

EUROPA STAR PREMIÈRE

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

Vol.9, No 3

Genève, le 7 juin 2007



Pierre Maillard,
rédacteur en chef,
Europa Star

LES PARADOXES DU SWISS MADE À 80%

Le grand débat qui, sous la pression des barons de l'horlogerie, vient de s'ouvrir à propos d'un Swiss Made réformé dans le sens d'une plus grande exigence va peser de tout son poids sur les fournisseurs. Dénommées jusqu'à présent "branches annexes" de l'horlogerie, comme on le dirait des branches secondaires d'un arbre, celles-ci risquent bien de se retrouver dans la position du "tronc" principal de l'arbre horloger. On le sait, les fournisseurs étouffent aujourd'hui sous le poids des commandes et peinent à satisfaire toutes celles qui leur parviennent. Par ailleurs, ils sont la proie de toutes les convoitises dans la grande course à la "verticalisation" industrielle dans laquelle se sont lancées nombre de marques désireuses d'asseoir leur indépendance. Du coup, le nombre des "goulots d'étranglement" s'est considérablement accru dans un contexte de plus en plus fébrile.

Dans ce paysage, la réforme du Swiss Made - dont rien ne dit encore qu'elle sera menée à terme, notamment au vu des oppositions européennes qui se dessinent déjà - peut être perçue soit comme une chance unique de développement, soit comme un danger potentiel. Pourquoi? A première vue, c'est évidemment une opportunité formidable qui s'ouvre. A partir du moment où 80% de la valeur d'une montre mécanique devrait être de provenance helvétique, le nombre de composants indigènes devrait automatiquement augmenter, pense-t-on dans un premier temps. C'est certainement vrai pour le tout haut de gamme, qui est à la pointe de la bataille pour un Swiss Made renouvelé. Mais est-ce vraiment le cas pour le moyen de gamme et le bas de gamme? Là, les choses sont plus complexes. On sait, par exemple, que la production de boîtes helvétiques est non seulement largement insuffisante pour répondre à la demande, mais que ses coûts sont très élevés. Même constat pour les cadrans. Or, comme nous l'explique Peter C. Stas, patron de Frédérique Constant, une marque oeuvrant précisément dans le moyen de gamme mécanique, pour parvenir à respecter le pourcentage requis (80%) dans une montre vendue au détail à 1'000.-CHF, "la seule option ouverte actuellement est de faire en sorte que le prix des composants étrangers soit le plus bas possible." En suivant ce raisonnement et en détaillant le prix des divers composants et opérations nécessaires, on aboutit à un paradoxe étonnant: il sera plus facile d'obtenir un Swiss Made à 80% pour une montre très bas de gamme que pour une montre moyen de gamme! Dans une montre bas de gamme d'un coût de revient total de 96.-CHF, par exemple, le coût d'une boîte et d'un cadran de piètre qualité en provenance d'Asie (10.-CHF et 5.-CHF) ne représentera qu'un faible pourcentage du prix total (environ 16%), la part du lion revenant au mouvement suisse (un ETA 2824 à 65.-CHF) et à l'assemblage effectué en Suisse (15.- CHF), soit près de 84%. Donc, qualification immédiate pour le Swiss Made revu et corrigé. Dans le cas d'une montre moyen de gamme, le coût d'une boîte suisse étant prohibitif (et la Suisse n'en produisant de toutes façons pas assez) notre fabricant devra commander une boîte de bonne qualité en Asie, ce qui lui reviendra à 45.-CHF. Ajoutez-y 8.-CHF pour un bon cadran étranger, mettez-y le même ETA à 65.-CHF, assemblez pour le même coût (15.-CHF) et vous obtenez un maigre 60% helvétique de la valeur: la montre moyen de gamme de qualité n'est pas qualifiée Swiss Made! Le risque est donc grave: que le Swiss Made à 80% fasse baisser la qualité générale! Des alternatives existent-elles? Certainement, et Peter C. Stas propose quelques pistes, dont l'inclusion des coûts de recherche, de création, de développement et de management dans le calcul du Swiss Made. Il propose également que le Swiss Made ne puisse être attribué qu'à des entreprises ayant leur siège social en Suisse - dont les frais afférents seraient inclus dans le calcul du "contenu" suisse. Ce sont effectivement deux pistes intéressantes. Mais à moyen et long terme, la véritable solution n'est-elle pas dans le lancement d'un vaste plan de réindustrialisation de la branche, dont la compétitivité pourrait être garantie par le volume et les gains de productivité offerts par les technologies les plus avancées? En son temps, Swatch avait prouvé que c'était possible. Cela le reste-t-il?

SOMMAIRE DU MAGAZINE

europa star

NO 283 JUIN -JUILLET 2007



EDITORIAL

The paradox of 80 percent Swiss Made

COVER STORY

Vacheron Constantin:

Human and watchmaking patrimony

SPRING SHOW REPORTS

Pierre Maillard: Holy Horology

Malcolm Lakin: Bold, black and brilliant...

Sophie's choice: Women's models

SPORTS WATCHES

Keith Strandberg:

The year of the sports watch

'Baseball, Apple Pie & Chevrolet ...

PROFILES

Faces for our 80th anniversary:

Emmanuel Vuille, Bernhard Lederer,

Philippe Merk, Jean-Daniel Pasche,

Denis Hayoun, Tom Bolt

THE RETAILER CORNER

An interview with Jack Mitchell -
retailer and bestselling author

WORLDWATCHWEB®

The challenges of indexing

LETTERS FROM...

France - French watchmakers find
their colour at BaselWorld

FREELY SPEAKING

And the ugliest word in the English
language is...

SPOTLIGHTS

Victorinox Swiss Army

Inhorgenta

Europa Star Magazine

6 issues per year worldwide

Europe: SF 90.- /International: SF 140.-

www.europastar.com



Lombard Odier Darier Hentsch & Cie
Banquiers privés depuis 1796

Genève · Amsterdam · Barcelone · Bermudes · Bruxelles · Dubai · Gibraltar · Hong Kong · Istanbul · Jersey · Lausanne
Londres · Lugano · Montréal · Nassau · New York · Paris · Rio de Janeiro · São Paulo · Tokyo · Vevey · Zurich

LES GRANDES MESSES HORLOGÈRES

Pierre Maillard

Tout a commencé par une "messe" ou un "culte", le mardi 10 avril, à la veille de l'ouverture de Baselworld. En fin de journée, une petite foule élégante se presse dans l'Elisabethen Kirche de Bâle et vient se serrer sur des bancs d'église, sous de hauts vitraux polychromes. Mais contrairement à ce qui se passe normalement lors d'une messe, d'élégants et fort branchés serveurs passent entre les "fidèles" avec des plateaux de petits amuse-bouche. Et ce n'est pas un prêtre qui prend la parole mais Herbert Gautschi, tout nouveau CEO de Vincent Bérard SA, marque de haute horlogerie acquise grâce à lui il y a six mois par le Timex Group. Joe Santana, CEO du Timex Group lui succède et reste dans la tonalité de la soirée: à ses yeux, l'horlogerie est une "expérience spirituelle" et Vincent Bérard l'a convaincu par son "authenticité". Quatre coupes blanches se soulèvent alors, révélant quatre danseurs, des films symbolisant les quatre éléments et les quatre saisons sont projetés, un rideau s'écarte et l'on découvre le fond de l'église où se tient le véritable "prêtre-horloger", Vincent Bérard, assis jambes croisées sur une estrade. "L'acte de création est de nature divine. J'ai choisi ce lieu pour célébrer la naissance d'un nouveau cœur", affirme-t-il, concluant son homélie par un vibrant "Soyez heureux! J'ai dit." D'autres panneaux coulissent alors, révélant enfin les objets du culte: la nouvelle collection Luvorène 1.

