanique.

Thierry Oulevay, quant à lui, est un entrepreneur horloger expérimenté qui a fait ses armes auprès de Piaget puis a recréé la marque historique Bovet qu'il a quittée en 2001, date de sa rencontre avec Christophe Claret. Passionné d'Art Déco, grand connaisseur des métiers d'art, il a donné aux montres Jean Dunand leur inspiration esthétique originale, qui fait en grande partie leur prix. Car plutôt que de reproduire servilement le style des montres de l'époque Art Déco, les pièces uniques de Jean Dunand cherchent à en capturer l'esprit et la quintessence: géométries simples mais affirmées, design fonctionnel, recours à l'utilisation de matériaux aussi précieux qu'étonnants ou rares, valorisation de l'artisanat d'art.

Rassembler le meilleur de l'époque

La parfaite complémentarité de ces qualités, à la fois techniques et esthétiques, a donné naissance à une horlogerie étonnante, singulière, marquante. Une horlogerie en forme d'oeuvre d'art qui ne ressemble à aucune autre. Une horlogerie qui parvient également à rassembler le meilleur de son époque, soit une inventivité technique qui est à la pointe des recherches de la mécanique contemporaine, couplée avec une volonté de revivifier les métiers d'art les plus précieux: émaillage, peinture miniature, travail de la laque, joaillerie sont et seront mis au service des Pièces Uniques de Jean Dunand.

Novateur, Jean Dunand l'a également été pour l'industrie horlogère dans son ensemble, en étant un véritable préfigurateur d'une des tendances les plus fortes du moment: la recherche de l'exclusivité absolue (cf notre article "Les über-montres" dans ce numéro, dans lequel nous analysons plus en détail cette tendance et revenons notamment sur Jean Dunand).

Pour Thierry Oulevay, "cette exclusivité des Pièces Uniques de Jean Dunand n'est ni une fin en soi ni un argument marketing: elle est la conséquence naturelle de notre volonté de proposer des garde-temps rivalisant ou dépassant, tant par leur conception technique que par la qualité de l'ouvrage, le meilleur de la production horlogère suisse."

Il va donc de soi que ce niveau d'exigence "est indissociable d'une production exclusive et fortement limitée". Une production qui se compte en dizaines, donc, et un réseau de distribution strictement composé de quelques dépositaires de référence retenus pour leur volonté et leur capacité à être de véritables partenaires de la marque, capables de transmettre de la façon la plus pointue les qualités techniques et esthétiques qui font la valeur intrinsèque de chaque pièce unique.

LES "ÜBER-MONTRES"

On a connu les montres compliquées, puis les ultra-compliquées.
On a vu la taille des montres grandir et grandir. Se couvrir de diamants.
On assiste aujourd'hui à la naissance de nouvelles marques qui n'oeuvrent que dans l'exceptionnel. Des "über-marques" pour "über-riches".

Un des effets de la mondialisation est la naissance d'une nouvelle classe sociale internationale que l'on nomme tour à tour "nouveaux milliardaires", "hyper-riches" ou, mieux encore, "über-riches". Cette nouvelle catégorie, grandie à l'ombre des dérégulations financières et nourrie aux parachutes dorés et au prix du baril, n'est pas, et de loin, l'apanage des seuls pays de l'OCDE. Elle a vu fleurir ses bourgeons les plus extravagants dans les pays

suite page 4

cant de montres mécaniques chinoises. On n'en est pas encore à la qualité Swiss Made, loin de là, mais, petit à petit, l'écart va se resserrer. Un sérieux bémol, cependant: les conditions de vie des "collaborateurs" qui travaillent et vivent sur place sont, quant à elles, bien loin de nos standards. Il y a du Zola en Chine...

American fashion task force

Le nombre de marques "fashion" originaires des USA et actives en horlogerie grandit en nombre et en puissance. Petit tour d'horizon et constat des forces en présence.

Do you remember your first watch?

Un secteur dont on ne parle jamais: la montre pour enfant. Sophie Furley est allée explorer ce continent bien plus riche qu'on l'imagine. C'est fou la créativité qu'on peut y découvrir, un vrai laboratoire de formes. En plus, Sophie a organisé un concours de dessin dans une classe de l'école primaire, dont les résultats ont été jugés par le designer Jörg Hysek.

Sans oublier...

Le Retailer Corner, consacré à RYA Design Consultant, un spécialiste international des boutiques de luxe, nos Lettres d'Allemagne et d'Italie et un WorldWatchWeb consacré au "social networking" et ses incidences pour les marques horlogères.

