

# AIRESOMMAIRE07

## 12 BIBLIOTHÈQUE

Dans l'intimité des **Anciens**

## 14 MARKETING

A la recherche des **marchés**

## 18 SAVOIR-FAIRE

L'importance du **toucher**

## 24 PORTRAIT

**Sébastien Perret**: le design en coulisses

## 28 DESIGN

La griffe de **Pininfarina**

## 30 ANNIVERSAIRE

**Girard-Perregaux**, les bases du rebond

## 34 COVER

**Révolution de saphir** pour la répétition minutes

## 39 ENTREPRISE

Marques suisses en **mains étrangères**

## 42 MANUFACTURE

**Rolex**, la qualité comme culture

« Sur quoi est réellement fondé ce qui pourrait être une légende urbaine ? »

## 48 FIGURES DU TEMPS

Quand l'horlogerie devient machine **infernale**

## 52 HISTOIRE

Les **fabricants de boîtes** (III)





Daniel Stucki

## LA CRISE, LES ICÔNES ET LA MOQUETTE

De quoi parle-t-on ces temps-ci dans le monde horloger ? De la pluie et du beau temps comme partout, mais un thème revient fatalement très vite dans toutes les conversations, celui de la crise. Comment vont les affaires ? Le sourire de votre interlocuteur s'efface. Pour nous ça va, mais il ne faut pas se le cacher, ce n'est pas facile. Puis dans le fond des yeux : honnêtement, ça devient compliqué. Et de dérouler les mêmes explications, de faire la même analyse que vous avez déjà entendue cent fois et probablement formulée vous-même.

Rien de neuf sous le soleil, juste l'impression du déjà entendu, déjà vu, déjà lu. Déjà écrit ? Bonjour l'introspection. Eh bien oui, précisément. Un éditorial publié naguère dans ce magazine pourrait parfaitement être reproduit dans ce numéro-ci, quasi tel quel, à un millésime près. On rapportait ce pronostic unanime faisant de l'année 2016 celle de tous les dangers. Il suffit de remplacer par 2017, pour le reste, pas une ligne à changer. Amusant et déprimant. Quoi d'autre ?

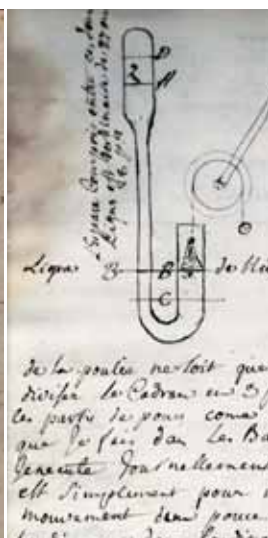
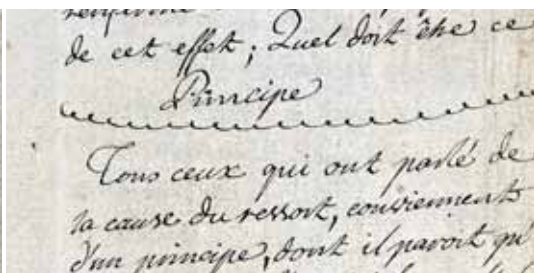
Un mot revient lui aussi quotidiennement, mais dans les communiqués, les dossiers de presse et autres récits épiques offerts par les marqueteurs horlogers qui lancent la nouvelle version d'un modèle, disons, classique ou ancien... Vous plaisantez ? Il est aujourd'hui forcément « iconique ». Comme s'il suffisait d'avoir été produit dans le

passé pour avoir une auréole ; comme si l'horlogerie n'avait produit au XX<sup>e</sup> siècle que des icônes. Sérieusement, il n'y en a qu'une poignée qui ont profondément marqué les esprits, fait l'unanimité, connu un vrai succès et sont restés dans la mémoire collective pour mériter cette flatteuse distinction. Une douzaine ? Allez, on pousse jusqu'à vingt en assouplissant les critères. Pour le surplus, il est inutile de s'inventer des mérites que l'on n'a pas, alors que l'on aurait sans doute d'autres atouts crédibles à faire valoir. Car la créativité de l'horlogerie contemporaine est indéniable. C'est donc souvent ridicule et prétentieux. Et c'est aussi contre-productif car le destinataire agacé finit par viser cette icône d'un autre genre au coin de son écran : la poubelle.

Heureusement, les échanges électroniques prêtent aussi à sourire. Une seconde d'inattention et votre courrier intime ou professionnel est expédié à n'importe qui. Si des couples ont explosé, des secrets d'Etat été divulgués, les conséquences ne sont pas toujours désastreuses. C'est ainsi que j'ai reçu les plans détaillés d'un stand qui verra le jour dans un prochain salon horloger avec en filigrane de vraies interrogations. J'ai répondu poliment : « Pour ma part, la couleur de la moquette est OK. » Il n'est pas interdit de plaisanter aussi en pensant à 2017.

Jean-Philippe Arm

## Dans l'intimité des Anciens



Jean-Philippe Arm

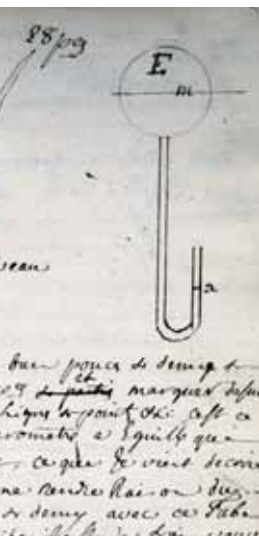
C'est une histoire d'amour et d'amitié. L'amour des livres, des textes anciens, de l'écrit sous toutes ses formes, nous sommes nombreux à le partager depuis Gutenberg. Et même avant, car les manuscrits n'ont pas échappé à cette vieille passion.

Ce n'est pas un hasard si dans ce magazine chaque numéro débute toujours par la rubrique consacrée aux livres. A l'annonce de l'acquisition aux enchères de la bibliothèque horlogère de Jean-Claude Sabrier par François-Paul Journe et de l'écrin qui lui était réservé dans les locaux de la manufacture genevoise, il nous est apparu comme une évidence que nous allions nous immerger un jour avec délectation dans cet univers exceptionnel. Il faut savoir que l'ensemble des documents réunis par l'historien normand décédé en novembre 2014, constitue une collection privée, exclusivement consacrée à l'horlogerie, vraiment unique.

Ils sont tous là, à portée de mains, gantées comme il se doit pour respecter leur intégrité : Abraham-Louis Breguet, Antide Janvier, Ferdinand Berthoud, Pierre Le Roy, Louis Moinet, autant d'icônes d'expression française du développement et de la transmission du savoir horloger, autant de traités, de mémoires, d'essais, du XVIII<sup>e</sup> et du XIX<sup>e</sup> siècle surtout. Naturellement, pour ces praticiens de

pointe à la tête bien faite, la chronométrie, avec les montres à longitude et les horloges marines, était au centre de profondes réflexions, de descriptions, d'esquisses. Ils renvoient forcément aux noms de John Harrison, de Thomas Mudge, de John Arnold ou de Thomas Earnshaw, mais du côté des anglophones ce sont davantage les œuvres des commentateurs, analystes ou théoriciens que l'on retrouve, plus prolixes que les horlogers eux-mêmes, comme William Holder et son « Discourse concerning Time » de 1694. Le Danois Urban Jürgensen est lui bien présent.