Directement inspirées de ses remarquables montres de "cocher" ("carriage clocks) les Quatre Saisons - notamment pour la forme particulière de leurs boîtes qui tirent leur forme d'un pilier de la Cathédrale de Strasbourg (on reste dans le spirituel) - les montres bracelet Luvorène 1 sont équipées d'un magnifique mouvement mécanique entièrement développé par Vincent Bérard qui se distingue notamment par ses cinq ponts en forme de navette disposés en escalier, et une couronne de remontage placée à 9h dégageant ainsi une discrète ouverture à 3h qui permet d'admirer un balancier battant "librement" car "mystérieusement dégagé de son échappement"...(Europa Star reviendra plus en détail sur cette réalisation dans son prochain numéro).

Quoiqu'il en soit, cette "messe" était la parfaite introduction aux Salons de cette année, et ce pour plusieurs raisons. Le fait qu'un groupe comme Timex, plutôt connu pour sa production de masse, investisse dans une horlogerie haut de gamme et d'ultra niche est hautement significatif du vaste repositionnement horloger - vers le haut - auquel on assiste aujourd'hui. Et la mise en avant, voire la presque "sacralisation" de l'artisan-artiste maître horloger est une des autres grandes tendances du moment. Tout le monde en effet s'arrache à présent les services - et plus si entente - des horlogers indépendants les plus doués.

Grande messe journalistique

Mercredi matin, les affaires démarrent par une autre grande messe, la rituelle conférence de presse d'ouverture du Baselworld. La liturgie, ici, s'énonce quantitativement au gré d'une suite de chiffres triomphants: sommets atteints cette année par l'horlogerie suisse dont les chiffres à l'exportation n'ont jamais été aussi hauts et qui continuent de monter (hausse encore de 18,8% lors du premier trimestre 2007); nombre d'exposants (2109 au total, dont 422 marques suisses); plan d'investissement dans la transformation annoncée pour 2012 des halles de la Foire de Bâle dans Box (350 millions de FS pour un projet assez époustouflant confié aux architectes-stars Herzog & de Meuron, responsables entre autres du prochain grand stade de Pékin) et, du "côté sombre de la Force" explosion des contrefaçons (dont la qualité est de plus en plus

grande) avec une estimation de 48 millions de copies générant des dommages à l'horlogerie helvétique évalués à 800 millions de FS.

Autre sujet abordé - mais nous y reviendrons car il s'agit d'un dossier lourd et complexe - le renforcement attendu des critères d'attribution du fameux "Swiss Made", qui n'a pas fini de déchirer la profession.

Cette grande messe étant dite, les fidèles du luxe pouvaient commencer à s'égayer à travers les couloirs de plus en plus fastueux du Baselworld pour aller assister chacun à leurs petites messes privées.

Prêcher gospel

Un des premiers cultes de la journée était proféré d'une véritable voix de prêcheur "gospel" par un Jean-Claude Biver survolté qui, du haut de son stand Hublot, surencombré de journalistes, annonçait triomphalement la création et la vente aussitôt effectuée (à la bijoutière monégasque Tina Zegg) de son "Million Dollar BB", une Big Bang intégralement sertie invisible plat. Il est vrai qu'il s'agit d'une forme d'exploit technique, les diamants tenant les uns contre les autres comme par magie autour d'une boîte monobloc or qui disparaît totalement sous l'avalanche de diamants. Hilare, tonitruant, Jean-Claude Biver déclarait que sa création dépassait "l'Oeuf de Fabergé" par son "invisible visibilité", que c'était "l'Everest du sertissage", semblait enregistrer les commandes en direct et le nombre de "Million Dollar BB" prenait l'ascenseur: "on m'annonce qu'une deuxième vient d'être commandée, une troisième...une quatrième...c'est fou..." Pendant ce temps, le sertisseur concerné, Claude Sanz, patron de Bunter SA, restait vissé au bar du stand: "2'000 heures de boulot à 5 microns près, 494 diamants Top Wesselton, je lui ai dit qu'on n'en fera qu'une!". Mais qu'à cela ne tienne, Biver le prenait aussitôt par les épaules et démontrait son pouvoir de persuasion.

Une semaine plus tard, le verdict tombait dans un SMS triomphal que Biver envoyait aux journalistes: "152 millions de chiffre d'affaires à Bâle, c'est du délire, je suis comblé et je voulais partager cette émotion avec vous."

Assez peu de véritables nouveautés techniques

Ce coup d'envoi triomphal allait donner le ton général des Salons: de (très) grosses affaires, le mariage scellé entre l'horlogerie, la joaillerie et les arts décoratifs mais, paradoxalement, assez peu de véritables nouveautés techniques et purement horlogères à se mettre sous la dent. Curieusement, il semble que plus les chiffres d'affaires grimpent, plus l'audace créative baisse. Du point de vue technique, 2007 aura ainsi plutôt été une année de "consolidation" des acquis qu'une année d'annonce de nouvelles percées (à quelques exceptions près dont nous parlerons plus loin).

Sans doute était-il nécessaire de digérer les considérables investissements effectués au cours des années précédentes, en termes de recherche et de développement comme en termes d'intégration et de verticalisation des outils de production. Chopard, par exemple, en faisait aussitôt la démonstration. Carl-Friedrich Scheuffele, lors de sa conférence de presse, précisait d'emblée qu'il "n'allait pas présenter de grandes nouveautés techniques cette année: ce sera pour 2008. Nous sommes trop occupés par notre mouvement chronographe, les tests et les ajustements nécessaires à son industrialisation et par la mise en route de notre nouvelle unité de fabrication de boîtes en acier." Autre chantier qui mobilise la marque, comme tant d'autres, les ouvertures de boutiques - bientôt 100 en nom propre pour Chopard. Ces préoccupations industrielles et commerciales expliquent très certainement le reflux technique constaté cette année.