LE TOURBILLON GRAVITY DE CONCORD

On croyait avoir tout vu, ou presque dans le domaine des tourbillons. Eh bien, on n'est pas encore au bout de nos surprises. Dernier-né, qui sera présenté à Baselworld, le "Tourbillon Gravity" de la marque "XXL" Concord.

Il fallait effectivement un boîtier XXL pour pouvoir loger le tourbillon et sa cage non pas bien sagement sur le devant de la montre, mais bel et bien sur le côté du boîtier. Un façon clin d'oeil, de renouer avec les origines du tourbillon dont on sait qu'il a été inventé par Breguet pour compenser les écarts de marche des montres-gousset qui, comme leur nom l'indique, passaient l'essentiel de leur existence en position verticale. Il s'agissait donc, à l'origine, de compenser les perturbations de l'isochronisme du balancier provoquées par l'attraction terrestre, en lui faisant adopter successivement toutes les positions verticales.

Il y a quelques années, la polémique faisait rage (attisée notamment par un retentissant article

suite page 4

du professeur Nicolet dans les colonnes d'Europa Star) quant à l'utilité, ou plutôt l'inutilité, du tourbillon sur une montre-bracelet (qui adopte naturellement toutes les positions quand elle est portée à un poignet mobile). Le Tourbillon Gravity de Concord n'y changera pas grand chose du point de vue scientifique, mais c'est une innovation audacieuse et de haute voltige. Conçu par la très inventive entreprise BNB Concept (cf. notre article sur les "über-montres" dans ce numéro), sa difficulté réside essentiellement dans l'insolite construction mécanique orthogonale qui permet d'arborer le tourbillon hors cadran, en marge du boîtier. Une façon aussi pour Concord de délimiter son nouveau territoire.

LES OISEAUX DE NUIT DE VILLEMONT

On connaissait la Big Bang All Black de Hublot qui, la première, déclinait le noir sur le noir, voici maintenant d'autres oiseaux de nuit, les Night Hawk de Villemont. Une très belle réussite, que ces montres à fort caractère, dont le boîtier très "contemporain" (le nom même de la collection à laquelle ces montres appartiennent), à la fois technique – structure titane avec revêtement "diamant noir - et d'une très haute qualité de finition, s'adapte parfaitement à des jeux variés de sertissage.

La plus nocturne et la plus chic, si ce n'est la plus lisible, de ces Night Hawk est certainement la version sertie de diamants noirs en taille baguette ou en taille brillant montée sur bracelet caoutchouc naturel noir décoré façon "Clou de Villemont". Une forme "d'understatment" paradoxalement superlative.

Les autres versions arborent diamants blancs taille baguette ou brillant ou encore une rangée de rubis du plus bel effet.

Mais si les Night Hawk sont de superbes bijoux noctambules, ce sont également de belles machines horlogères: mouvement Calibre VM07 à remontage automatique avec quantième à guichet et réserve de marche de 48 heures. Le fond saphir permet d'admirer la décoration toute traditionnelle (ponts perlés, têtes de vis bleuies) que souligne par contraste une masse oscillante noire très contemporaine.

HIS BLU MAJESTY TOURBILLON MT3

Récompense méritée pour Bernhard Lederer qui vient de recevoir à Kuala Lumpur le prix

suite page 5

dits "émergents": Russie, Chine, Inde...pour n'évoquer que les exemples les plus frappants. Ce qui rassemble, notamment, cette nouvelle classe mondialisée est son appétit sans fin pour l'exceptionnel, le hors norme, le délirant. Très logiquement, l'horlogerie, qui, en tant que productrice d'objets précieux, a de tous temps figuré parmi les "joujoux" préférés des puissants, a graduellement suivi la tendance.

Elle est parvenue d'autant mieux à le faire que sa branche la plus prestigieuse, l'horlogerie mécanique, a connu un regain général de popularité sans précédent historique pour une technologie qui, en-soi, est dépassée par l'électronique. La montre mécanique est ainsi passée du statut d'objet utilitaire à celui, plus enviable, de symbole social. Or, dans le domaine du symbolique, les "über-riches" en veulent "pour leur argent". En d'autres termes, plus c'est fou, plus c'est rare, plus c'est extravagant, mieux c'est.

Cet appétit pour l'exceptionnel a directement favorisé l'incroyable grossissement en taille qui, aujourd'hui, touche tous les segments horlogers. En effet, plus la surface à disposition sera importante, plus il sera aisé d'aligner les complications et les affichages insolites. Parmi ceux qui ont lancé la tendance, il y a déjà quelques années, figurent en bonne place les rapers nord-américains dont on a, à l'époque, moqué le goût immodéré pour le plus bling bling qui soit. Les bien-pensants ont certainement eu la vue courte quand ils se sont mis à fustiger ces extravagances car, quelques années plus tard, on constate que la "pointe" de l'horlogerie a cédé et que les pures "folies" horlogères tiennent aujourd'hui le haut du pavé.