Près d'un millier d'ouvrages et de précieux manuscrits réunis dans des dossiers, des boîtes, des coffrets à l'apparence de bouquins... Renonçant à un parcours méthodique et systématique qui nous aurait pris des semaines, nous avons musardé, titillé par une couverture, aiguillonné par un nom, dérouté par un titre, absorbé par un thème, emballé par un dessin, fasciné par une écriture. C'est ainsi qu'au hasard de cette délicieuse et passionnante balade improvisée, nous sommes tombé sur cette inattendue dédicace d'Antide Janvier à son ami L.M. Waïlle: «Ceux qui veulent accroître leur réputation dédient leurs ouvrages aux Savans ; pour moi, qui n'ai d'autres ambitions que celle de satisfaire



... l'intention de conserver également...  
 je pense de d'abord de vous présenter mes vœux...  
 ouvrage, mais je ne suis que passagèrement...  
 ainsi au milieu de la suite de ma vie...  
 qui ne font pas de vous des...  
 cette. Dans une ville qui ne se...  
 l'ouvrage en fait par...  
 que l'œuvre de...  
 malgré le peu de...  
 que je vous...  
 que personne plus que moi ne...  
 de l'obéissance...  
 C'est dans ces...  
 Respect  
 J. Breguet  
 Horloger ordinaire du Roi

intéressé.  
 adieu réfléchissez...  
 Sur tout ce que je vous  
 dit en votre intérêt  
 finement, sagement, et surtout  
 de la vie et de son...  
 tout. mille amitiés et  
 toujours  
 23. 3. 18...



Jeunes artistes, qui sentez en vous-mêmes le feu brûlant du génie; et toi, respectable citoyen que les tems ont blanchi (b), si quelques idées neuves germent dans vos têtes, si vous les mettez en pratique, gardez-vous bien de tomber dans les mains de M. Breguet; vos modèles (c), vos pensées même ne vous appartiendraient plus.

mon cœur, je vous consacre ce livre comme un témoignage public de l'amitié constante et sans nuages qui nous unit depuis cinquante ans. » Deux siècles plus tard, l'écho est saisissant, car c'est exactement ce qui a motivé François-Paul quand il a décidé, à deux jours de sa dispersion aux enchères, d'acquérir la totalité de la collection de son vieil ami Jean-Claude, tout simplement pour lui rendre hommage. Ces deux-là avaient respectivement 17 et 35 ans quand ils s'étaient rencontrés à Paris dans le fameux atelier de l'oncle, où FPJ apprenait son métier et qui était un lieu de rencontres de tous les passionnés d'horlogerie ancienne. Leurs échanges féconds allaient durer plus de 40 ans. « *Je lui dois énormément* », résume sobrement l'horloger. « *Et c'était la moindre des choses que de respecter sa mémoire en conservant dans son intégralité cet ensemble de documents, qu'il avait mis une vie à réunir et qui symbolisent si bien le puits de connaissances qu'il était lui-même.* » La série d'ouvrages fondamentaux que l'on peut passer en revue est impressionnante, avec des textes, des planches exceptionnelles, des dessins, que les imprimeurs au nom du Roi, puis de la République, ont mis en valeur pour mieux les transmettre au plus grand nombre. Qu'il s'agisse

des lois de l'astronomie ou de la théorie des ressorts, on sent au fil des pages la vibration des auteurs, la fièvre de la recherche jamais aboutie, la quête de la démonstration absolue, de l'estocade. Nous voici en présence de brillantes synthèses et de théories savantes, mais le sentiment dominant est d'être au cœur même d'un processus en cours, celui de la découverte et du développement de la connaissance, de la science et de la technique. Certains ont tenu un journal de bord, dans lequel ils ont consigné toutes leurs pensées. On est là dans la tête des penseurs et des chercheurs, et c'est troublant. L'émotion monte encore d'un cran quand il s'agit de manuscrits. Certains étaient destinés à la publication mais n'ont pas été imprimés, tels ces pavés de Pierre Le Roy, que Sabrier affectionnait tout particulièrement. D'autres n'avaient pas cette vocation et relèvent presque d'une touchante intimité. On est alors dans l'atelier de Ferdinand Berthoud, dont les précieux cahiers de recherches, nous invitent à suivre l'œuvre naissante par-dessus son épaule. On est dans les pensées d'Antide Janvier, dans ses tracas aussi, dans ce quotidien moins brillant parfois pour de grands hommes que la trace étincelante que leur génie a laissé dans l'histoire de la mesure du temps. ●

## A la recherche des marchés



RedcupStudio Fotolia.com

Nicolas Babey

Imaginons un instant une médecine cardio-vasculaire incapable de prévenir les maladies du cœur, médiocre pour réparer l'organe malade, mais brillante en autopsie...

Avouons qu'une telle médecine marcherait sur la tête. Ou alors on se replongerait en plein XVI<sup>e</sup> siècle, à l'âge d'or des dissections. Et pourtant ; cette métaphore médicale pourrait illustrer notre connaissance actuelle des marchés, qui représentent depuis plus de deux siècles les « cœurs » de notre système économique actuel. Pour le seul secteur horloger, qui pourrait dire combien il en existe ; des dizaines ? Davantage ? Qui serait en mesure de décrire dans le détail leur fonctionnement ? Car toute stratégie d'entreprise dépend étroitement de la connaissance du marché sur lequel elle entend jouer. C'est dire l'importance du thème !

**Prendre le pouls des marchés.** Comme un médecin qui prend le pouls d'un patient, nous enregistrons fort bien la santé resplendissante ou vacillante des marchés : le nombre de pièces vendues, les emplois créés ou biffés, les profits ou les pertes. Or, sans théorie de fonctionnement unifiée, nous ne sommes pas en mesure d'expliquer les performances ou défaillances des marchés. C'est alors que d'innombrables commentateurs se perdent en conjectures autour du patient. Pour un peu, on se croirait dans une pièce de Molière : Argan, le

« Malade imaginaire » est entouré de doctes médecins, dont les vêtements universitaires suffisent à légitimer diagnostics et solutions souvent contradictoires.

**Disséquer les marchés morts.** Bon nombre d'historiens ont réalisé d'excellentes analyses de « marchés morts », que celles-ci soient focalisées sur le développement économique de territoires, de secteurs d'activité, de technologies ou d'entreprises. Et l'histoire de l'horlogerie n'est pas en reste !<sup>1</sup> S'il n'est pas toujours judicieux de regarder dans le rétroviseur pour prévoir la suite du chemin, l'histoire en tant que discipline scientifique a inventé des méthodes d'analyse et de recherche dont il serait bon de s'inspirer pour rendre compte de ce qu'il se passe aujourd'hui. Mais comment transmettre de telles connaissances à d'autres disciplines quand on enseigne encore à des apprentis économistes d'invraisemblables fables s'appuyant sur la « Main invisible du marché » ?

**Soigner les marchés malades.** Il ne se passe pas une semaine sans qu'une norme nationale ou internationale ne vienne impacter tel ou tel marché horloger, que ce soit du côté de l'offre et de

<sup>1</sup> On pensera principalement aux travaux de François Jequier et à ceux, plus récents, de Pierre-Yves Donzé.

# MARKETINGGMARK



lovemelovemyPicFotolia

sa chaîne de valeur, ou du côté de la demande. Pour ne citer que quelques exemples asiatiques, on connaît l'importance du tourisme chinois en termes de vente de produits horlogers en Europe et en Suisse. Ainsi, l'obligation du passeport biométrique pour entrer dans l'espace Schengen et les difficultés géographiques que les Chinois rencontrent pour l'obtenir, les normes anti-corruption chinoises, ou encore les récentes taxes de 60% à l'importation de produits de luxe sur territoire chinois. L'infarctus a eu lieu ; la Fédération horlogère joue fort bien son rôle de chirurgien en demandant au gouvernement helvétique de réaliser quelques pontages pour contourner les vaisseaux bouchés. Il faut bien que le sang s'écoule ! Mais n'était-il pas possible de prévenir de tels accidents cardiaques ?

**Prévenir les maladies de marchés.** Il arrive qu'un électrocardiogramme normal masque une maladie de cœur déjà bien installée. Comment repérer et prévenir les risques quand le pouls des marchés indique une belle santé apparente ? Tous évoluent au gré d'offres, de demandes et de normes en mutation permanente. Si les offres sont bien connues, les entreprises horlogères sont obligées de gérer un monceau d'incertitudes quant aux demandes et aux normes. La qualité des informations reçues devient donc essentielle.