Finesse et grande classe

Prenons un autre exemple, Patek Philippe. Effectivement, la grande manufacture genevoise ne présentait pas cette année de grande nouveauté technique. Mais, au gré de nouvelles déclinaisons de modèles, de légères retouches, d'ajustements formels elle faisait étalage d'une très grande finesse, d'un raffinement poussé, d'une attention décorative, à l'image de sa nouvelle Chronometro Gondolo. Certes, Patek Philippe a créé un nouveau mouvement de forme à remontage manuel (le premier depuis les années 30) pour cette réalisation, mais ce que l'on retiendra avant tout de ce modèle, fort remarqué au cours des Salons, c'est avant tout son exquise délicatesse et la beauté du guillochage de son cadran. A contre-courant, sans tapage et avec grande classe, Patek Philippe démontre ainsi qu'après des années de surenchère formelle, l'horlogerie va peut-être lentement mais sûrement revenir à plus de distinction et de finesse...

Creuser son sillon

En fait, la plupart des grands marques établies se sont essentiellement concentrées cette année, d'une façon ou d'une autre, sur leurs "fondamentaux" respectifs, s'efforçant ainsi de creuser plus profond leur sillon.

On a pu le constater chez TAG Heuer, par exemple, qui s'est surtout efforcé cette année d'approfondir et de réaffirmer son identité sportive - peut-être dans l'optique annoncée de la lutte qui se profile entre elle-même et Longines, qui revient stratégiquement à ses propres sources sportives laissant Omega tout à son combat des titans contre Rolex (à ce sujet voir plus loin les articles de Malcolm Lakin et de Keith Strandberg); on a pu également le voir chez un Zenith qui, fort du succès de sa plantureuse Defy, en a multiplié les déclinaisons "extrêmes" avec une nette prédilection pour d'audacieuses combinaisons d'or rose et de matériaux Hi-Tech ou encore chez Breguet qui pousse aussi son avantage dans sa remarquable ligne Tradition, avec un magnifique Tourbillon Tradition à fusée (voir plus loin dans cet article).

On pourrait ainsi multiplier les exemples. Mais en fait, cette relative pause créative n'est-elle pas aussi le signe d'une horlogerie parvenue à un certain stade de maturité? Le paysage général a été fortement redessiné au cours de la dernière décennie, il n'y a plus de bouleversement majeur à attendre dans les mois et l'année qui viennent, rien de conséquent ne semble en passe d'être racheté. Il est donc logique que chacun s'attache avant tout à consolider ses propres positions et à profiter à plein régime de la folle "bulle" horlogère actuelle.

Les "bulbes" horlogers

"Bulle"? Parfois, en parcourant les couloirs des Salons, on se prenait à repenser à la fameuse "bulle des tulipes" qui saisit la Hollande du XVIIème siècle. A son plus fort, juste avant son éclatement, la spéculation sur les tulipes ne concernait plus vraiment les fleurs physiques ni même les bulbes mais se menait dans des bourses improvisées à coup de transactions et d'échanges de bons de commande et de certificats portant sur de futures livraisons...Un peu comme à Bâle et à Genève, où les carnets de commande se sont remplis de modèles à venir, à livrer, à produire. Des modèles encore virtuels, des "bulbes" de montres pas encore vraiment sorties de terre (combien de postiches et de protos n'avons-nous pas dû manipuler au cours de ces Salons).

Verticalisations et investissements

Mais cessons là cette analogie et redescendons parmi les stands où continuent à se dérouler les différents cultes.

Pasteur rigoureux et amoureux des chiffres, Francesco Trapani, CEO de

Bulgari (et accessoirement neveu de Paolo et Nicola Bulgari avec qui il détient 52% du groupe) annonçait une hausse des revenus de 12% en 2006, avec un bénéfice net de 143 millions d'euros. "Du statut de watch designer nous passons graduellement à celui d'horloger véritable", précise-t-il (Europa Star consacrera dans son prochain numéro un article exhaustif au sujet de l'intégration horlogère de Bulgari), annonçant un "pic exceptionnel" d'investissements de 100 millions d'euros en 2007, notamment dans la poursuite de sa verticalisation horlogère. Cette identité horlogère s'affirmera en 2007 notamment avec deux lignes: l'Assioma Multi Complication squelette et la nouvelle Assioma D (pour "diamonds"), une ligne de prestige qui sera soutenue par une campagne très intense. Par ailleurs, au menu des investissements sont annoncés quatre nouveaux magasins à New York, Rome et Tokyo où s'ouvriront une Bulgari Tower et un Twin Store destinés à doper encore les ventes sur ce marché qui, avec 25% des revenus, est le premier marché du groupe. Un groupe qui approfondit sa génétique diversification en inaugurant un nouveau concept à Milan: un magasin destiné exclusivement aux accessoires.

Les vents du large

La verticalisation - ou du moins une forme particulière de verticalisation "indirecte" - était aussi au menu chez Corum. Michael Wunderman, le jeune Président, annonçait dans son stand bourré à craquer que la "collaboration avec la manufacture Vaucher Fleurier SA (qui fait partie du même groupe que Parmigiani) allait être renforcée et qu'elle allait donner nais-

Du point de vue technique, 2007 aura ainsi plutôt été une année de "consolidation" des acquis qu'une année d'annonce de nouvelles percées.

sance à de nouveaux projets communs" qui se matérialiseront sous la forme de nouveaux mouvements spécifiquement et exclusivement destinés à Corum. Mais contrairement à Hermès qui vient de prendre une participation directe chez Vaucher, cette intensification de la collaboration n'entraîne pas de prise de participation. Elle est néanmoins emblématique du renforcement progressif des liens directs entre cette manufacture de mouvements et différentes marques qui cherchent ainsi à renforcer leur autonomie dans ce secteur stratégique.

Par ailleurs, Michael Wunderman annonçait fièrement qu'Hublot entrait à son tour dans la course de l'America's Cup aux côtés du suédois Victory Challenge. Décidemment, l'America's Cup devient le club horloger le plus huppé du moment, avec Vuitton, chronométré officiel des éliminatoires qui portent son nom, et, dans la course, Audemars Piguet (Alinghi), TAG Heuer (Team China), Girard-Perregaux (BMW Oracle), Hublot (Luna Rossa), Omega (New Zealand Emirates), Sector (Mascalzone)...

En toute logique, Corum renforce donc cette année son produit marin phare, avec la nouvelle et très puissante Admiral's Cup Challenge 44, ou relance son célèbre mouvement Marées avec l'Admiral's Cup Tides 48, sans oublier la très élégante et plus démocratique Admiral's Cup Competition 40.

De mer, de compétition et de régates, on allait également en parler chez Seiko, dont le stand même était placé tout entier sous le signe de la voile. Seiko, cette année, a décidé de mettre le paquet sur la ligne Velatura, au design raffiné directement inspiré des yachts et pour laquelle la marque japonaise présente deux nouveaux calibres: un Kinetic Direct Drive doté de 30 jours de réserve de marche et offrant la possibilité d'un remontage manuel avec un indicateur montrant en direct l'énergie électrique générée par les mouvements de la couronne, et un Yachting Timer, doté de presets de 5, 6 ou 10 minutes, chronographe et fonction alarme. Dans ce dispositif

marin, Seiko n'a pas oublié le volet sponsoring en établissant un partenariat global avec la très spectaculaire et rapide Class 49 qui sera pour la première fois présente aux JO à Pékin.