L'exemple HD 3

Pour l'essentiel, celles-ci sont le fait d'indépendants ou de petites structures qui ont décidé de se nicher dans le segment de ces "über-montres". Il leur était plus facile de le faire car, partis de rien, il n'ont rien à craindre. Ils sont affranchis de nombre de tabous horlogers que les grandes marques ont souvent bien plus de peine à transgresser. La conjonction de l'imagerie de synthèse – qui permet de donner forme aux délires les plus spectaculaires – et des nouvelles technologies numériques de fabrication leur a amplement facilité la tâche. "Auparavant", explique Valérie Ursenbacher, du collectif de créateurs horlogers HD3 Complication (qu'elle partage avec Jorg Hysek et Fabrice Gonet) "on faisait un prototype puis il fallait tout mesurer avec des palpeurs afin d'essayer de reproduire plus ou moins en machine la forme rêvée. Forcément, on se limitait. Aujourd'hui, on peut passer directement de mon ordinateur, sur lequel je dessine en 3 dimensions, à la machine à commande numérique sur laquelle on va fabriquer. Tout devient possible."

L'aventure des trois mousquetaires de HD3 Complication est d'ailleurs parfaitement exemplaire de cette tendance aux "über-montres". Tous trois designers de métier – et non pas horlogers – ils ont travaillé ensemble près de 15 ans, sous la houlette de Jorg Hysek, avant de prendre leur liberté commune au moment où Jorg Hysek a décidé de vendre son ancienne entreprise. Installés à présent dans une maison perdue au milieu des vignes, entre Genève et Lausanne, ils ont décidé "de se faire plaisir", comme le souligne Jorg Hysek, "d'autant plus que la tendance dominante va vers les pièces vraiment spéciales."

Pour ce trio de créatifs décontractés, tout va se passer de façon incroyable. "Imaginez", explique Jorg Hysek, "en octobre 2003, on présente à un détaillant russe un bouquin dans lequel ont avait rassemblé nos idées créatives. Rien que du papier. On en est sortis avec une commande pour 6 millions de FS et un acompte pour pouvoir lancer la production." En 2004, les deux premières montres, la Capture, due à Valérie Ursenbacher, et la Raptor, dessinée par Fabrice Gonet sont lancées en production: deux tourbillons La Joux Perret mais enchâssés dans des boîtiers au design frappant et au décor futuriste, imaginés sans tabous mais terminés avec un soin tout horloger. La Raptor est la plus transgressive et celle qui cache le plus son jeu. Sa double boîte se soulève et, sous le tourbillon, on découvre un deuxième mouvement, un chrono quartz à affichage digital, doté d'une date et d'un second fuseau horaire. Prix de vente de ces deux premiers "joujoux": 180'000.-FS pour la Capture et 230'000.-FS pour la Raptor. Pas mal pour des "débutants".

L'aventure se poursuit en 2006 avec l'entrée en scène de l'Idalgo XT-2 dessinée par Jorg Hysek. A l'occasion de la création de ce véritable "monstre" – 65mm de large sur 52mm de

haut pour une épaisseur de 15mm - HD3 Complication franchit un pas supplémentaire, en allant "plus loin que la customisation d'un mouvement existant et en créant un véritable mouvement au service d'un nouveau type d'affichage". Une démarche de designer, certes, mais impliquant étroitement construction et travail esthétique. Cette réalisation, dans laquelle un seul mouvement anime un double cadran avec, d'un côté un heure sautante à guichet, une minute rétrograde et une seconde et, de l'autre, une grande date à guichet, une seconde zone horaire et une masse oscillante, est rendue possible par la collaboration avec le constructeur de mouvement BNB. Et ce n'est pas un hasard. Si la libération des formes et des affichages traditionnels est principalement le fait de designers indépendants, cette nouvelle horlogerie a pu se développer grâce à l'apparition en parallèle de jeunes bureaux d'études et de constructeurs de mouvements désireux eux aussi de s'affranchir des approches traditionnelles. Et à cet égard, une entreprise comme BNB Concept SA (sur lequel nous reviendrons dans un prochain numéro) est particulièrement emblématique des nouvelles "ressources" techniques sans lesquelles cette "nouvelle" horlogerie, née à l'écart des grands groupes, n'aurait jamais pu voir le jour. La verticalisation des grands groupes, construite à la fois à l'interne et par le rachat de structures externes, a été graduellement contrebalancée par la renaissance d'un tissu de petits fournisseurs, souvent très pointus.