Mais cette qualité dépend d'une double inversion : au sujet des futures normes, *le lointain doit devenir proche*. Au sujet des demandes, les derniers de la hiérarchie doivent, sinon devenir les premiers, être au minimum reconsidérés.

**Rendre proche le lointain.** En se rappelant les exemples asiatiques, il est stratégiquement vital que les entreprises horlogères puissent avoir connaissance de ces normes *avant* qu'elles ne soient mises en œuvre. L'application d'une norme clôt toujours le parcours d'une motion législative ou d'un plan gouvernemental ; il est donc possible d'obtenir de telles informations. Les entreprises horlogères y ont-elles réellement accès ? Les réseaux de diplomates et d'ambassades helvétiques ont certainement accès aux sources de ces informations. Cependant, structurellement incapables de décréter quelle norme impactera quel marché, diplomates et ambassades ne fourniront théoriquement que les données qui leur seront demandées. Encore faudrait-il le demander...

**Inverser les hiérarchies.** « Les "merchandisers" en savent peut-être plus long encore que les professeurs de marketing. Les responsables de gondoles de supermarché en savent plus long que les "merchandisers". Admirable "pecking order"<sup>2</sup> inversé qui fait que les secrets des intérêts passionnés sont en fait des secrets de polichinelle, mais à condition de descendre toujours davantage vers l'expérience pratique de ceux qu'on méprise »<sup>3</sup>.

Peut-être plus que tout autre, les marchés horlogers sont à la merci de demandes passionnées. Qui est à même d'enregistrer le battement de cœurs qui jouent la chamade ou au contraire en désamour ? Bien entendu les vendeurs ! Ceux qui côtoient quotidiennement l'évolution des passions ! Pour prévenir les maladies, leurs informations valent de l'or, pour autant qu'on leur pose de bonnes questions. Mais pour poser de bonnes questions, encore faut-il une théorie des marchés qui aille un peu plus loin que la glaciale loi de l'offre et de la demande. ●

<sup>2</sup> « Ordre hiérarchique »

<sup>3</sup> Citation empruntée au philosophe Bruno Latour (Enquête sur les modes d'existence, *La Découverte, Paris, 2012 (page 434)*).

## L'importance du **toucher**



AlenaPaulus/Stock

Louis Nardin

Le toucher, premier sens développé par le fœtus après six semaines de vie seulement, joue un rôle central, bien que largement sous-estimé, dans l'appréciation de la beauté et de la valeur d'une montre. Mais il n'en a pas toujours été ainsi. Pour l'anecdote, certains patrons horlogers avaient coutume de fermer les yeux pour caresser la boîte d'une nouvelle pièce avant de pousser plus loin leur analyse, ou de s'arrêter net et de renvoyer les équipes à leurs études. Cette culture du ressenti tactile s'est émoussée au fil du temps. La faute peut-être à la croissance prodigieuse qu'a connue l'industrie des montres durant ces vingt dernières années, un succès bâti grâce à des centaines de nouveaux travailleurs souvent peu au fait de ces questions. Et la finance a aussi joué un rôle. Prendre le temps de gommer les arêtes inconfortables, d'adoucir la transition d'une lunette à une carrure ou de rendre une texture réellement douce et soyeuse est question d'éducation certes, mais de prix aussi. Comme pour les métiers d'art, la pression sur les coûts continue de peser, pour gratter des centimes sur des passages d'outils, économiser sur des anglages et des terminaisons. Si fait que les montres réellement agréables au toucher

représentent aujourd'hui une minorité. Or l'impact d'une forme délicate sous les doigts renforce nettement l'attractivité du produit. En effet, le toucher est une arme de séduction aussi discrète qu'efficace.

**90% de la valeur perçue.** « *Le toucher est un sens éminemment intuitif et qui évolue avec l'âge*, explique Dominique Lavour, fondateur du bureau d'études et atelier Le toucher minuscule. *Tout le talent des concepteurs d'objets tient dans leur capacité à capitaliser sur ce sens pour créer de l'émotion. En effet, le toucher a une forte influence sur l'être humain car il participe à établir ce qu'on appelle l'estime, soit l'imaginaire développé autour d'un produit.* »

L'importance du toucher est donc loin d'être négligeable dans sa capacité à rassurer, en faisant appel à ses souvenirs, et à séduire, en créant une sensation agréable. Plus que cela, il fait totalement partie de la chaîne de création de valeur et joue un rôle premier dans la compréhension que l'on peut avoir de l'objet. « *Pour les horlogers, l'enjeu consiste à créer la confiance qui se base sur des éléments concrets de fonctionnalité et de confort, et sur des facteurs plus irrationnels, qui peuvent être amenés par le toucher.* »

# SAVOIRFAIRE SAVO



Le Galet Square de Laurent Ferrier, leçon une : la manière d'adoucir la transition d'une lunette à une carrure.

**Le luxe léger.** Il est intéressant de constater que lorsqu'il entre en contact avec un objet, l'être humain est d'abord réceptif à sa masse volumique et à sa température. Si cette dernière compte peu pour une montre, l'équivalence masse-valeur prend, elle, tout son sens. L'or, mais surtout le platine, pèsent plus que les autres métaux, « prouvant » ainsi leur valeur par leur poids. C'est justement un code presque reptilien que se sont engagés à briser quelques horlogers avec en tête de peloton Richard Mille qui a imaginé et gagné une nouvelle croisade en faveur de l'ultra-léger. Largement commenté au début, ce parti pris ne choque plus aujourd'hui et le titane, lui aussi très léger, est monté en puissance dans toutes les catégories de prix. Jean-Claude Biver, CEO de TAG Heuer et Président de la division horlogère de LVMH, ne jure d'ailleurs que par lui pour les modèles connectés de sa marque positionnée en milieu de gamme.

**Douces sculptures.** Virtuose du classicisme contemporain, Laurent Ferrier, styliste horloger s'il en est, postule que la grâce tactile d'une montre fait partie intégrante de son aura. « Il s'agit plus

*ici de sculpture où les formes douces doivent prédominer. »* Et de regretter l'évolution des outils de fabrication actuels comme les burins diamantés qui, pour aussi performants et précis qu'ils soient, produisent des pièces aux arêtes tellement tranchantes qu'elles doivent être reprises.

« Avec l'expérience (Laurent Ferrier a travaillé 37 ans chez Patek Philippe avant de créer sa propre marque en 2010) mon regard s'est transformé pour prévoir immédiatement l'effet qu'aura une courbe sous les doigts. Une sorte d'instinct s'est développé qui permet de dessiner assez rapidement une esquisse réaliste. » Sa maîtrise des formes sensibles fait mouche, auprès des femmes en particulier, qui chipent très volontiers la Laurent Ferrier de leur homme.

**Réhabiliter le toucher.** Pas assez ou mal considérée aujourd'hui, la dimension tactile d'une montre devrait ce second rôle au pouvoir gagné par l'image. « Ces cinquante dernières années, plusieurs industries ont focalisé leurs efforts sur l'aspect visuel de leurs produits, analyse Dominique Lavaur. Ces images sont comme autant de promesses très qualitatives qu'il s'agit



*ensuite de tenir dans la réalité. Mais l'écart entre ce qui est promis et délivré se creuse toujours plus, trompant ainsi la confiance du public. Ceci a conduit à la création d'un univers d'illusions qui peut être remis en question uniquement lorsque l'objet devient palpable. Pour les horlogers, la tâche consiste donc aujourd'hui à recréer une cohérence entre les différentes identités d'un produit en fonction des sens.»*

La tâche de réhabilitation du toucher commence naturellement par le confort et l'ergonomie. En faisant en sorte que la montre reste bien en place sur le poignet et que rien ne vienne le blesser, une étape importante est franchie. Aussi évident que cela puisse paraître, les protocoles en place se limitent souvent à des questions de respect des normes liées à la santé. Quelques noms se distinguent pourtant, comme Rolex dont tout un département se consacre uniquement aux questions de confort au porter et d'utilisation.