Mais Seiko renforce également sa ligne-phare Spring Drive en présentant un très beau Spring Drive Chronograph. Rappelant leur légitimité et leur expertise dans le domaine des chronographes, avec notamment le calibre mécanique automatique 6139 datant de 1969 et doté d'une roue à colonne et d'un pignon d'embrayage vertical (vertical clutch) ou encore le Kinetic Chrono datant de 1999, les horlogers de Seiko ont mis au point ce chronographe doté à la fois du "tri-synchro regulator" qui est une des caractéristiques majeures de la technologie Spring Drive, et de la roue à colonne et pignon vertical de leur mouvement 6139. 416 éléments assemblés à la main par 9 maîtres-horlogers nippons, pour le seul chronographe au monde dont l'aiguille glisse sans aucun à-coup...à l'image du temps lui-même.

Un teasing spectaculaire pour une révolution annoncée

Puisqu'on est dans le domaine des chronographes, restons-y, avec une montre qui, pour le peu qu'on en sache, est une des seules véritables nouveautés techniques absolue des Salons: l'encore très mystérieuse mais déjà fascinante Mémoire 1 (in english Memoire 1) de Maurice Lacroix (in box). Il faut dire que Maurice Lacroix entretient volontairement le suspense sur ce produit révolutionnaire, en organisant un "teasing" grandeur nature. Premier acte: le journaliste est invité personnellement sur le stand et est reçu par Philippe C. Merk, CEO, et Sandro Reginelli, Product Director, dans une espèce de cabine dotée de quelques sièges. Avec délectation, Philippe Merk lance une vidéo, assez mystérieuse, dans laquelle on voit d'abord des "souvenirs", des "moments de vie" qui flottent dans l'espace, puis des boules filant sur des rails d'où sortent des pinces mécaniques qui viennent se saisir de ces "instants" et les insérer dans un mécanisme circulaire qui les retient...(le film est visible sur le site www.memoire.ch). Bon! C'est alors que sort lentement d'une table basse une vitrine dans laquelle est suspendue une montre Mémoire 1: un produit aux formes ultra contemporaines, assez imposant, doté de deux seules aiguilles - minutes et secondes - et d'une heure à guichet. Mais à peine a-t-on le temps de la regarder qu'elle disparaît automatiquement. Ce sera tout pour l'instant. On apprendra seulement qu'il s'agit en fait de la première montre mécanique à mémoire! Hyper complexe sous son apparente simplicité, la Mémoire 1 indique l'heure (à guichet), la minute et la seconde. En actionnant un poussoir situé dans la couronne à 3h, la montre passe automatiquement en mode chronographe: les aiguilles et le disque des heures se mettent à zéro pour permettre le déclenchement du chronographe. Mais, au cours de la mesure des intervalles de temps via la fonction chronographique, il est possible de revenir n'importe quand à l'affichage du temps, grâce au même poussoir - les aiguilles se remettent alors en place pour montrer le temps actuel, en l'ayant rattrapé - puis de revenir au chronométrage qui se sera lui aussi mécaniquement poursuivi. En cours de route, nulle information ne sera perdue; tout est en mémoire. Et quand on arrêtera définitivement le chronographe pour revenir à l'affichage de l'heure, l'information chronographique restera en mémoire et pourra être consultée n'importe quand. Exceptionnel, non? On n'en saura pas plus pour l'instant sur ce qui est une grande complication d'un tout nouveau type. Maurice Lacroix distillera graduellement quelques informations supplémentaires mais ne dévoilera l'intégralité de sa montre et de son mécanisme (déjà protégé par plusieurs brevets) que le 21 novembre à Shanghai! Ce développement est le fruit de l'"Atelier Maurice Lacroix". "Graduellement," explique Philippe Merk, "nous transformons la substance même de notre marque. Nous sommes devenus une véritable manufacture mais ce n'est pas assez. Nous ne voulons pas

devenir les plus grands, mais nous voulons proposer de grandes idées, incarnées dans des produits qui doivent marquer les esprits. C'est ainsi que nous envisageons le rôle et la légitimité d'une véritable manufacture. A l'intérieur, nous avons créé un atelier visionnaire destiné à développer des innovations frappantes qui, graduellement, migreront vers les collections normales. Mémoire 1 est la première manifestation visible de ce changement de substance." Rendez-vous donc au mois de novembre (quant aux autres modèles présentés par Maurice Lacroix, voir l'article de Malcolm Lakin).

Opus VII

A propos de complications inédites, un rendez-vous devenu incontournable est celui proposé chaque année par Harry Winston pour son Opus annuelle. Cette année, après, entre autres, Félix Baumgartner, Greubel & Forsey, Christophe Claret, Vianney Halter ou Antoine Preziuso, il s'agit de l'Opus VII qui est l'oeuvre du jeune horloger Andreas Strehler. Bien que relativement inconnu du grand public, ce talentueux jeune homme est très prolifique. On lui doit déjà, entre autres, le mouvement chronographe lancé l'année dernière par Maurice Lacroix, précisément, le Chronoscope de Chronoswiss ou l'exceptionnelle Perpetual de Moser. Mais la proposition qui lui a été faite par Hamdi Chati, CEO de Harry Winston Timepieces, de travailler à un Opus l'a particulièrement ravi car, comme il le dit lui-même, "Opus, c'est la meilleure combine pour un horloger car c'est une carte blanche, la liberté de créer. Mais l'exigence est grande en ce sens qu'il s'agit de créer nécessairement quelque chose de tout à fait différent." Pour y parvenir, Andreas Strehler a combiné deux de ses options: d'une part l'affichage alternatif, qu'il avait expérimenté avec sa montre de poche "Zwei" indiquant alternativement par simple pression d'un poussoir, l'heure et la minute ou la date et le mois, en utilisant uniquement deux aiguilles, et d'autre part un mouvement heures et minutes simplifié qu'il avait développé en utilisant uniquement de très gros rouages. L'Opus VII résulte de la combinaison de ces deux recherches. Il en résulte "un objet d'art qui conserve le temps mais qui ne le donne qu'à la demande", comme il le dit lui-même. L'indication alternative de l'heure, de la minute ou de la réserve de marche (60 heures) se fait en pressant un poussoir intégré à la couronne de remontage. Cette indication se combine avec un train de (gros) rouages entièrement visible, d'une apparente extrême simplicité, et comme tenu en suspension sous un pont d'une délicatesse unique, taillé en forme de papillon. Grâce à la grande taille de ses rouages, Andreas Strehler a pu se passer de roue de secondes. Il en résulte une oeuvre d'art d'une légèreté exceptionnelle, qui tire toute sa puissance évocatrice non pas d'une volonté décorative mais du travail particulier effectué sur la mécanique horlogère elle-même.