Autre point important, une structure légère comme celle de HD3 Complication autorise une souplesse de développement qui manque à certaines structures plus lourdes à manier. D'où une réactivité accrue. "Nous faisons absolument tout le reste à l'interne", explique Jorg Hysek. Communication publicité, catalogues, displays, packaging, site internet....les designers contrôlent tout directement. Et quand ils ne travaillent pas à une montre, ils filent dans l'atelier à côté, saisissent leurs pinceaux et transforment leurs créations sur de grandes toiles. C'est aussi ce genre de défoulement créatif qui leur permet d'imaginer une montre telle que la Biaxial, la dernière née de Fabrice Gonet: un spectaculaire tourbillon biaxial développé par BNB qui côtoie une indication horaire par chiffres sur deux rouleaux tridimensionnels. Les 11 exemplaires prévus ont déjà tous été vendus.

MB&F, une aventure collective

Si Jorg Hysek affirme vouer une admiration sans bornes à Greubel Forsey, "les grands maîtres" dont il admire la qualité du travail et l'esprit totalement horloger, lui-même se définit comme un designer avant tout mais se reconnaît néanmoins la qualité particulière de "fédérateur de talents horlogers".

C'est précisément sur cette capacité à fédérer des talents qu'une toute autre personnalité, Max Büsser, a construit MB&F, acronyme pour Max Büsser & Friends.

Longtemps directeur général de Harry Winston Timepieces, qu'il est parvenu à faire rentrer de plein pied dans le giron de la Haute Horlogerie, Max Büsser a été tenté par l'aventure des "über-montres". C'est sans doute son expérience avec la très aventurière collection des Opus qui l'y a poussé. Il faut dire que le concept même des Opus était novateur. Cette carte blanche, ou presque, donnée à des créateurs horlogers par ailleurs farouchement indépendants (entre autres Antoine Preziuso, Vianney Halter, François-Paul Journe, Félix Baumgartner...), avec pour mission de créer des pièces "décoiffantes", a marqué tous les esprits. Non seulement le résultat a donné aux salons horlogers leurs talking pieces de prédilection, mais il a aussi démontré qu'il existait un véritable public friand de ces pièces d'exception.

En fin stratège, Max Büsser, après avoir quitté Harry Winston, a patiemment créé et fait monter en puissance le buzz autour de ce qu'il allait présenter. Premier coup de génie, le nom donné à ses montres, une appellation nimbée de mystère et forcément attractive pour ces petits garçons en culottes courtes que sont restés en leur âme les collectionneurs: Horological Machine. Une indication aussi que, d'une certaine façon, on est en train de dépasser la simple "montre" pour devenir, selon les mots mêmes de Max Büsser, "une machine hi-tech du XXIème siècle" mais dont " la qualité exceptionnelle et l'exécution manuelle des finitions témoignent des gestes traditionnels du meilleur savoir-faire horloger". Pour y parvenir, Max Büsser lance une idée qu'il qualifie lui-même "d'utopique": soit la création autour de chaque nouvelle Horological Machine d'un véritable "collectif" se consacrant

suite page 6

"The Malaysia Most Revered Watch 2007" pour son très spectaculaire tourbillon Blu Majesty MT3. Cette montre pousse à son paroxisme la voie horlogère très spécifique que suit avec constance cet horloger atypique qu'est Bernhard Lederer: la rotation des cadrans sous toutes leurs formes et l'élimination des aiguilles, des chiffres et des cadrans.

Ce dernier né porte bien son nom de "Majesty" car il ne s'agit pas moins que d'un tourbillon dans un tourbillon dans un tourbillon! Et chacun de ces trois tourbillons est dédié à une indication horaire: seconde, minute, heure.

Au fond, tourne un tourbillon "semi-volant" qui effectue une rotation par minute et qui, donc indique la seconde. Il est monté à l'intérieur de la cage d'un tourbillon volant qui tourne en une heure et qui, donc, indique la minute. Celui-ci est emmené tout autour du cadran par un plus imposant tourbillon qui tourne quant à lui en 12 heures, et indique donc l'heure. Et le tour est joué! On imagine la complexité de cette construction dont l'énergie est dispensée par un double barillet caché sous la plaque de base, un espace normalement dévolu aux trains de rouages. Mais Sa Majesté n'a cure de séparer ses rouages car ils sont directement incorporés dans le "ballet des tourbillons". Pour ceux qui n'auraient pas encore admiré cette impressionnante – et magnifique - pièce d'architecture horlogère, rendez-vous à Bâle chez Blu.