**Les gestes d'avenir.** La notion de toucher appelle naturellement celle des gestes associés à l'utilisation des montres. Et dans ce registre les

Le Galet Square, leçon deux : prendre le temps de gommer les arêtes incommodes.



horlogers disposent aussi de champs d'exploration peut-être sous-exploités. Il y a bien sûr les boutons-poussoirs comme ceux du chronographe qui créent une interaction plus ou moins agréable entre l'utilisateur et sa montre. La manipulation de la couronne fait ressentir elle la résistance et la délicatesse du mécanisme. Avec la Reverso de Jaeger-LeCoultre, il y a le geste pour faire pivoter le boîtier sur lui-même, une signature sous forme de rituel. Urwerk pour sa part a inventé son propre registre avec, dans le cas de l'EMC, le fait d'agir sur la performance de la montre grâce au système de mesure électronique rechargeable à l'aide d'une manivelle intégrée.

Mais est-ce que l'importance du toucher ne sera pas pleinement réhabilitée sous la pression des « pires » ennemis des montres traditionnelles d'aujourd'hui : les appareils électroniques et leurs écrans tactiles en particulier ? *« Ces nouveaux appareils élargissent les champs des interactions possibles, explique Patrice Duchemin, sociologue de la consommation. Ils enrichissent l'expérience d'usage en s'animant quand on les touche, ce qui les fait exister, vivre aux yeux de l'utilisateur. Il s'installe un dialogue plus riche et nourri, contrôlé par les gestes essentiellement. Outre ce pouvoir, le geste confère un peu de magie à ces objets qui obéissent littéralement au doigt si ce n'est à l'œil. Les horlogers devraient donc s'atteler à renforcer la charge émotionnelle des montres à travers des gestes nouveaux et particuliers pour établir une distinction claire avec ces objets électroniques. »*

Quelques initiatives récentes sont allées dans ce sens, à l'instar de la marque de Grisogono lors du dernier salon Baselworld avec son interprétation de la Gear S2 de Samsung où une lunette sertie permet de sélectionner les fonctions. Cette approche correspond d'ailleurs bien à la philosophie d'Yves Béhar, designer industriel reconnu et spécialiste des objets connectés. Co-inventeur, par exemple, du bracelet Jawbone et sollicité pour redessiner la Museum Watch de Movado devenue la Movado Edge sous son crayon, il milite pour une approche où le meilleur des deux univers se rejoindrait. Le toucher et les gestes qui lui sont associés pourraient ainsi devenir des sources d'inspiration précieuses pour intensifier et enchanter davantage le lien entre un porteur et sa montre. ●

## Sébastien Perret : le **design** en coulisses



Louis Nardin

Tout comme la mode ou l'architecture, l'horlogerie produit ses propres artistes stars. Mais contrairement aux têtes d'affiche déclarées, certains designers préfèrent l'ombre et optent pour la discrétion la plus complète. A Neuchâtel, le bureau Etude de Style officie toujours en coulisses. C'est le parti pris de son fondateur Sébastien Perret. La quarantaine élancée, il ricoche silencieusement de bureau en bureau dans cet ancien atelier d'usine réhabilité en *open space* voué désormais à la création. Au sol et avant d'arriver là où tout se passe, une inscription « Zone de confidentialité » protège symboliquement les secrets de cet incubateur à idées.

**Briller dans l'ombre.** Sébastien Perret affiche une discrétion qui tranche avec la taille de son portefeuille de clients. Après un an dans ses nouveaux locaux, une vingtaine de marques font confiance à son bureau de design Etude de Style, EDS dans le milieu. Et pas des moindres. De Tissot à Audemars Piguet en passant par Mido, Bell & Ross, Ebel, HYT, Harry Winston ou Fabergé, Sébastien Perret s'enorgueillit d'aider à réaliser des montres à quartz de 120 francs jusqu'à des grandes complications dépassant les 700 000 francs. Sa recette ? « *Je n'aime pas occuper le devant de la scène et me tiens volontairement à l'écart du strass et des paillettes du monde horloger. J'ai donc développé*

*Etude de Style en me basant sur de longues relations de travail qui s'enrichissent au fil du temps, un devoir de qualité, la discrétion et des prix corrects. Cette façon de faire correspond aussi à mon histoire personnelle, puisque j'ai grandi au cœur de la sous-traitance horlogère. »*

**Entreprises familiales.** Né le jour de Noël 1974 – ce qui lui vaudra plusieurs « oublis » de cadeaux de la part de ses proches – Sébastien Perret est plongé dès la naissance dans l'ambiance industrielle horlogère. Son père, Blaise, a la fibre entrepreneuriale suffisamment solide pour avoir développé plusieurs sociétés actives principalement dans l'habillement et le traitement de surface. Le fils grandit dans ce milieu des coulisses de marques auquel il s'attache et qu'il respecte. « *Ce tissu à cheval entre l'artisanat et l'industrie nourrit tout le microcosme horloger. J'ai beaucoup appris sur les processus de production, les relations de travail et son importance générale en observant mon père et en m'impliquant moi aussi.* » Ironie du sort, Blaise Perret travaille désormais avec Sébastien en tant que gestionnaire des finances et conseiller. « *Etude de Style emploie aujourd'hui 12 personnes contre 5 en moyenne jusqu'en 2011, dit Sébastien Perret. Mon père m'épaula, lui qui a plus de 40 ans d'expérience dans le milieu et a piloté des entreprises allant jusqu'à 200 personnes.*

# RAITPORTRAITPO

Page de gauche : après les esquisses, les dessins et les programmes informatiques, le designer Sébastien Perret retrouve avec les prototypes réalisés par imprimante 3D les gestes du bijoutier qu'il était au départ.

Ci-contre : entre le design, la production vidéo et la moto, les fortes personnalités qui composent l'équipe d'Etude de Style s'adonnent aussi, manifestement, au baby-foot.



*Je lui fais totalement confiance.* » Cette entente comble Sébastien Perret car les questions les plus confidentielles ne dépassent ainsi jamais le cadre familial.

**Créer et concevoir.** Le design horloger s'est très vite imposé comme une certitude pour Sébastien Perret. Pour y percer, il choisit d'abord une formation de bijoutier car la phase de création artistique est immédiatement suivie par celle de la fabrication de l'objet. Il estime essentiel ce lien direct entre une idée et sa matérialisation. Après une année préparatoire à l'Académie de Meuron à Neuchâtel, Sébastien Perret entre à l'École d'arts appliqués de La Chaux-de-Fonds, à qui l'horlogerie doit beaucoup de ses artisans hors pair d'hier et d'aujourd'hui. Ce sera pour lui l'occasion de faire, entre autres, la connaissance de Guillaume Tripet, alors étudiant en gravure et qui prendra plus tard des responsabilités importantes dans diverses marques horlogères. Aujourd'hui, leurs bureaux sont voisins chez EDS. Ensemble, ils offrent des services de gestion de projets.

La vingtaine passée, Sébastien Perret avait lancé sa propre marque de bijoux tout en apprivoisant en mode autodidacte les logiciels de dessin. Un emploi à temps partiel chez son père lui permettait de payer les factures courantes. Mais l'équilibre

demandait trop d'efforts pour être maintenu. C'est alors qu'il a fondé « Etude de Style » en référence au nom donné aux recherches esthétiques menées par les designers automobiles dans les années 1960-1970 et parce qu'il voulait un nom résolument francophone.