Tourbillon à fusée

Dans le même ordre d'idée, mais avec une partition toute différente, on retrouve une beauté semblable - en ce sens qu'elle est toute horlogère - dans le dernier Tradition Tourbillon à fusée de Breguet (dans box), une grande réussite. Ici aussi on trouve un élément surdimensionné: le tourbillon lui-même qui occupe presque la moitié de la superficie du mouvement. Avec sa cage de 16mm de diamètre, il est équipé d'un balancier en titane afin de l'alléger le plus possible. La transmission se fait à l'aide d'un dispositif à chaîne (maillons faits in house, nous précise-t-on aussitôt) qui passe du barillet à double ressort aux plateaux en éventail de la fusée conique, garantissant ainsi un couple constant, quel que soit le niveau de remontage. L'indication de réserve de marche (50 heures) est directement reliée au barillet par un pivot et un différentiel réducteur (donc, sans rouage supplémentaire). Grâce à une lunette extrêmement fine et à une

glace chevée, la vue sur les différents niveaux apparents du mouvement est proprement spectaculaire, révélant un décor grenailé du plus bel effet, en forme d'apothéose mécanique.

Question tourbillons, la marque qui porte le nom de son inventeur - Breguet en a déposé le brevet au mois de Messidor de l'an 9 du calendrier révolutionnaire, soit à cheval sur juin-juillet 1801 - se devait d'en produire quelques uns d'exceptionnels, nonobstant la folle multiplication de ceux-ci au cours de ces dernières années (rassurez-vous, la folie du tourbillon s'est calmée un peu cette année ou, sans doute, s'est malheureusement banalisée, à tel point qu'on dit maintenant à n'importe quelle marque: "Mais comment, vous n'avez pas de tourbillon!")! Outre le Tradition tourbillon à fusée, Breguet présente cette année un très beau Tourbillon Messidor, précisément, à mouvement squelette et dont la particularité est d'offrir un tourbillon mystérieux. En fait, c'est une plaque de saphir, sertie de rouages, qui entraîne le tourbillon, lui donnant ainsi la spectaculaire apparence de voler dans le vide.

Légitime autocélébration

Si Breguet (SA) célèbre ainsi Breguet (Louis-Abraham), Greubel Forsey s'autocélèbre en toute légitimité, en proposant la "Pièce de l'Invention 1", soit une pièce exceptionnelle destinée à célébrer le double tourbillon, première invention du duo. On connaît la plateforme expérimentale de développement et de production graduelle de Robert Greubel et Stephen Forsey, (l'E.W.T. pour Experimental Watch Technology) qui en sont aujourd'hui à leur 4ème invention. Celle-ci, encore en phase de développement, porte sur l'organe réglant lui-même, s'attaque au problème des compensations et met en oeuvre un spiral et un balancier en diamant. L'invention No 3, soit le tourbillon 24 secondes incliné est en phase de pré-production, l'invention No2, soit le quadruple tourbillon sphérique sortira de production cette année, quant à l'invention No 1, le double tourbillon 300, plus de 80 pièces ont été produites, une série de 11 pièces avec cadran plein or sort dès à présent, ainsi qu'une très belle édition spéciale nommée "Secret" qui a la particularité de dissimuler à la vue le double tourbillon.

La récente prise de participation par Richemont de 20% de Greubel Forsey - un partenariat préparé pendant deux ans - va permettre au duo de créateurs de "profiter des structures de Richemont" tout en leur laissant la plus large liberté créative. "Les avantages de l'indépendance sans en avoir les inconvénients", résumant-ils. On y reviendra.

Tourbillon ou carrousel?

Puisqu'on parle de tourbillons, filons rapidement chez Blancpain qui présente aux initiés un projet en développement depuis deux ans maintenant: un carrousel! La bataille d'experts - à savoir, tourbillon ou carrousel - s'était déchaînée il y a une quelques années, notamment à propos des tourbillons proposés par Blancpain. Ne rentrons pas ici dans le détail de la querelle, il nous faudrait des pages entières, mais disons simplement que, selon certains, il ne s'agissait pas de véritables tourbillons car leur balancier n'était pas au centre de la cage. Dans un tourbillon, le pivot de la cage mobile se trouve sur le même axe que le pivot du balancier. La cage mobile fait donc partie intégrante du rouage. Dans un carrousel, la cage mobile ne se trouve pas sur la même ligne et est entraînée par une roue séparée. Quand on déconnecte cet engrenage et que la cage mobile cesse de tourner, la montre continue pourtant de fonctionner, contrairement au tourbillon, qui est "solidaire". Pour faire taire cette querelle byzantine, Blancpain a fait appel à Vincent Calabrese, grand défenseur des carrousels qu'il estime "techniquement supérieurs aux

autres tourbillons", bien que les deux remplissent la même fonction de compensation. "Faire un carrousel", explique Vincent Calabrese, "est plus difficile que faire un tourbillon. Le nombre de composants est plus élevé et les calculs sont plus difficiles car il s'agit en fait d'un différentiel." Pour distinguer visuellement la différence, il faut observer la roue de secondes qui, dans un tourbillon est fixe (c'est l'échappement qui tourne autour) tandis qu'elle est mobile dans un carrousel. (Un des seuls carrousels existant actuellement est la montre Freak développée par Ludwig Oechslin pour Ulysse Nardin.). On en reparlera assurément d'ici l'année prochaine, quand Blancpain sortira son Carrousel, qui sera présenté en version automatique. A n'en pas douter, l'encre coulera chez les experts. Mais par ailleurs, Blancpain présentait un renouvellement complet de la collection Fifty Fathom, première montre de plongée moderne, créée en 1953. Une réussite incontestable qui propose toute une série de déclinaisons à la fois très sportives et extrêmement élégantes de montres "professionnelles" (étanchéité à 300 mètres, antimagnétisme, robustes fonds vissés, bracelets en toile de voile et caoutchouc, modèles chrono flyback actionnables sous l'eau) et très raffinées.

La gentryfication de la montre sport

Cette "gentryfication" de la montre sport (cf à ce propos l'article de Keith Strandberg dans Europa Star 3/07) est une des tendances majeures des Salons 2007. On pense bien-sûr au roi Rolex, avec son nouveau modèle Yacht-Master II (cf. l'article de Malcolm Lakin dans ES 3/07) qui

On dit maintenant à n'importe quelle marque:

"Mais comment, vous n'avez pas de tourbillon!"

a marqué les esprits - et qui bientôt deviendra LE must dans les yachting clubs du monde - mais on pense aussi au chemin tracé par certains indépendants, à l'image de celui de Vogard. Depuis 4 ans maintenant, Michael Vogt développe, raffine et diversifie sa ligne de montres de voyage, qui permettent de changer de fuseaux horaires par simple rotation de la lunette. Autre particularité, les 24 zones permettent aussi l'affichage de leurs heures d'été - Daylight Saving System. Nouveauté cette année: le modèle Supertraveller qui indique l'heure de 36 villes. Multipliant les modèles spéciaux pour golfeurs, pilotes ou comme cette année le modèle "Black F1" titane et carbone qui affiche les circuits F1 du monde - il propose également une extraordinaire gamme de bracelets dont un bracelet taillé dans un caoutchouc d'exception.