LA PANOPLIE DES INTRUMENTS BR-03 DE BELL & ROSS

Bell & Ross avait frappé fort avec ses Instrument BR 01 en forme de réplique d'horloge de cockpit d'avion. La forme était nouvelle, ne ressemblait à rien de connu jusqu'alors (pour les poignets), était fortement identitaire et parfaitement en phase avec l'ADN de la marque.

Mais elle avait un "léger" désavantage: sa taille, du 46X46mm qui en faisait un "instrument" peut-être trop imposant pour être porté facilement, même en ces temps de surdimensionnement horloger.

Voici donc les Instruments BR 03, de 42x42mm, soit des pièces toujours impressionnantes, mais plus aisées à porter. Bell & Ross les a déclinées en plusieurs versions qui démontrent la plasticité de cette forme pourtant très marquée.

Instrument BR 03-51 GMT Titanium est un modèle high-tech pour voyageur, avec un se-

suite page 6

cond fuseau horaire et une grande date. Sa lisibilité optimale offre une lecture véritablement instantanée des deux indications horaires, très clairement hiérarchisées. Ultralégère car taillée dans du titane brossé poli, elle arbore un cadran en fibre de carbone qui souligne sa technicité.
Les mêmes qualités de lisibilité et de clarté se retrouvent dans la BR 03-94 Black & White en acier qui est dotée d'un chronographe automatique. Le jeu de noir et de blanc très contrasté, tout comme la différenciation colorée des deux petits cadrans du chrono en font un des chronographes les plus lisibles du marché.
Enfin, la version BR 03-92 Military répond, comme son nom l'indique parfaitement, au strict cahier des charges des montres professionnelles: robustesse, précision, lisibilité de jour comme de nuit.

TENDANCES ITALIENNES

Paolo De Vecchi

Sur le marché italien, on peut désormais constater un fait de plus en plus marquant: à côté des grandes marques historiques, de nouvelles marques sont en pleine ascension et semblent de plus en plus appréciées des consommateurs. L'Italie, qui est un des importateurs majeurs de l'horlogerie suisse, ne fait pas que constater cette tendance, elle en est aussi un des acteurs et un des protagonistes. En effet, on note sur le marché une présence de plus en plus importante de marques horlogères italiennes ou d'inspiration italienne parmi les noms qui commencent à compter dans l'industrie horlogère (deux exemples parmi les plus récents: Giuliano Mazzuoli et Glam Rock).
Autre constat: les montres ont définitivement dépassé leur statut d'instrument utilitaire pour devenir pleinement des objets émotionnels. On peut donc s'attendre désormais à ce que leur nombre croisse sans cesse. Les derniers chiffres le confirment amplement et l'année 2007, dont on connaît à présent l'ensemble des résultats, s'est close sur une très importante croissance, surtout en ce qui concerne les importations de montres suisses. Rien qu'en novembre 2007, à la veille des Fêtes, l'Italie a importé pour une valeur de 118,6 millions de FS de montres helvétiques, une croissance de 18.6% par rapport au même mois de 2007. L'Italie figure désormais au 4ème rang mondial des

suite page 7

à la création "en très petites quantités" de montres au concept radicalement novateur. Comme il l'avait fait avec ses Opus, pour lesquels il mettait toujours en avant la personnalité de l'horloger qui en était à l'origine (alors que nombre de marques réputées dissimulent leurs collaborations extérieures), Büsser imagine dès le départ mettre en avant l'aspect véritablement collectif et collaboratif qui permet à une montre d'exister. Avec MB&F, tous les collaborateurs d'un même projet se trouvent placés au même niveau (même si Max Büsser, en entrepreneur, reste l'actionnaire principal de son entreprise, l'autre actionnaire minoritaire étant depuis peu Serge Kriknoff, ancien directeur général de la manufacture de composants G&F Châtelain qu'il a quittée pour se lancer à son tour dans l'aventure).
Mais ce collectif, il a pu le lancer grâce au solide réseau constitué au cours de son passage à la tête des montres Harry Winston. Un réseau de collaborateurs et de fournisseurs, certes, mais aussi un réseau commercial de détaillants hyper pointus. C'est d'ailleurs par là que Max Büsser a réellement entamé son aventure, en parcourant le monde pour présenter à ces détaillants non pas un prototype mais un simple dessin! La plupart l'ont suivi et MB&F a pu se lancer dans la réalisation de l'Horological Machine No1. Une véritable "machine", effectivement, avec son immense boîtier en forme de "8" renversé, qui renferme quatre barillets en parallèle, pour une réserve de marche de 7 jours, et qui arbore un tourbillon central surélevé. Effet "waow" garanti.
De là, jouant toujours sur le teasing, c'est à dire dévoilant très progressivement ses surprises, MB&F passe à la HM 2 qui vient d'être intégralement révélée. A nouveau un boîtier massif, mais rectangulaire cette fois, avec deux cadrans d'affichage, l'un pour les heures sautantes instantanées et les minutes rétrogrades concentriques et l'autre pour un calendrier lui aussi rétrograde autour d'une double phase de lune hémisphérique, le tout animé par un mouvement automatique Girard-Perregaux. Comme dans la HM1, l'art de la finition y est poussé à l'extrême, façon de démontrer que ces machines du XXIème siècle représentent une véritable fusion entre la grande tradition horlogère et la libération formelle. La formule semble toucher juste et MB&F annonce un chiffre d'affaires de 5 millions de FS en 2007 avec un carnet de commandes rempli déjà à hauteur de 8.5 millions en 2008.