**Atypiques et motards.** Sébastien Perret aborde chaque projet en s'imprégnant totalement de l'identité de la marque, cartographiant sa présence sur les marchés, son positionnement. « *Il s'agit de déterminer un périmètre au sein duquel des idées peuvent émerger et grandir.* » Suit l'analyse des tendances, la recherche des influences, des modes, pour donner son style au produit. « *A chaque fois, nous travaillons à trois ou quatre sur chaque projet car cela enrichit les échanges, fait naître des idées et le résultat en est d'autant meilleur. J'ai construit mon équipe dans ce but, et en réunissant des personnalités particulièrement fortes et atypiques avec par exemple des fans de jeux vidéo et même un membre des Rambling Wheels – un groupe de rock d'envergure nationale. Etude de Style tient aussi du club de motards car près de la moitié de l'équipe possède une moto. In fine, mon rôle consiste à garder une vision globale de chaque projet, et d'encourager ces discussions pour dégager la meilleure option. Je revendique une dimension artisanale du*



Deux modèles illustrent la variété des designs proposés par Etude de Style.

A gauche: le modèle Lady Complicée Peacock de Fabergé avec des plumes de paon qui se déploient en éventail pour indiquer les minutes. Les heures se lisent en regard de la couronne à 3 h.

A droite: la H2 Platinum de HYT et son boîtier puissant associant le titane et le platine pour mieux protéger et mettre en valeur l'audacieux mariage de la mécanique et des fluides.

*design, qui nous met au même niveau que tous les autres sous-traitants.»*

La formule fonctionne particulièrement bien puisqu'EDS a remporté cinq concours dont un du public. Ce dernier a eu passablement d'écho étant donné qu'il engageait le vote d'internautes, à l'initiative de Mido. La marque invitait trois designers à imaginer un modèle en s'inspirant de la vénérable horloge londonienne Big Ben. Dans un autre registre, Etude de Style a aussi habillé plusieurs lauréates du Grand prix d'horlogerie de Genève: la HYT H1 Black DLC en 2012, la Margot de Christophe Claret en 2014, et la Lady Complicée Peacock de Fabergé en 2015.

**Société de services.** Sébastien Perret vit du design horloger – qu'il baptise volontiers « micro design » pour la très petite échelle à laquelle tout se passe – mais veille à maintenir et à développer un faisceau de compétences et de services complémentaires. Conscient de pratiquer un métier artisanal, il ne refuse pas l'innovation technologique, au contraire! « 80 % de nos mandats consistent à assurer la création d'une montre des premiers croquis jusqu'à sa réalisation finale. Cette polyvalence compte énormément pour s'assurer du résultat. Elle nous a aussi permis de développer d'autres services. Grâce à nos compétences en

*termes de création assistée par ordinateur, nous pouvons retravailler les fichiers initiaux pour créer des films d'animations et des images de synthèse qui seront ensuite utilisés comme matériel de communication par exemple. Nous avons aussi investi près de 120 000 francs dans une imprimante 3D pour fabriquer des prototypes, des posages ou encore des éléments de protection pour nos clients. Toutefois, et même si l'horlogerie nous prend tout notre temps, nous travaillons à développer de nouvelles activités dans le domaine du médical et du mobilier par exemple.»*

**Liberté absolue.** Voyageur bohème – il aime passer d'une pension à l'autre au bout du monde avec un simple sac sur le dos – et fin gourmet – il adore autant déguster que cuisiner -, ce mari et père d'une petite fille n'a qu'un rêve: garder son indépendance. « Je me suis rendu compte qu'il n'y avait pas mieux que de travailler ainsi pour gagner sa vie en toute liberté. Bien sûr que ce peut être flippant et pénible. Mais dans un monde où nous sommes de plus en plus contrôlés et surveillés, c'est l'un des derniers espaces que l'on peut maîtriser sans aucune influence extérieure. » N'avez-vous donc jamais entendu parler de l'esprit libertaire qui souffle depuis toujours le long de l'Arc horloger jurassien? ●

## La griffe de Pininfarina



Jean-Philippe Arm Ci-dessus : après les voitures et les yachts, voici l'architecture, ici toujours en relation avec les transports : la tour de contrôle de l'aéroport d'Istanbul est signée Pininfarina.

Ci-dessous : l'esquisse du tourbillon de l'Ottantasei de Bovet.

A droite :

L'Ottantasei by Pininfarina, dont la signature apparaît sur le flanc et qui joue avec la transparence.

Des voitures de rêve ? Les concept cars H2 Speed et Ferrari Sergio.



Entre le monde de l'horlogerie et celui de l'automobile, les relations ont toujours été étroites et diverses, à commencer par le chronométrage des courses et la fourniture des montres de bord. S'ajoutent naturellement la floraison de labels horlogers sur les carrosseries et inversement de logos automobiles sur les cadrans, ainsi qu'une litanie de partenariats ayant trouvé un terrain favorable sur des circuits célèbres ou l'asphalte de routes secondaires.

Pour lancer de nouvelles lignes, les marques ont souvent demandé à leurs propres designers de s'inspirer des voitures. Les belles mécaniques à quatre roues et les moteurs à huit cylindres allaient-ils se retrouver métamorphosés au poignet ? Pas vraiment. Les créateurs n'ont souvent retenu qu'un élément particulier, en partant d'une calandre, d'un tableau de bord, d'un moyeu, d'un phare, d'un bouchon de réservoir, sinon d'un pot d'échappement... En dépit d'une communication volontiers emphatique, le résultat relève souvent d'avantage de l'anecdote, du prétexte à peine exploité que de l'effet d'un puissant souffle d'inspiration venu du garage. Et si l'on demandait plutôt aux designers de l'automobile de mettre leurs compétences au service des montres ? Bovet a fait ce pari il y a huit ans en signant un partenariat avec Pininfarina, célèbre maison italienne de design automobile, qui a fait



## Girard-Perregaux, les bases du rebond



David Chokron

C'est un moment étrange et de plus en plus fréquent. A la faveur d'un changement de dirigeant, on apprend qu'une marque se portait mal. Qu'elle allait bouleverser ses produits, sa stratégie, ses équipes. Tel a été le cas en 2015 quand Girard-Perregaux, propriété du groupe Kering, a annoncé la nomination d'Antonio Calce à sa tête. GP, car c'est comme cela qu'on l'appelle, avait besoin de remonter la pente sur laquelle elle glissait depuis quelques années. C'est donc l'occasion de regarder ce que la marque avait tenté entre 2011 et 2015 et ce sur quoi elle s'appuie dès 2016.

**Visionnaire.** Girard-Perregaux est une des marques les plus établies de l'horlogerie suisse, il faut le rappeler. Depuis son rachat par la famille Macaluso en 1992, elle avait pris de l'ampleur avec une offre de belle et de haute horlogerie fournie. En relançant son modèle Tourbillon sous Trois Ponts d'Or en version de poche en 1981, puis de poignet en 1991, la marque avait convoqué les heures les plus glorieuses de son histoire. Ce modèle maintes fois récompensé aux Expositions universelles dont le XIX<sup>e</sup> siècle était si friand s'est révélé un extraordinaire ambassadeur. La marque avait eu le nez creux, car alors, le tourbillon était un quasi-inconnu qui allait devenir la superstar horlogère des années 2000. Ce modèle et son mouvement à l'architecture si particulière ont fait fantasmer toute une génération de jeunes horlogers, aujourd'hui installés à la tête de plus d'une direction technique. Comme le confie un de ces personnages au verbe fleuri, « *A l'époque, un Trois Ponts, c'était de la bombe.* » Autre choix visionnaire, la marque s'était dotée d'une famille de calibres de manufacture dès 1994, anticipant de dix ans une stratégie d'indépendance devenue la norme dans le haut de gamme.

Ci-dessus : l'Esmeralda de 1889, Tourbillon sous Trois Ponts d'Or dans un boîtier savonnette richement décoré en or rose, échappement à détente.

Ci-dessous : Tourbillon sous Trois Ponts d'Or Esmeralda : nouvelle boîte, calibre ancien, terminaisons superlatives.