Autre exemple de "petite" marque poursuivant son chemin avec obstination: le designer Giuliano Mazzuolo et son très réussi Manometro, qu'il présente aujourd'hui en version Chronographe, décentrée avec poussoirs à gauche et couronne à 2h qui offrent une clarté de lecture et une facilité ergonomique d'utilisation rarement atteintes. On attend de découvrir prochainement sa nouvelle création, la Contagiri, avec remontage par la lunette.

Transformations génétiques

Contrairement aux années précédentes, les relancements from scratch (à ne pas confondre avec les lancements de nouvelles marques) n'étaient pas trop nombreux cette année. On a d'autant plus remarqué le virage à 180° opéré par Concord. La marque aura 100 ans en 2008 et le groupe Movado, qui en est le propriétaire depuis 30 ans, s'est décidé, après le succès rencontré par le "retour aux sources" d'Ebel, à s'attaquer à cette marque. "Le message était dilué, il n'y avait plus d'identité corporate unie car Concord différait d'un marché à l'autre, bref, Concord était

devenue peu à peu une coquille vide", énonce l'ambitieux Vincent Périard, "généticien" es marques (il a créé l'entreprise Brand DNA après un passage à la communication d'Audemars Piguet) qui a été nommé à la tête de Concord en mai 2006. En moins de 10 mois, la nouvelle équipe a tout refait: l'identité visuelle, le stand de Bâle, le packaging, le marketing et... le produit. Un slogan résume l'état d'esprit: "The watch. Reconstructed." Lancée à coups de teasing la C1 démarre en tête, avec 24 références. Elle est présentée comme étant la première étape de la reconstruction en cours. C'est une oeuvre revendiquée d'ingénieurs qui définissent ainsi leur territoire: design, force, audace. Le tout emballé "avec une exigence qualitative élevée". C'est peu dire que de qualifier la C1 de "monumentale" avec sa boîte composée de 42 pièces qui occupent 44mm de diamètre pour une épaisseur de 16,70mm. Pièce-maîtresse, la C1 Chronographe certifié COSC se classe d'emblée dans la catégorie des Hummer de l'horlogerie dont elle emprunte le lexique militaire: son mode d'assemblage "optimise la solidité et absorbe les chocs", des "bastions" chevauchent la lunette, la glace "spectaculaire" fait 3,3mm d'épaisseur, les aiguilles sont "musclées". Concentré de testostérone, habillée d'acier, de composite et de caoutchouc vulcarbonné, la puissante C1 "part à l'assaut du temps". Impossible de ne pas penser qu'elle cherche à faire de l'ombre à la Big Bang. En termes de production, l'objectif affiché pour 2007 est de parvenir à environ 1'000 pièces et de ne pas dépasser 6'000 pièces à terme. Mais la distribution est à reconfigurer entièrement. Les anciennes collections relookées vont subsister un temps sur les marchés-phares de

Symbolique de l'état d'esprit actuel de l'horlogerie suisse qui engrange "jackpot" sur "jackpot", la Vintage 1945 Jackpot Tourbillon de Girard-Perregaux

Concord avant de disparaître progressivement au fur et à mesure de la montée en puissance et de l'introduction progressive des nouvelles C1, C2, etc... La nouvelle équipe, basée à Bienne, a encore la taille d'un commando mais déjà les ambitions d'un bataillon.

Retour de la décoration

La spectaculaire transformation de Concord est révélatrice d'un type d'horlogerie qui a le vent en poupe: des pièces puissantes, aux formes graphiques hypertrophiées, résistantes aux chocs, mélangeant les matériaux... De l'autre côté de la barrière, on retrouve une toute autre tendance qui elle fait la part belle à une forme renouvelée de l'art décoratif. Un retour de la "décoration" qui se manifeste de plus en plus ouvertement. On en aura vu quelques beaux exemples à Bâle déjà, avant que cela nous soit confirmé avec éclat au SIHH.

Ce retour à la décoration peut être exercé avec grande finesse, tout en détails, ou être plus spectaculaire. Par exemple, la nouvelle équipe qui a pris en mains le destin de Bédarid ne cherche aucunement à rompre avec ce qui a été fait, mais au contraire conserve la même inspiration et creuse encore plus loin le sillon "décoratif" de cette marque toute en finesse. Les jeux de couleurs deviennent encore plus subtils, les sertissages gagnent encore en délicatesse, le raffinement des lignes se prolonge dans le choix étendu des bracelets et des matériaux.

Autre exemple, fort différent, de cette tendance décorative, l'horlogerie très particulière d'un Bunz. Avec sa ligne Moontime 3, Bunz parvient à une maturité horlogère certaine et propose des pièces qui ne ressemblent à aucune autre. Au sommet du cadran, une lune d'or en forme de sphère tourne sur elle-même pour indiquer les phases de ses lunaisons, au-dessus d'un ciel de nacre marqué de deux grands chiffres et surmon-

té d'un pavage de diamants. Sans doute cette approche est-elle le fait des origines bijoutières de la maison allemande Bunz. Mais toujours est-il que ces racines, fort différentes du terreau horloger helvétique, lui permettent de proposer d'autres pistes, avec des pièces originales, raffinées, toutes entières conçues pour leur effet décoratif. Les nouveaux entrepreneurs chinois, paraît-il, en raffoleraient.

Une toute autre approche, mais tout aussi "décorative" était à admirer chez de Witt, tout particulièrement dans une collection étonnante composée de montres dont les cadrans sont réalisés en plaques de silicium. Ces plaques, extrêmement fines, fragiles et cassantes, subissent environ une vingtaine d'opérations, sont découpées, teintées et prennent place dans un cadran composé de pas moins de 47 éléments. Grâce à leur structure interne ressemblant un peu à celle d'une météorite, ces cadrans en silicium possèdent une brillance et un chatoyement absolument uniques - au propre comme au figuré car chaque cadran est différent. Ils viennent ainsi enrichir des pièces déjà complexes, tant dans l'architecture de leur boîte que dans les affichages et complications dont de Witt raffole. (Nous y reviendrons dans un prochain numéro)

Un événement: les Masques de Vacheron Constantin

Mais comme nous le disions plus haut, le summum de cette tendance décorative était à découvrir au SIHH, avec l'exceptionnelle collection des "Masques" proposée par Vacheron Constantin, collection qui aura été sans conteste un des "temps forts" des Salons 2007. A priori, l'idée était un peu folle et courait le risque du kitsch: poser au centre des cadrans de minuscules reproductions tridimensionnelles de masques dits "primitifs". Mais cette idée déroutante a été réalisée avec un tel art, une telle science des techniques de la

gravure et de la parure et une telle minutie dans son exécution que le résultat est véritablement superbe et donne presque le frisson. Il s'en dégage ainsi quelque chose de "sacré", impression encore renforcée par le texte du poète français Michel Butor, gravé autour des masques posés sur des verres saphir teintés par métallisation, verres qui laissent deviner le mouvement: un mouvement manufacture à remontage automatique qui, grâce à quatre petits disques, affiche dans quatre guichets les heures, minutes jour et date, libérant ainsi le centre du cadran. Une première série de quatre masques a été réalisée, inspirée directement de masques en provenance de la fabuleuse collection d'art primitif Barbier-Mueller: un masque funéraire chinois, un masque frontal provenant de l'Alaska, un masque facial du Congo et un masque de théâtre en provenance d'Indonésie. Au total trois séries de quatre masques seront réalisées en trois ans, soit douze masques différents, pour un tirage total de 300 pièces vendues en coffrets de quatre pièces. Cette oeuvre magnifique est due au talent d'un graveur d'exception, Olivier Vaucher qui se révèle être un véritable "sculpteur" de miniatures. Nous consacrons la Cover Story de Europa Star 3/07 à cette exceptionnelle réalisation, qui témoigne d'une approche véritablement culturelle de l'art horloger.