Jean Dunand, pièces uniques

Un tout autre exemple d'über-montres, nous est fourni par la marque Jean Dunand, précurseur dans ce domaine, dont la philosophie est résumée par Thierry Oulevay, fondateur avec Christophe Claret et CEO : "ne pas faire des montres pour le marché mais pour des individus." Jean Dunand s'enorgueillit en effet de ne faire que des "pièces uniques" et de proposer pour chacune de leurs collections des mécanismes qui n'aient jamais été réalisés auparavant.
Le premier coup d'éclat de Jean Dunand a été la sortie en 2005 du Tourbillon Orbital. Ce tourbillon, imaginé par Christophe Claret, a, d'une certaine façon. été le précurseur de nombre de folies tourbillonesques qui ont suivi. Il reste néanmoins exceptionnel. Son principe: le barillet et le tourbillon (opposés l'un à l'autre) sont pris entre deux plaques soutenues par des piliers qui tournent sur des roulements à billes. La plaque supérieure forme ainsi un cadran rotatif doté d'une ouverture dans laquelle apparaît le tourbillon. Le réglage de l'heure ainsi que le remontage ne pouvant se faire par le biais d'une couronne traditionnelle, ceux-ci s'accomplissent verticalement, à travers le fond de la montre. Cette absence de couronne a permis la création de deux ouvertures dans le boîtier qui offrent une vue latérale du mécanisme. Une de ces ouvertures (celle qui est placée à 3heures), est équipée d'une aiguille verticale qui indique la réserve de marche. L'unicité de chaque exemplaire de cette pièce repose dans le cadran. Chaque cadran est ainsi taillé individuellement dans une pierre rare ou exceptionnellement originale, comme, dernièrement, de l'anaconda ou du caviar fossile...
Se réclamant esthétiquement de l'Art Déco, les montres de Jean Dunand cherchent ainsi à tisser un lien entre innovation technique et art décoratif. On retrouve cette volonté dans la plus récente série des montres Shabaka, qui mélangent inspiration Art Déco et influence égyptienne, arborant un intriguant visage où se marient énigmatiquement aiguilles, chiffres, lune et petits rouleaux...
Techniquement, la Shabaka réunit en fait une somme de complexités micro-mécaniques fort diverses. C'est une répétition minutes sur timbre cathédrale – ce qui, en-soi, est déjà une des

plus belles complications horlogères – couplée avec un calendrier perpétuel dont les indications de la date, du jour et du mois sont données par quatre petits cylindres. Pour les animer, il a fallu imaginer un système de transmission à 90o tout à fait inédit, ce d'autant plus que ces indications, réglables par les deux poussoirs qui encadrent la couronne, (le jour uniquement à 2h et l'ensemble des indications calendaires à 4h) et par un poussoir coaxial intégré à la couronne (mois et années) sont à saut instantané sur le coup de minuit.
L'indication des années bissextiles est tout aussi originale: une petite plaque blanche, qui tourne en 4 ans, vient illuminer la lettre B (pour bissextile) ou les trois autres années figurées par 1, 2 et 3, qui sont découpées dans le cadran. L'indication des phases de lune (avec une précision théorique d'un jour tous les 120 ans) se fait également par rotation d'un disque qui vient éclipser ou révéler la lune. Enfin, dernière subtilité, l'indication de la réserve de marche est fournie directement par le ressort de barillet, parfaitement visible au dos de la pièce.
Toutes ces indications sont intégrées dans un décor à pavage géométrique construit sur quatre niveaux distincts, ponctué de petits triangles pyramidaux en or rose
Evidemment, la production de ces pièces d'exception, dont le prix varie de 390'000.- FS pour la Tourbillon Orbital à 550'000.-FS pour la Shabaka est très limitée.Thierry Oulevay envisage 40 pièces pour 2008. L'année dernière, les 6 exemplaires d'un autre modèle, une Grande Complication (12 complications intégrées) vendue au prix de 700'000.-FS ont tous été écoulés.