**Trois temps.** Puis en 2010 vint le décès de l'homme qui avait redonné à Girard-Perregaux ses lettres de noblesse. Luigi Macaluso laissait derrière lui une société orpheline et déboussolée, car il avait toujours décidé de tout. Sa famille reprit le flambeau, secondée par le groupe Kering entré au capital en 2008, qui finit par prendre la majorité de la société en 2011. Le groupe mit aux commandes

# ANNIVERSAIRE ANN



Neo-Tourbillon sous Trois Ponts, une structure empruntée au Trois Ponts classique mais repensée sous l'angle de la modernité architecturale.



La Répétition Minutes Tourbillon sous Trois Ponts d'Or, nouvelle génération de montres à sonnerie issue d'une longue lignée. Son fort et clair, design impactant et fait de codes maison. Calibre GP9500 réalisé par MHC, nouveau sous-traitant des sonneries de Girard-Perregaux.

Michele Sofisti, issu des montres Gucci. Ses tentatives ont été un échec malgré la force de ses propositions. Celles-ci tenaient en un seul mot : modernité. Des modèles comme la Traveller, la Hawk, le Neo-Tourbillon sous Trois Ponts et les tourbillons multi-axiaux ont tenté d'insuffler du contemporain dans des produits parfaitement exécutés au regard de la tradition horlogère. Mais ce fut un échec, comme cette arlésienne qu'est l'Echappement Constant, intelligent mais dont la fiabilisation a été terriblement laborieuse. Si l'on en croit la nouvelle politique de communication, axée sur la tradition et la légitimité, Girard-Perregaux a regardé passer le train de l'abondance des années 2010-2015 précisément à cause de cette modernité, hors sujet semble-t-il. Plus largement, Girard-Perregaux n'arrivait pas à justifier ses prix face à des concurrents dont l'étoile ne palissait pas.

**Trois flèches.** GP se refonde donc. Sur quels atouts peut-elle s'appuyer ? Au-delà des discours de marque et de la transformation des processus

internes de création, ce sont les produits et les expertises qui sont au cœur de nos préoccupations. Fort heureusement, les munitions ne lui manquent pas. Le premier calibre dans le chargeur se nomme, surprise, Tourbillon sous Trois Ponts d'Or. Ce mouvement a beau être en gamme depuis 25 ans, il n'a jamais perdu de sa pertinence. Il a pourtant été mis à toutes les sauces. Boîte rectangulaire, tonneau, ovale ou ronde, grande ou petite, avec plusieurs formes de ponts, différents degrés de finitions, de squelettage, de sertissage, de complications ajoutées... Il fallait revenir à la source comme on va à Canossa. Cela semble être le passage obligé dans ces moments de recomposition.

**Finitions.** La nouveauté 2016 se nomme Esmeralda, du nom du modèle de poche richement décoré qui avait reçu une médaille d'or à l'Exposition universelle de Paris de 1889, une victoire fondatrice. Ronde, avec une boîte redessinée, munie d'une grande *glass box* (un verre cheminée qui descend sous la lunette), tout met en avant son calibre.



# ANNIVERSAIREAN



Chronographe Competizione Circuito, boîte en titane et carbone, cadran nid d'abeille, un chrono supersport accentué de rouge.



Modèle 1966 en acier, taille 40 mm, le nouveau premier prix de la marque dans son boîtier le plus caractéristique.

Elle adopte les finitions les plus soignées que la marque ait utilisées depuis des années. Tous les niveaux de la platine sont guillochés. Les ponts en flèche sont polis miroir sur le dessus, satinés sur les tranches et tout anglés à la main. Leurs parties centrales sont bercées tandis que leur profil arrondi est poli miroir. Cette montre était pionnière par un dernier aspect. Son remontage est automatique, encore une rareté pour un tourbillon, et en plus il se fait par micro-rotor. Avec ces arguments, Girard-Perregaux compte refaire de son Tourbillon Sous Trois Ponts d'Or une référence, dans une offre pléthorique et une lente dégradation de qualité de cette complication sur le marché.

**Suspendu.** Cet ancrage historique a d'autant plus de sens qu'il a un pendant contemporain, architectural, extrêmement réussi, la Neo-Tourbillon sous Trois Ponts. Avec ses ponts redessinés, squelettés, élancés, posés par-dessus une platine sablée, elle a cet air de classique réinventé. Pour mettre en scène l'enjambement de la vallée centrale du mouvement tridimensionnel, Girard-Perregaux l'a apparié avec une boîte aux extrémités creusées et un verre *glass box* panoramique. Sa nature très graphique vit plus de ses lignes que de ses polissages.

**Trois sons.** Troisième étage de la fusée, la répétition minutes. Girard-Perregaux en a eu de très particulières à son catalogue dès la fin des années 90, où elle a acheté à Christophe Claret les mouvements parmi les plus fous et visionnaires de leur époque, la série des Opera. Après avoir essayé les mouvements de La Fabrique du Temps, qui ne sont plus disponibles, elle a approché un nouveau fournisseur, MHC. La Répétition Minutes Tourbillon sous Ponts d'Or ainsi équipée est parfaitement fidèle aux codes de la marque. Le plus important est cependant qu'elle sonne bien et fort. C'est bien le minimum et pourtant ce résultat reste l'exception.

**Nouvel accès.** Aux extrémités supérieures de l'échelle de prix et de complication, Girard-Perregaux a donc de solides arguments. Mais la marque a toujours eu une vocation plus généraliste. Il faut un nom puissant pour proposer à la

fois des montres en acier à 9000 francs suisses et des tourbillons tri-axiaux à 500 000. Or les premiers créneaux sont aussi les plus encombrés, ceux où le public est le plus sollicité et sensible aux prix. Girard-Perregaux a donc pris l'initiative de deux manières. La première est le lancement de sa gamme vedette, la 1966, en boîtier acier. Cette montre devient le premier prix de la marque, autour de 7600 francs. Il s'agit d'une division par deux pour un modèle qui n'a jamais été présenté qu'en or ou en palladium. Mais son design bien pesé, sa finesse, sa sobriété le rendent pertinent. Il permet à Girard-Perregaux de se réinscrire dans les débats de prix et de volume. En effet, il faut occuper les ateliers qui produisent les mouvements de manufacture GP3000, GP2700, GP1800 et leurs nombreuses variantes. Parce que la rentabilité suppose que les machines et chaînes de montage tournent et parce qu'ils sont la colonne vertébrale de la marque.

**Renouveau des chronos.** La seconde approche dans les prix raisonnables est une évidence. Jusqu'en 2009 Girard-Perregaux était une marque de référence des chronographes sport chic en acier, sur bracelets en cuir, élégants, à trois compteurs. Ils ont toujours été placés sous l'égide de l'automobile, car Luigi Macaluso était un pilote de rallye. Une nouvelle collection remplit le vide qui avait été inexplicablement créé durant sept ans. Elle porte le nom de Competizione. La première version, Stradale, est en acier au cadran finition étirée. La seconde, Circuito, est en titane et carbone noir et dotée d'un cadran en nid d'abeille noir. Au poignet, elles sont sensationnelles. On est loin des tentatives d'installer le mouvement de chronographe intégré à remontage manuel GP3800 dans des boîtes 1966. Trop petit, il faisait loucher les cadrans et les montres étaient de toute manière bien trop chères.

**Visions du monde.** Girard-Perregaux a gardé dans son escarcelle une collection qui mérite un coup de projecteur. La marque est arrivée tardivement sur le marché des montres à métiers d'art. Encombré de propositions toutes plus techniques les unes que les autres, parfois fantaisistes, il n'était



Le calibre GP3300 dans sa version équipée d'un rotor en or massif. Il est la base de la plupart des complications modulaires de Girard-Perregaux.

pas facile de trouver sa voie. Girard-Perregaux l'a pourtant fait avec sa Chambre des Merveilles. Chaque année, ses trois modèles empruntent leur cadran à une carte historique. Malgré la variété de techniques utilisées, le rendu est impeccable. Elles se distinguent en offrant un petit concentré de culture universelle. En choisissant de cataloguer la manière dont l'homme représente la Terre et le ciel, Girard-Perregaux s'inscrit dans une démarche intellectuelle qui interroge notre rapport au monde.