Poésie et jeu: jackpot gagnant

Le même Olivier Vaucher se retrouve d'ailleurs à l'oeuvre pour Van Cleef & Arpels qui présente une collection 2007 sous le signe de la "poésie et de la féerie". C'est à lui que l'on doit la très charmante petite fée de la Lady Arpels Féerie, dont la baguette magique devient l'aiguille des heures. Art décoratif donc chez Van Cleef & Arpels, qui propose par ailleurs des sculptures de diamants - telle la ligne "Fleurette" qui, grâce à un ingénieux sertissage de sept diamants, donne l'impression d'une véritable fleur qui

serait composée d'une seule pierre - ou de poétiques complications, comme dans la ligne Lady Arpels Saisons munie d'un disque qui tourne de façon presque imperceptible en 365 jours, dévoilant progressivement les motifs qui y sont peints.

Dans cette veine d'une horlogerie "mobile", on passe du décoratif au franchement ludique - au sens propre de "jeu" - avec la très surprenante et très complexe Vintage 1945 Jackpot Tourbillon de Girard-Perregaux: soit pour la première fois la haute précision mécanique au service de l'aléatoire. Il fallait en effet oser mixer un tourbillon sous pont d'or avec un mécanisme de machine à sou activé par un petit levier disposé de côté de la boîte. Quand l'on tire sur le levier, un râtelier (rack) glisse vers le haut et active trois rouleaux d'or sur lesquels sont peints et laqués les cinq symboles qui ornaient la première machine à sou, la "Liberty Bell", inventée à la fin du XIXème siècle. Le râtelier redescend alors lentement et, aux deux tiers de sa course, il active des butées (stoppers) qui arrêtent les rouleaux l'un après l'autre et activent simultanément une sonnerie qui rappelle celle des machines à sou de casino. Sur les 125 combinaisons possibles, une seule - les trois cloches - fait figure de jackpot.

Symbolique de l'état d'esprit actuel de l'horlogerie suisse qui engrange "jackpot" sur "jackpot", la Vintage 1945 Jackpot Tourbillon de Girard-Perregaux démontre aussi, en mixant esprit de sérieux et enfantillages, l'espèce de "jubilation" mécanique à laquelle celle-ci est parvenue. (Par ailleurs, Girard-Perregaux, très en forme cette année, présentait de nombreuses nouvelles déclinaisons de ses meilleures collections, que ce soit dans la Vintage, avec un nouveau mouvement conçu pour changer l'axe de la petite seconde présentée entre 9h et 10h, dans la Richeville tonneau qui démontre sa plasticité ou encore avec diverses éditions spéciales, America's Cup oblige, dans la collection Laureato, avec revêtement DLC (pour Diamond Like Carbon) ou un Laureato Regatta avec tourbillon volant et chrono compte à rebours).

A la poursuite de la chronométrie

Mais tout n'est pas que pur ludisme chez les grands mécaniciens horlogers. La recherche de la meilleure chronométrie est également au rendez-vous. En témoignent deux démarches différentes: celle de Jaeger-LeCoultre et celle d'un François-Paul Journe.

Commençons par ce dernier. Journe présentait dans sa manufacture genevoise son très attendu Centigraphe Souverain au centième de seconde. Visuellement, ce sont trois compteurs avec en rouge une échelle du temps et en noir une échelle tachymétrique: à 10h une seconde foudroyante qui fait un tour de cadran en une seconde contre une échelle au centième et qui permet donc de chronométrer - très théoriquement - un objet allant à la vitesse de 360'000 km/h; à deux heures, une aiguille qui fait le tour du cadran en 20 secondes contre une échelle divisée en secondes; à 6 heures, une aiguille qui fait le tour du cadran en 10 minutes contre une échelle divisée en minutes. Les trois compteurs sont doublés d'une échelle tachymétrique exprimée en km/h. Le Centigraphe permet donc de déterminer la vitesse de déplacement d'un escargot à une fusée. Contrairement au Calibre 360 de TAG Heuer, dans lequel le mouvement chronographe au 1/100ème et le mouvement heures et minutes étaient dissociés, chacun avec leur propre barillet, la Centigraphe de Journe a un seul et même mouvement. Mais le ressort du barillet se désarme des deux côtés, l'arbre menant les rouages du chronographe et le barillet lui-même menant le mouvement. Le fonction chronographique est donc isolée du mouvement lui-même et sa marche n'a aucun effet sur l'amplitude du balancier, préservant donc la chronométrie de la montre. Ce système fort ingénieux - déjà expérimenté par Journe dans sa Grande Sonnerie et dûment patenté - est activé par une bascule tout aussi ingénieuse - et

tout aussi brevetée - située à 2 heures sur la carrure et qui remplace ergonomiquement les traditionnels poussoirs, hérités en fait des chronographes à gousset.

Le très pur et très horloger Duomètre à Chronographe présenté par Jaeger-LeCoultre procède de la même quête de la meilleure chronométrie. Là aussi, l'activation de la fonction chronographique n'interfère pas avec la marche de la montre. Mais la solution technique est différente. Comme Europa Star l'a expliqué en détail dans le supplément consacré à cette réalisation (cf Europa Star 2/07) le Duomètre à Chronographe n'est équipé que d'un seul balancier qui anime deux mécanismes distincts. Chacun de ces deux mécanismes possède son propre train de rouages, alimenté par son propre barillet. Il n'existe aucune interaction entre les deux trains de rouages qui fonctionnent de façon tout à fait autonome, indépendamment l'un de l'autre. Le seul élément qu'ils partagent est la base de temps que leur fournit leur organe réglant commun. Mais ce mouvement double, s'il a trouvé sa première application sous la forme d'un chronographe peut être employé à d'autres complications. L'avenir le dira.