Badollet, nouveau venu

Cette vogue des "über-montres" ne cesse d'attirer de nouveaux acteurs. Récemment, une marque vient d'annoncer son lancement: Badollet. L'objectif affiché par Aldo Magada, CEO de cette nouvelle entreprise, est très ambitieux lui aussi: une centaine de pièces par an mais aucune pièce en-dessous de 200'000.-FS! Les investisseurs (des collectionneurs et des financiers allemands) lui ont "donné le temps", affirme-t-il, "en pariant sur le long terme." Pour l'instant, aucune pièce n'est encore visible et la première collection sera dévoilée à Baselworld en avril 08. Badollet annonce 4 modèles différents équipés de 4 mouvements différents: un Tourbillon volant (on retrouve ici aussi BNB) avec platine météorite, un Tourbillon avec chronographe, une Répétition Minutes et une pièce particulière qui répond pour l'instant au nom de code mystérieux de "Bambou", au "design très particulier, au mouvement dans lequel toute la matière a été économisée au maximum, avec des ponts en aluminium/magnésium...". On n'en saura pas plus pour l'instant. Par ailleurs, Badollet annonce également la création "d'objets liés au temps", tel un "sablier mécanique" dans lequel le sable sera "remplacé par une cage de tourbillon...".
Le nom même de "Badollet" provient d'une dynastie d'horlogers genevois aux connexions internationales (des Badollet se sont installés à Paris, où ils auraient collaboré avec Breguet, à Londres, aux USA où un Badollet a fondé la ville de New Geneva). Cette histoire n'est-elle qu'un prétexte, avons-nous demandé à Aldo Magada? Le responsable de la marque s'en défend. Au contraire, affirme-t-il, "nous nous inspirons de cette histoire, de ces racines horlogères pour nous projeter vers le futur. La saga des Badollet nous donne une ligne de conduite: ce sont des horlogers qui se sont toujours intéressés aux processus d'industrialisation horlogère et se distinguent par leur réflexion technologique continue, tel qu'en témoigne déjà un petit traité, intitulé "L'excellence de l'Horlogerie", publié à Genève en 1689 par un certain Jean Badollet (et dont la marque vient de faire éditer un fac-similé)." Cette "recherche de leurs racines" implique une horlogerie "loin de toutes paillettes" affirme Magada. Au "spectaculaire" en vogue en ce moment, Badollet entend privilégier "une réflexion technique approfondie et une forte valeur ajoutée apportée par la qualité de l'habillage". Pour y parvenir, la marque a tissé un dense réseau de sous-traitants exclusifs, à Genève et dans l'Arc jurassien, et n'entend pas chercher à se verticaliser à tout prix. A l'interne, une cellule technique a été mise en place pour la conception et le développement du mouvement et de l'habillage. Graduellement, la marque entend cependant maîtriser l'essentiel de son habillage et de son SAV. Mais c'est aussi et surtout sur la notion de service de ses "über-montres" que Magada insiste. Chaque montre vendue sera accompagnée d'une large palette de services: information poussée de chaque client qui disposera de sa page personnelle sur internet pour le suivi de son produit, garantie de 5 ans,