**Année fatidique.** Avec moins de références, moins de lignes, des tarifs révisés et un haut de gamme toujours aussi fort, Girard-Perregaux veut se faire entendre. Cela tombe bien, la marque célèbre son 225<sup>e</sup> anniversaire. Le chiffre est rassurant, mais l'année 2016 ne l'est pas. Les acheteurs d'horlogerie se font de plus en plus rares et sourcilieux. Se relancer dans un tel environnement est un challenge pour lequel il fallait effectivement faire flèche de tout bois. ●

## Une révolution de saphir pour la **répétition minutes**



Le modèle L.U.C Full Strike mesure 11,5 mm d'épaisseur pour 42,5 mm de diamètre.

Son mécanisme de sonnerie est visible côté cadran.

David Chokron

En 2016, Chopard fête les vingt ans de sa manufacture de Fleurier et de sa collection L.U.C avec le lancement de plusieurs modèles. Le clou de cette célébration est sa première montre à répétition minutes, la L.U.C Full Strike. Cela fait longtemps que la manufacture planche sur la plus noble des complications. Durant ce temps, elle a vu arriver sur le marché nouveautés après nouveautés, dont plusieurs ont élevé la qualité des répétitions minutes au-dessus du murmure feutré dans lequel elles se complaisaient. Il lui fallait une proposition unique, saillante. Ce sera le saphir. Après les rubis, les verres inrayables et les boîtiers invisibles, le cristal de corindon trouve une nouvelle application, brevetée par Chopard. Dans la L.U.C Full Strike, les timbres qui génèrent le son sont réalisés en saphir et d'un seul tenant avec le verre de la montre.



**Puriste.** La Full Strike est une répétition minutes pure. Pas de complication ajoutée, elle ne donne que l'heure, aux yeux et aux oreilles. Elle embarque le nombre le plus élevé de systèmes de sécurité jamais vu. Ceux-ci visent à protéger le calibre 08.01-L des risques de casse liés aux nombreuses manipulations inadaptées des propriétaires. Sa sonnerie tire son énergie d'un barillet dédié, suffisamment puissant pour répéter

# OVERCOVERCOVERCOVER

Le calibre 08.01-L vu de dos, avec sa grande platine en maillechort non traité.

l'heure douze fois consécutives, et s'actionne par un poussoir logé dans la couronne. Ce qui en fait une montre unique. Au-delà de l'inventivité et des brevets, elle atteint un résultat très rare, pourtant le seul que l'on demande à une répétition minutes. Elle sonne fort, en rythme, avec un son riche et résonnant. Cela n'a l'air de rien, écrit ainsi. Or les montres capables de rivaliser avec la Full Strike se comptent sur les doigts d'une main. En effet, elle est presque aussi puissante que la plus audible de toutes. Son mécanisme de répétition minutes est absolument silencieux : l'échappement est son seul bruit de fond. Chaque son reste suspendu dans l'air pendant près de deux secondes, un record. Sa richesse tonale est dans le top trois des montres actuellement disponibles. Et point le plus intéressant, sa personnalité sonore, sa voix, n'a pas d'équivalent. Elle se rapproche, par sa chaleur et sa plénitude, du tintement d'un verre en cristal. Tout cela dans une enveloppe classique, en or rose à l'approvisionnement éthique et durable, conforme aux codes classiques de la gamme L.U.C. Loin des designs bodybuildés, celle-ci rassemble les complications de Chopard. La montre arbore également le Poinçon de Genève, un niveau exceptionnel de finitions réalisées à la main et une platine tout en maillechort non traité.







**Dur.** Le saphir ressemble à du verre, en infiniment plus résistant. Chopard assure qu'après deux millions de frappes de ses marteaux en acier, les timbres de la Full Strike ne sont ni fêlés, ni cassés, ni usés. Entre les doigts, la pièce verre/timbres est étonnante de souplesse et de fragilité. On imagine mal à quel point sa fabrication a donné du fil à retordre. Toute manufacture que soit Chopard, elle ne fabrique pas ses verres saphir. Quatre ans de collaboration avec son sous-traitant ont été nécessaires pour usiner dans la douceur un matériau presque aussi dur que le diamant. Dans un bloc d'un bon centimètre d'épaisseur, il leur faut tailler une grande lentille et le talon qui la relie à deux longues excroissances, suspendues dans le vide et qui ne mesurent pas un millimètre de section. Or façonner un élément de boîtier en saphir, y imprimer une courbe, en travailler les arêtes prend des centaines d'heures d'usinage et plusieurs changements d'outils de coupe.

**Riche.** Au-delà de la force du son, la plus grande surprise de la Full Strike est sa richesse harmonique. Comme dans un vibraphone, elle génère une vibration complexe qui se traduit par un plaisir à l'oreille. Car n'en déplaise à certains, la qualité d'un son n'est pas seulement une affaire

de goûts, qui sont tous dans la nature, même les mauvais. Elle est aussi quantitative. Afin de définir les fréquences de vibration du verre, c'est-à-dire les notes qu'il émet, Chopard s'est associé à une école d'ingénieurs française spécialisée en acoustique et en génie des matériaux. Ensemble, ils ont calculé l'intégralité des cotes de la pièce, dans les trois dimensions. C'est ainsi que sont produits les notes sélectionnées, do et fa, et surtout un grand nombre d'harmoniques de premier, second et troisième ordre, responsables de la richesse du son. La durée de la vibration est un effet naturel, insoupçonné, du saphir. Ainsi, pour la première fois de l'histoire des montres à répétition minutes, l'étape cruciale de la mise en son est inutile. Le timbre est pré-accordé de naissance, ne nécessite pas d'être coupé, limé, taillé en biseau au point d'attache et autres opérations secrètes et empiriques. Chopard n'a pas eu à travailler les volumes internes de son boîtier, habituellement alambiqués. Pas besoin d'en affiner les parois pour le rendre plus léger et propice à l'excitation sonore. Complexe à développer, la Full Strike sera au final plus simple à assembler.

**Pratique.** Par souci de fiabilité et d'ergonomie, le calibre 08.01-L est équipé d'une série de systèmes

# COVERCOVERCOVERCOVER



Le mécanisme de répétition minutes est concentré entre 8 et 11 h.



de sécurité. Dès que la sonnerie est engagée, la couronne est déconnectée du mouvement. Impossible de remonter, de régler la montre ou de réenclencher une sonnerie. Ce mouvement présente une architecture particulière. Au lieu d'un sandwich, où la répétition minutes est au dos et le reste du mouvement côté cadran, tout est sur un seul plan et la sonnerie est visible à travers un cadran ajouré, comme le veut la tendance. La montre possède deux barillets, remontés par la couronne grâce à un différentiel. Avec le premier, la chronométrie est préservée et grâce au second, la montre peut sonner plusieurs fois à la volée, sans réarmer le mouvement. Lorsque cette réserve d'énergie-là est insuffisante, son indicateur situé à 2 heures, débraie la sonnerie pour éviter qu'elle soit incomplète. Enfin, dernier plus, réellement rare, il n'y a pas de vide entre les heures, les quarts et les minutes non sonnés. Les trois rochets sont empilés et s'entraînent mutuellement. S'il est 3 h 29, la montre enchaîne trois fois do, une fois do-fa et quatorze fois fa, sans les silences qui tarent la quasi-totalité des autres montres à sonnerie. La Full Strike est donc pratique, portable, orientée vers une certaine conception du confort de l'utilisateur et sonne extraordinairement bien. Peut-on rêver mieux ? ●

## Marques suisses en mains étrangères



Lancées dès 2015, les montres connectées Frédérique Constant sont fondées sur un module électronique développé à l'interne par l'unité MMT (Manufacture Modules Technologies). Celle-ci, qui n'a pas été cédée à Citizen, est devenue une société indépendante.