Première montre sans lubrification aucune

Décidemment très en forme, voire multiforme, Jaeger-LeCoultre approfondissait ainsi d'un côté l'horlogerie mécanique traditionnelle, et par ailleurs ouvrait des pistes pour le futur avec sa Master Compressor Extreme LAB. Cette montre avec tourbillon automatique, double fuseaux horaires et date à aiguille sautante entre le 15 et le 16 de chaque côté du tourbillon, est surtout équipée du calibre 988C, sans lubrifiant aucun et résistant à des températures allant du -40° au + 60°. Une foule de nouveaux matériaux ont été employés: carbonytrure Easium qui remplace notamment les traditionnels rubis, diamant cristallin noir en lieu et place des levées en rubis de l'ancre, roue d'échappement en silicium, poudre de graphite en lieu et place de graisse du barillet, bras de la masse en fibre de carbone, segment de masse en platine iridium...sans compter les divers traitements de surface. La géométrie de ce mouvement a été entièrement repensée en

UN PARRAINAGE SOLIDARITÉ pour l'avenir des enfants



Oui, je souscris un parrainage solidarité en faveur des enfants.

Je verserai chaque mois:

Fr. 30.- Fr. _____

Veuillez m'envoyer la confirmation de mon parrainage et les bulletins de versement appropriés.

Je souhaite recevoir plus d'informations sur les parrainages.

34147

Nom _____

Prénom _____

Rue _____

NPA/Lieu _____

Date _____

Signature _____

Terre des hommes, Service Parrainages, En Budron C8, 1052 Le Mont-sur-Lausanne
Infoline: 021/654 67 67 • E-mail: info@tdh.ch

Terre des hommes

aide à l'enfance - www.tdh.ch

Annonce offerte

vue de meilleures performances et l'habillage est tout autant high-tech: aluminium, Ticalium, carbone, carbonitruure de silicium, titane, polyuréthane souple...n'en jetez plus. Nous y reviendrons en détail, ce prototype inaugurant une nouvelle ère horlogère. Pas moins.

Stratégies

Toujours au SIHH, JeanRichard se focalise sur son implantation dans les marchés extra-européens, manière de pouvoir positionner immédiatement la marque là où elle se trouve aujourd'hui: une marque jeune, très qualitative, "originale mais sans folie", 100% mécanique (50% du CA est réalisé avec des calibres manufacture, dont le JR 1000) qui propose des complications utiles sans pour autant rentrer de plein-pied dans le périmètre de la Haute Horlogerie. Exemple de cette stratégie, l'opération menée conjointement avec la marque de motos italienne Agusta, une vraie manufacture de motos qui réalise tout dans ses propres ateliers. Une façon de partager des valeurs communes. En est sortie la JR for Agusta, une montre racée présentée en or rose, titane ou acier (cf l'article de Keith Strandberg dans Europa Star 3/07).

Autre stratégie, celle mise en oeuvre par Parmigiani: sortir une collection-phare par année. Cette année, c'est au tour de la Kalpagraph, premier mouvement chronographe manufacture. La volonté sous-jacente, nous explique-t-on, est de "toucher une clientèle plus jeune", avec un produit d'entrée meilleur marché (on est quand même dans des prix d'entrée qui avoisinent les 17'000.-CHF). Mais le coup de jeune est immédiat avec, dans une forme Kalpa XL qui joue sur les codes de la marque, une esthétique très moderne, notamment dans les compteurs en 8 renversé cerclés de rouge. Témoignage d'une graduelle montée en puissance. On y reviendra également.

Cultes privés

L'espace nous manque malheureusement pour évoquer tout un chacun (voir les articles de Malcolm Lakin, Sophie Furley et Keith Strandberg dans ES 3/07, qui pallient partiellement à ce manque). En dehors des grandes messes de Bâle et du SIHH se tenait également toute une série de petits ou de grands cultes privés. Le WPHH du groupe Franck Müller voyait l'apparition d'un nouveau nom dans l'horlogerie (mais un nom plus que centenaire dans le diamant), Backes & Strauss, avec de magnifiques montres parfaitement proportionnées et idéalement serties, qui

viennent compléter le plateau d'offres du groupe Franck Muller. On y notait également une montée en puissance de Rodolphe, avec de nouvelles déclinaisons d'un design fortement identitaire (on y reviendra également au cours de cette année), ainsi que la poursuite de l'approche esthétique très particulière qu'a Pierre Kunz de la Haute Horlogerie (on y re-viendra également).

D'autres "chapelles" étaient dispersées dans les grands hôtels genevois, contraignant le journaliste à courir d'un lieu à l'autre. Mais au vu de l'affluence partout rencontrée, "l'effet SIHH" agit véritablement comme un stimulant. On pouvait ainsi admirer les dernières réalisations du "haut-couturier" Antoine Prezioso, les très fines propositions d'un Jeant-Mairet & Gillman, orbiter avec les somptueux tourbillons de Jean Dunand, s'initier aux formes puissantes de Volna ou encore, mais là il fallait vraiment jouer des coudes, essayer d'apercevoir les dernières Richard Mille, la "wonder story" de l'horlogerie.

Les annonces du Swatch Group

Pendant ce temps-là, le Swatch Group ne voulant pas laisser toute la vedette aux marques du groupe Richemont, organisait une conférence de presse dans son bâtiment sis au milieu du Rhône. Décontracté - on le comprend au vu des chiffres - Nick Hayek Jr énumérait les succès de son groupe, en termes de produits, de marchés, d'industrialisation, de marketing et de distribution. Les chiffres "double digit" pleuvaient. L'accent était mis sur la montée en gamme d'Omega avec son nouveau mouvement "Hour vision", présenté comme "le plus beau mouvement industriel au monde", annonçant en passant la sortie d'un nouveau chronographe 14 lignes à l'occasion des prochains JO de Pékin. La Chine, précisément, enjeu majeur des prochaines années avec, à la clé, une autre nouvelle (qu'Europa Star avait déjà annoncé entre les lignes cet automne), l'ouverture fin 2007 ou début 2008 du Swatch Art Peace Hotel, soit 6 étages sur le Bund de Shanghai -peut-être le meilleur emplacement de toute la Chine - dans un des fleurons de l'Art Déco chinois, avec un concept ma foi fort intéressant : des boutiques (Breguet, Blancpain, Omega et Swatch), plus 3 étages transformés en chambres et ateliers pour artistes du monde entier qui pourront y séjourner 6 mois gratuitement, et au 6ème étage, un restaurant avec vue sur tout l'avenir de la Chine.

Les Salons étaient terminés, mais l'histoire continue. ■



Saisir les opportunités et devancer les menaces d'Internet ?

Offrez à votre marque le sixième sens

Competitive Intelligence - Customer Insight - eStrategies - Reputation Management

www.ic-agency.com



EUROPA STAR PREMIERE est un service d'information en langue française à l'intention de la communauté horlogère suisse et francophone. Paraissant 6 fois l'an sous forme de newsletter et un spécial pour le BaselWorld et le SIHH, le but de la publication est la référence rapide des sommaires, extraits et sélections d'articles à paraître dans les éditions internationales d'Europa Star, dans ses magazines publiés en quatre langues sur l'ensemble des continents et sur ses sites internet.

europa star

VNU Business Media SA (Nielsen Group), 25 Acacias CH 1227 Genève.
Tél. 022 307 78 37, Fax 022 300 37 48, helpdesk jricher@europastar.com
Imprimé en Suisse. Tous droits de reproduction sur papier et supports électroniques réservés.