suite page 8

exportations suisses (après, les USA, Hong Kong et le Japon) et au premier rang des pays européens, avec des importations helvétiques totales en 2007 légèrement supérieures au milliard de FS (1'021 millions, soit + 13,3% par rapport à 2006).
Au-delà de ces chiffres réjouissants, un fait marquant est que la consommation horlogère en Italie s'est considérablement diversifiée. Il n'existe plus une seule grande tendance, mais de nombreuses tendances qui cohabitent et parfois se contredisent. Par exemple, on constate que si, pour une large part, les boîtiers des montres continuent de grossir et de grandir, on revoit l'apparition de montres de petites dimensions (Cartier, Jaeger-LeCoultre, Rolex, Patek Philippe ou Franck Muller, par exemple) au poignet des mêmes femmes italiennes qui, il y a quelques années déjà, avaient été les premières à lancer la mode féminine des grosses montres et des designs plus agressifs. Autre exemple de paradoxe, plus l'horlogerie traditionnelle favorise la valeur ajoutée et le sérieux de ses montres, plus on voit d'adeptes de l'horlogerie se tourner vers des marques qui privilégient au contraire l'aspect ludique des montres, qui jouent des codes (comme le démontre par exemple l'emblématique succès de ToyWatch) et des matériaux synthétiques, mettant en scène une véritable parodie du monde du luxe. Autre phénomène intéressant: les Italiennes continuent à glisser à leurs poignets des montres griffées par les plus grands noms de la mode internationale. Ce phénomène n'est pas seulement un effet de mode, c'est aussi un fait économique d'importance (la récente entrée dans ce segment de Prada, seule marque qui manquait encore à l'appel, le confirme amplement).
Par ailleurs, les montres de sport continuent de remporter les faveurs d'un large public, séduit par leur côté casual et portable en toute occasion. Mais une large part de l'attrait pour les montres sportives est la possibilité qu'elles offrent d'exhiber un peu de technologie mécanique, ne serait-ce que modestement comme avec la plupart des chronographes. Sans nul doute, ce segment horloger va-t-il profiter encore de la couverture médiatique occasionnée par les prochains Jeux Olympiques de Pékin. On a déjà constaté ce même phénomène l'année dernière à l'occasion de l'America's Cup qui a influencé tant le design des produits que favorisé leur achat. (...)

A lire dans Europa Star n°287

services réguliers y compris hors garantie, prise en charge et remise du produit à domicile faite par un représentant de la marque, mise à disposition d'une montre de remplacement durant les services, conciergerie personnalisée 24h sur 24h..
Badollet n'est que la dernière-née des marques décidées à investir ce secteur des "über-montres". Une "niche de luxe" pourrait-on dire, mais qui contraint les marques qui s'y aventurent à présenter de réelles avancées, qu'elles soient d'ordre technique, d'habillage ou encore qu'elles concernent le service et la distribution. Les "über-montres" sont donc aussi un des laboratoires de pointe de l'ensemble de l'horlogerie.

EUROPA STAR BÂLE – GENÈVE 2008

En anglais, chinois, russe et en espagnol, sur papier glacé et sur internet, les numéros d'avril 2008 d'Europa Star atteignent l'ensemble des professionnels qui feront le voyage de Bâle et Genève.

Véritable « Bible » de l'horlogerie internationale, Europa Star communique votre passion pour vos créations aux détaillants du monde entier.

Nous espérons à nouveau vous compter parmi nous dans nos éditions pour l'ouverture des salons du BaselWorld et du SIHH 2008 :

- Europe
- International
- USA & Canada
- Chine
- Ukraine
- Espagne & Amérique Latine
- europastar.com
- watches-for-china.com
- horalatina.com
- europastar-ukraine.com
- Europa Star Première

europa star
The World's Most Influential Watch Magazine

Nous restons à votre service pour vos meilleures campagnes publicitaires!

Contactez nous au plus vite pour recevoir nos offres spéciales Europa Star Bâle – Genève 2008.

Délais de réservation : lundi 25 février 2008

DISTRIBUÉ INTERNATIONALEMENT DEPUIS SA CRÉATION EN 1927

EUROPA STAR

EST AUJOURD'HUI PRÉSENT DANS PLUS DE 156 PAYS AU TRAVERS DE 6 ÉDITIONS GÉOGRAPHIQUES ET 3 SITES INTERNET.

Europa Star fait partie du Groupe NIELSEN

The world's leading provider of marketing information

www.ic-agency.com
IC-Agency
Your 6th sense online
Saisir les opportunités et devancer les menaces d'Internet ?
Offrez à votre marque le sixième sens
Competitive Intelligence - Customer Insight - eStrategies - Reputation Management

EUROPA STAR PREMIÈRE est un service gratuit d'information en langue française réservé à nos annonceurs horlogers suisses. Le but de la publication est la diffusion en tant que référence rapide, des sommaires, extraits et sélections d'articles à paraître, de façon illustrée en langue anglaise, espagnole, chinoise et russe, dans les éditions internationales d'Europa Star, The World's Most Influential Watch Magazine.
Publié par Europa Star VNU Business Media SA, 25 route des Acacias, P.O.B. 1355, CH 1211 Genève 26. Tel.022/307 78 37, Fax 022/300 37 48, e-mail: jricher@europastar.com,
WORLDWATCHWEB® www.europastar.com, watches-for-china.com, horalatina.com
Non annonceurs: Abonnement par fax ou par e-mail, SF 300, inclus les 6 numéros du magazine international. Imprimé en Suisse. *Tous droits de reproduction sur papier et supports électroniques réservés.*

vnu business media europa star