Alpina a disposé des mêmes prestations de MMT pour ses Horological Smartwatches et continuera à en bénéficier, comme sa sœur Frédérique Constant et d'autres marques déjà clientes.

Le rachat au printemps dernier de la marque genevoise Frédérique Constant et de ses sœurs Alpina et Ateliers de Monaco par le groupe japonais Citizen a suscité des commentaires mêlant l'étonnement, la peine et le scepticisme. Des expériences douloureuses faites avec des investisseurs chinois expliquent cela. Il suffit de penser à Universal Genève, qui n'appartient plus qu'à l'histoire... La disparition des entreprises familiales indépendantes est un phénomène regretté en Suisse, comme l'abandon du pavillon national. Funeste fatalité ? Et si la nationalité des propriétaires était au contraire sans importance pour l'essor d'une entreprise, voire une aubaine ?

Timm Delfs

On observe de manière générale et tous secteurs confondus que des marques suisses réputées finissent petit à petit en mains étrangères sans que l'on en prenne toujours conscience. La plupart d'entre nous ont sans doute déjà oublié que l'eau Valser appartient à Coca-Cola HBC, Toblerone à Mondelez International (USA) et Syngenta à un groupe chinois. Dans l'industrie horlogère, c'est pareil : hormis Swatch Group, il y a longtemps que tout n'est plus en mains suisses. C'est ainsi que le groupe Richemont, malgré son siège à Genève, est une entreprise d'inspiration très française avec un actionnaire principal sud-africain. Des marques telles que Hublot, TAG Heuer et Zenith font partie du groupe de luxe français LVMH. Français aussi, le groupe Kering, avec des marques comme Girard-Perregaux, JeanRichard et Ulysse Nardin. Enfin, Ebel et Movado appartiennent à une famille américaine. Mais en Suisse on ne s'est vraiment inquiété du phénomène que lorsqu'en 2011 le groupe China Haidian, coté à Hong Kong et jusqu'ici inconnu au bataillon, s'est approprié Eterna à la surprise générale – achetée à la famille autrichienne Porsche, notez-le bien – et s'est encore offert Corum deux ans plus tard, puis Rotary, via le groupe Dreyfuss.

**Question de culture.** Dans le cas de Citizen, il n'y a pas trop à craindre. Le japonais est un groupe industriel profondément ancré dans la montre et qui connaît les mécanismes de cette industrie. L'entreprise génère un tiers de son chiffre d'affaires avec ses montres et des composants



# ENTREPRISES



Remarquablement équipé et doté d'une grande capacité de production : le discret mais formidable outil industriel de La Joux-Perret à La Chaux-de-Fonds.

horlogers tels que les mouvements mécaniques Miyota. Pour le reste, ce groupe qui emploie 19 000 personnes dans le monde fabrique des machines de précision à commande numérique – notamment pour l'industrie horlogère – ainsi que des composants électroniques pour caméras et d'autres appareils électroniques pour le compte de tiers. Il est également actif dans la technologie médicale et la bijouterie. Parmi les produits plus exotiques de l'entreprise on trouve des bowlings entièrement électroniques et d'autres installations du genre dans le domaine des loisirs.

Nommé CEO en 2012, Toshio Tokura, 67 ans, entend donner plus de poids que ses prédécesseurs au secteur horloger, comme il le disait à nos confrères du *Temps* en juin dernier. Il constate que la marque horlogère Citizen est fortement implantée depuis les années 1970 dans le segment des montres à quartz et qu'il n'y aurait guère de sens à produire sous ce nom de coûteuses montres mécaniques. C'est pourquoi son groupe a racheté en 2008 l'américaine Bulova Corp, qui avait connu la célébrité dans les années 1960 avec ses montres à diapason électronique et qui, de nos jours, propose aussi, mais accessoirement, des montres mécaniques dans un segment de prix moyen. Une des premières décisions de Tokura en 2012 fut d'acquiescer le groupe suisse Prothor, sous l'enseigne duquel se cachaient les noms à peine connus des fabricants de composants Prototec et surtout La Joux-Perret, ainsi que la marque Arnold & Son. Pour Citizen, cette acquisition avait du sens, puisqu'à l'époque personne ne savait s'il serait toujours possible pour Bulova



Arnold & Son a pu se développer avec une liberté d'action appréciée. Ici, le modèle Nebula avec ses ponts en étoile et ses deux barillets assurant une autonomie de 90 h.

de s'approvisionner en mouvements chez Swatch Group. En outre, Tokura espérait un transfert de technologie de La Joux-Perret vers Miyota, un producteur qui fabrique une quantité de mouvements mécaniques standards mais ne propose que peu d'innovation. Si Miyota savait produire des calibres avec des modules intéressants et des fonctions additionnelles, on pourrait imaginer l'extension de l'offre de Citizen dans ce segment, à des prix attractifs.

**Vu de Suisse.** Frédéric Wenger, qui a conclu en 2012 la vente de Prothor et demeure CEO à la barre du groupe, apprécie de se retrouver sous l'égide de Citizen: « *Nous avons pu conserver notre entière autonomie. La Joux-Perret et Prototec continuent de livrer leurs clients habituels et d'en acquérir de nouveaux, tandis qu'Arnold & Son subsiste comme une marque indépendante. Nous avons même eu la latitude de ressusciter une ancienne marque, Angelus. Tous les autres candidats à la reprise de Prothor n'auraient pas permis cette liberté et auraient accaparé nos produits uniquement pour leurs marques propres.* » Pour le couple néerlandais Aletta et Peter Stas, la vente de l'œuvre de leur vie, Frédérique Constant, a aussi été la meilleure option: « *Nos deux enfants n'ont pas des professions liées à l'horlogerie et travaillent fort à leur carrière, si bien qu'il était exclu qu'ils entrent chez Frédérique Constant. Nous savions donc qu'un jour nous allions devoir vendre notre bébé. Nous avons déjà eu diverses propositions, parce que le groupe est solide et entièrement verticalisé. Mais avant l'offre de Toshio Tokura, à fin*

*2015, nous n'avions pas l'intention de vendre car aucune offre ne nous avait convaincus. Dans tous les cas, nos trois marques auraient perdu leur autonomie* », explique Peter Stas. Le couple ne quittera pas l'entreprise incontinent: Toshio Tokura attache une grande importance à ce qu'ils continuent à diriger leurs marques pour au moins cinq ans, puisqu'ils les connaissent comme le fond de leur poche.

Il faut relever ici que la filiale du groupe Frédérique Constant MMT Manufacture Modules Technologies ne faisait pas partie du rachat par Citizen et qu'avec le soutien de la famille Stas elle est devenue indépendante. Sous le nom de MMT Swiss Connect elle poursuivra le développement et la fabrication de ses produits destinés aux montres connectées. Parmi ses clients, Frédérique Constant et Alpina, bien sûr, mais aussi Movado, Mondaine et Ferragamo.

**Gagnant-gagnant.** Pour Citizen, Frédérique Constant est un coup de chance. Peter Stas: « *Notre groupe remplissait les conditions essentielles pour Citizen: distribution, financement et technologie. Au fil des années durant lesquelles nous avons monté notre entreprise est né un solide réseau de distributeurs dans le monde entier. Citizen bénéficie de ce réseau de distribution, tandis que nos trois marques, profitent bien sûr du réseau des Japonais. Notre groupe a connu une croissance saine et n'a aucune dette. Enfin, nous sommes une manufacture verticalisée avec ses spécialités propres, exclusives, telles que tourbillon et chronographe. Et nous possédons notre propre parc de machines. Citizen n'aurait trouvé nulle part un éventail aussi complet.* » ●

La manufacture de La Joux-Perret développe et produit une large gamme de mouvements comme celui du modèle d'Angelus U30, un chronographe rattrapante tourbillon.

